



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN
KPRiB GRIYA PADA PT. BANK SUMUT
CABANG SYARIAH SIBOLGA**

SKRIPSI

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

Oleh

RINI ROSALINDA
NIM. 12 220 0121

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

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



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN
KPR IB GRIYA PADA PT BANK SUMUT
CABANG SYARIAH SIBOLGA

SKRIPSI

*Ditajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh

RINI ROSALINDA
NIM. 12 220 0121

PEMBIMBING I

Dr. Ikhwanddin Harahap, M. Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

PEMBIMBING II

Nurul Izzah, M.Si

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

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



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

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihlang, Padangsidempuan 22733
Tel (0634) 22000 Fax (0634) 24022

Hai : Lampiran Skripsi
a.n. Rini Rosalinda
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidempuan, 17 November 2016
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Rini Rosalinda yang berjudul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan KPR IB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Dr. Ichwanuddin Harahap M.Ag
NIP.19750103 200212 1 001

Pembimbing II

Nurul Izzah, M.Si

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : RINI ROSALINDA
NIM : 12 220 0121
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT NASABAH DALAM MEMILIH
PEMBIAYAAN KPR IB GRIYA PADA PT. BANK
SUMUT CABANG SYARIAH SIBOLGA**

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, 17 November 2016
Saya yang Menyatakan,



RINI ROSALINDA
NIM : 12 220 0121

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

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rini Rosalinda
Nim : 12 220 0121
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul skripsi : Karya Ilmiah

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga"**. Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, 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 : 28 November 2016

Yang menyatakan,



RINI ROSALINDA

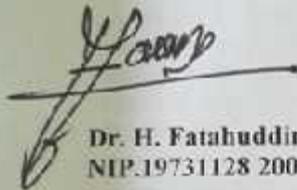
NIM. 12 220 0121

DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SARJANA

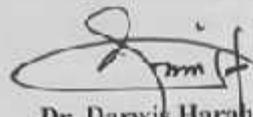
NAMA : Rini Rosalinda
NIM : 12 220 0121
JUDUL SKRIPSI : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah
Dalam Memilih Pembiayaan KPR iB Griya pada PT.
Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga

Ketua

Sekretaris



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

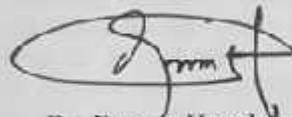


Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.SI
NIP.19780818 200901 1 015

Anggota



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



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



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



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

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Tanggal : 28 Nopember 2016
Pukul : 14.00 s/d selesai
Hasil/Nilai : 73,87 (B)
Predikat : AMAT BAIK
IPK : 3,30



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. T. Rizal Nurcin Km. 4,5 Sibitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH
DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN KPR IB GRIYA PADA PT.
BANK SUMUT CABANG SYARIAH SIBOLGA

Nama : RINI ROSALINDA
NIM : 12 220 0121

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

Padangsidempuan, 15 Januari 2017

Dekan



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

ABSTRAK

Nama : RINI ROSALINDA
Nim : 12 220 0121
Judul : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memilih Pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga**
Kata Kunci : **Harga, Promosi, Lokasi, Minat**

Bank Syariah memiliki fungsi sebagai lembaga intermediasi yang berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli dan ijarah yaitu menghimpun dana dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan. Dengan berdirinya bank syariah dikalangan masyarakat sangat membantu perekonomian masyarakat yang tingkat ekonominya cenderung menengah kebawah. Dengan berbagai pembiayaan yang bisa dipilih yang salah satunya merupakan pembiayaan *murabahah* (KPR iB Griya). Dengan adanya KPR iB Griya di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga membantu masyarakat Sibolga untuk membeli rumah dengan harga yang terjangkau. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori yang bertautan dengan harga, promosi, lokasi terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode angket. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini sampel acak, dan sampel yang digunakan adalah sebanyak 75 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dilengkapi dengan uji validasi dan reliabilitas, uji asumsi klasik normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas. Dan uji hipotesis diuji dengan uji t dan uji F. Proses pengolahan data dibantu dengan program SPSS versi 22.00.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,783 < 1,665$). Promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,313 > 1,665$). Dan lokasi juga berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,500 > 1,665$). Hasil penelitian secara simultan (uji f) berpengaruh positif terhadap nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya memiliki $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($45,110 > 2,732$). Sedangkan hasil koefisien determinasi sebesar 0,656 atau 65,6% artinya harga, promosi dan lokasi mampu mempengaruhi variabel minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga, sedangkan sisanya sebesar 34,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam penulis haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi ummat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan KPR iB Griya Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.”** Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati penulis ingin 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 Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Aswadi Lubis, SE., M.Si Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr.H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Darwis Harahap, SHI, M.Si Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag Wakil

Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr.Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Ibu Nofinawati, SE.I., M.A Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah beserta civita akademika IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Dr.Ikhwanuddin Harahap, M. Ag selaku Pembimbing I dan bapak Ibu Nurul Izzah, M.Si selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, MA selaku Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penulisan skripsi ini.
6. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, SE selaku Pembimbing Akademik yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Penghargaan dan terima kasih yang tak ternilai kepada Ayahanda Syafaruddin Matondang dan Ibunda Seri Jenni Siregar yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan selalu berjuang untuk anak-anaknya, memberikan kasih sayang dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah penulis, serta kepada kakanda Devi Safitri Matondang, Abanganda Ikhwan Sanusi matondang dan Adinda Raynaldi Anugrah Matondang yang telah mendukung dan memberi semangat dan motivasi.

8. Teman-teman Perbankan Syariah-3 angkatan 2012 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, dan khususnya sahabat saya Efriana Siregar S.E, Rosaningsih Siregar, Siti Aisyah AR, S.E, Fitri Febriani Siregar, S.E, Lesi Hamidi Lubis, Asnapiah Batubara S.E, Irma Sari Hasibuan S.E, Sakinah Darma Hasibuan S.E dan Syarah Desi S.E yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan motivasi sebagai sahabat dalam diskusi di kampus IAIN Padangsidempuan.
9. Terima kasih juga kepada Khairul Rizky Siregar yang telah banyak membantu, memberi dukungan serta motivasi selama ini, serta kepada sahabat-sahabat tersayang saya Manna Wassalwa S.Sos, Khomsatun Hasanah, dan Elisa Nurhayani Matondang yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada saya.
10. Buat teman-teman KKL dan Magang tahun 2015, yang selalu memberikan penulis semangat untuk terus menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih juga kepada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga dan seluruh pegawai yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian dan membantu kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang penulis temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap ujian akhir.

Akhirnya penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat penulis butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Padangsidempuan, 17 November 2016

Penulis,

RINI ROSALINDA
NIM. 12 220 0121

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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

Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
	ba	B	be
	ta	T	te
	ša	š	es (dengan titik di atas)
	jim	J	je
	a		ha (dengan titik di bawah)
	kha	Kh	kadan ha
	dal	D	de
	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
	ra	R	er
	zai	Z	zet
	sin	S	es
	syin	Sy	es
	ad		es dan ye
	ad		de (dengan titik di bawah)
	a		te (dengan titik di bawah)
	a		zet (dengan titik di bawah)
	‘ain	‘.	komaterbalik di atas
	gain	G	ge
	fa	F	ef
	qaf	Q	ki
	kaf	K	ka
	lam	L	el
	mim	M	em
	nun	N	en
	wau	W	we
	ha	H	ha
	hamzah	.. ’ ..	apostrof
	ya	Y	ye

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fat ah	a	a
	Kasrah	i	i
	ommah	U	u

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....	fat ah dan ya	ai	a dan i
.....	fat ah dan wau	au	a dan u

c. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....	fat ah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....	kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
....	ommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fat ah, kasrah, dan ommah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

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

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

4. Syaddah (Tasydid)

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

5. Kata Sandang

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

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

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

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

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

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

6. Hamzah

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

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang

sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Capital

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

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

9. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Definisi Operasional Variabel.....	9
E. Rumusan Masalah	11
F. Tujuan Penelitian	11
G. Kegunaan Penelitian.....	12
H. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	15
1. Minat	15
a. Pengertian Minat	15
b. Faktor-faktor terbentuknya minat.....	16
2. Nasabah	17
a. Pengertian Nasabah	17
3. Pembiayaan.....	18
a. Pengertian Pembiayaan	18
b. Fungsi Pembiayaan.....	18

4. Harga	19
a. Pengertian Harga.....	19
b. Tujuan Penentuan Harga	21
5. Promosi.....	22
a. Pengertian promosi.....	22
6. Lokasi	25
a. Pengertian lokasi	25
7. KPR Syariah	27
a. Pembiayaan KPR Syariah.....	27
b. Ketentuan rumah yang dibeli.....	28
c. Landasan Syariah.....	29
d. Skema KPR Syariah	29
e. Perbedaan KPR Syariah dan KPR Konvensional.....	31
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pikir	35
D. Hipotesis.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
B. Jenis Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel	39
D. Jenis dan Sumber Data	41
E. Skala Pengukuran.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Instrumen Penelitian.....	43
H. Uji Validasi dan Reliabilitas	44
1. Uji Validasi	44
2. Uji Reliabilitas	45
I. Uji Asumsi Klasik.....	46
1. Uji Normalitas	46
2. Uji Multikolinearitas	46

3. Uji Heteroskedastisita	47
4. Uji Autokolerasi	47
J. Analisis Data	48
a. Analisis Regresi Berganda	47
b. Koefisien Determinasi (R^2)	49
K. Uji Hipotesis	49
1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	50
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	50

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga	51
1. Sejarah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga	51
2. Visi dan Misi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga	52
a. Visi	52
b. Misi	53
3. Struktur Organisasi Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga	54
4. Produk-produk Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga	56
B. Analisis Deskriptif Responden	56
C. Pembahasan Deskriptif Hasil Penelitian	57
D. Pembahasan Hasil Penelitian	72
E. Keterbatasan Penelitian	80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Perumahan dan Permukiman.....	3
Tabel 1.2 Defenisi Operasional Variabel	9
Tabel 2.1Perbedaan KPR Syariah dan KPR Konvensional.....	31
Tabel 2.2 PenelitianTerdahulu	32
Tabel 3.1 Penilaian Skalala	43
Tabel 3.2 Kisi-kisiAngket	43
Tabel 4.1 Produk-produkPT.Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.	56
Tabel 4.2 Uji Validitas Harga	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Harga	58
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Harga.....	59
Tabel 4.5 Uji Validitas Promosi.....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Promosi	60
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Promosi	60
Tabel 4.8 Uji Validitas Lokasi	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Lokasi	61
Tabel 4.10 Uji Relibilitas Lokasi	62
Tabel 4.11 Uji Validitas Minat.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Minat	63
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Minat.....	63
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas.....	66
Tabel 4.16 Uji Autokolerasi	67
Tabel 4.16 Analisis Regresi Berganda	68
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 4.18 Uji Hipotesis (uji-t)	70
Tabel 4.19 Uji F	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Penduduk	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Nasabah KPR	6
Gambar 2.1 Skema Jual-Beli.....	30
Gambar 2.2 Skema Sewa-Beli	31
Gambar 2.3 Kerangka Pikir.....	36
Gambar 4.1 Skema Struktur Organisasi	55
Gambar 4.2 Uji Normalitas	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 r Tabel Statistik

Lampiran 2 F Tabel Statistik

Lampiran 3 t Tabel Statistik

Lampiran 4 Daftar Angket

Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Angket

Lampiran 5 Hasil Output SPSS

Lampiran 6 Pengesahan Judul

Lampiran 7 Surat Izin Riset

Lampiran 8 Surat Balasan Izin Riset

Lampiran 9 Surat Keterangan Telah Melakukan Riset

Lampiran 10 Validator Angket

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki tugas sebagai perantara keuangan nasabah akan tetapi secara garis besar bank memiliki fungsi utama yaitu sebagai penghimpun dana, penyalur dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Bank sebagai perantara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dan memerlukan dana sehingga memberikan solusi bagi masyarakat yang membutuhkan dana dengan mengeluarkan produk pembiayaan. Produk yang dikeluarkan oleh bank yaitu produk pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi dan pembiayaan konsumtif.¹

Pembiayaan modal kerja dapat dipenuhi dengan berbagai cara bagi hasil dan jual beli, dimana dengan bagi hasil kebutuhan modal kerja pihak pengusaha terpenuhi, sementara kedua belah pihak mendapatkan manfaat dari pembagian risiko yang adil, pembiayaan dengan jual beli, kebutuhan modal pedagang terpenuhi dengan harga tetap, sementara bank syariah mendapat keuntungan margin tetap dengan meminimalkan risiko.

Pembiayaan investasi dapat dipenuhi dengan bagi hasil, sebagai contoh, pembuatan pabrik baru, perluasan pabrik, usaha baru, perluasan usaha, dan sebagainya. Kebutuhan investasi sebagiannya juga dapat dipenuhi dengan berpola jual beli, sebagai contoh pembelian mesin, pembelian kendaraan untuk usaha, pembelian tempat usaha dan sebagainya. Kebutuhan

¹Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006).hlm. 95

aset investasi yang biayanya sangat tinggi dan memerlukan waktu lama untuk memproduksinya, kebutuhan seperti itu dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola sewa, sebagai contoh pembiayaan pesawat terbang, kapal, dan sejenisnya.

Kebutuhan pembiayaan aneka barang, perumahan dan properti dapat dipenuhi dengan bagi hasil, jual beli dan sewa. Kebutuhan barang konsumsi dengan pola bagi hasil bank syariah dan nasabah bermitra untuk membeli aset yang diinginkan nasabah. Kebutuhan nasabah dengan pola jual beli dapat memenuhi kebutuhan nasabah dengan membelikan aset yang dibutuhkan nasabah dari *supplier* kemudian menjual kembali kepada nasabah dengan mengambil margin keuntungan yang diinginkan. Pembiayaan dengan pola sewa bank syariah membeli aset yang dibutuhkan nasabah kemudian menyewakannya kepada nasabah dengan perjanjian pengalihan kepemilikan di akhir periode dengan harga yang disepakati di awal akad.

Dari ketiga produk pembiayaan utama tersebut diatas, akad berpola bagi hasil dan jual beli selalu dapat diterapkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang bervariasi. Praktek pembiayaan yang dikembangkan dalam kegiatan ekonomi perdagangan dalam sistem ekonomi Islam saat ini yang telah dilaksanakan di berbagai daerah, dengan jangka pendek maupun jangka panjang. Salah satu pembiayaan jangka panjang di bank syariah adalah pembiayaan kredit kepemilikan rumah (KPR).

Rumah merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi semua orang dan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia. Dalam tingkat kebutuhan rumah termasuk kebutuhan yang harus dipenuhi. Selain itu,

kebutuhan pendukung lainnya, seperti pendidikan, kesehatan, hiburan, dan lainnya juga memberikan kontribusi terhadap suatu kehidupan yang masuk dalam standar kelayakan hidup manusia.

Permasalahan perumahan dan permukiman merupakan sebuah permasalahan yang berlanjut dan bahkan akan terus meningkat, seiring dengan pertumbuhan penduduk, dinamika kependudukan dan tuntutan-tuntutan sosial ekonomi yang semakin berkembang.

Jumlah penduduk Kabupaten Tapanuli Tengah tahun 2014 mencapai 342.902 jiwa dengan angka pertambahan penduduk setiap tahunnya selalu meningkat, dengan asumsi penghuni sebuah rumah rata-rata 4 orang. Semakin meningkatnya jumlah penduduk berpengaruh pada peningkatan kebutuhan masyarakat akan tempat tinggal.

Peneliti melengkapi data penduduk Kabupaten Tapanuli Tengah karena perumahan yang di biayai oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga berada di Pandan Tapanuli Tengah. Bank yang berada di Pandan Bank Konvensional dan Syariah berada di kota Sibolga.

Tabel 1.1
Perkembangan Kependudukan di Kabupaten Tapanuli Tengah

Tahun	Jumlah penduduk/jiwa
2011	314.142
2012	318.908
2013	324.006
2014	342.902
2015	350.017

Sumber: BPS Kabupaten Tapanuli Tengah

Memiliki rumah sendiri salah satu faktor yang mendukung kemakmuran suatu negara, dan merupakan hak setiap negara dalam

memenuhi kebutuhan akan tempat tinggal. Islam juga memiliki konsep dalam memenuhi suatu kebutuhan yaitu kebutuhan $\bar{a}rur\bar{i}\bar{y}\bar{a}t$. Kebutuhan $\bar{a}rur\bar{i}\bar{y}\bar{a}t$ merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi apabila tingkat kebutuhan ini tidak terpenuhi, akan terancam keselamatan umat manusia baik di dunia maupun akhirat. Kebutuhan $\bar{a}rur\bar{i}\bar{y}\bar{a}t$ mencakup, agama ($d\bar{i}n$), jiwa, akal, kehormatan dan harta ($m\bar{a}l$). Contoh kebutuhan untuk mempertahankan jiwa dan raga yaitu kebutuhan pangan, sandang, papan dan kesehatan. Berdasarkan hal tersebut maka perumahan dan permukiman merupakan permasalahan yang berlanjut dan akan terus meningkat, seiring dengan pertumbuhan penduduk.²

Jumlah penduduk yang meningkat setiap tahunnya akan berpengaruh pada kebutuhan rumah yang harus dipenuhi. Jika dibandingkan antara jumlah penduduk dan jumlah rumah di Kabupaten Tapanuli Tengah belum sesuai karena dari jumlah rumah yang tersedia diantaranya masih ada rumah yang tidak layak huni. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.2 Persentase Perumahan dan Permukiman Menurut Status Bangunan Menurut Tempat Tinggal yang Ditempati Di Kabupaten Tapanuli Tengah

Perumahan	Tahun 2014
1. Status Kepemilikan Rumah	
1) Rumah milik sendiri	2,96
2) Rumah Sewa	3,07
2. Penyediaan Perumahan	
1) Rumah Dinas	14,65
2) Bebas sewa	3,86

²Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPF, 2005). hlm. 20

3) Real Estate	-
4) Rumah Susun	-
5) Perorangan	66,01
3. Jumlah Rumah Layak Huni	36,95
4. Jumlah Rumah Tidak Layak Huni	12,95
5. Lainnya	0,19

Sumber: BPS Kabupaten Tapanuli Tengah

Data dari Dinas Pekerjaan Umum Daerah Kabupaten Tapanuli Tengah menyebutkan persentase perumahan dan permukiman bahwa masyarakat yang memiliki rumah dengan status kepemilikan rumah milik sendiri sebanyak 2,96 persen dari 87.504 unit, rumah sewa sebanyak 3,07 persen dari 87.504 unit. Penyediaan rumah oleh rumah dinas 14,65 persen dari 87.504 unit, penyediaan rumah bebas sewa 3,86 persen dari 87.504, dan jumlah penyediaan perumahan perorangan sebanyak 66,01 persen dari 87.504 unit. 87.504 rumah yang tersedia diantaranya adalah rumah layak huni 36,95 persen dari 87.504 unit dan rumah tidak layak huni 12,95 persen dari 87.504 unit. Berdasarkan data diatas masih banyak rumah yang harus dipenuhi, karena tidak sesuai jumlah hunian yang tersedia jika dibandingkan dengan kebutuhan dan jumlah masyarakat di Kabupaten Tapanuli Tengah.

Memiliki rumah merupakan dambaan bagi setiap orang, selain salah satu kebutuhan dasar melalui rumah juga dapat dilihat bagaimana status sosial seseorang dalam bermasyarakat. Sayangnya untuk mendapatkan rumah yang diidamkan ternyata tidaklah mudah. Seiring dengan semakin padatnya jumlah penduduk semakin sulit pula mendapatkan rumah layak yang menjadi idaman bagi setiap orang. Semakin banyaknya jumlah

penduduk dikota besar menjadikan lahan untuk membangun rumah tinggal semakin sempit.

Salah satu bank syariah yang mempunyai produk pembiayaan yaitu pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga. Pembiayaan pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga dengan salah satu produk pembiayaan yang disebut iB Serbaguna. Pembiayaan yang ditujukan pada berbagai keperluan yang bersifat konsumtif, investasi, dan modal kerja dengan prinsip jual beli (*murāba ah*).

PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara disingkat menjadi PT. Bank SUMUT dan lebih dikenal dengan sebagai Bank SUMUT ini adalah salah satu bank yang berstatus sebagai Bank Pembangunan Daerah (BPD) dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT). Meskipun statusnya Bank Pembangunan Daerah untuk Sumatera Utara bukan berarti Bank SUMUT tidak bisa menjalankan kegiatannya di daerah-daerah lainnya termasuk dipusat pemerintah Indonesia yaitu Jakarta. Peran Bank SUMUT juga diharapkan benar-benar mewujudkan visi-misi pembangunan daerah Sumatera Utara khususnya.

Produk yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah). KPR Syariah merupakan salah satu produk pembiayaan bank syariah yang membiayai kebutuhan papan manusia dalam hal pengadaan tempat tinggal, baik baru maupun bekas dengan akad *murāba ah*.

KPR sebagai salah satu produk jasa di dalam dunia perbankan sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan. Kehadiran produk

KPR sangat membantu masyarakat yang tidak memiliki cukup uang untuk membeli secara tunai, dan masyarakat yang tak mempunyai lahan yang strategis untuk membangun rumah.

KPR yang ditawarkan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga dikenal dengan KPR iB Griya. KPR iB Griya telah tersedia di berbagai kantor Cabang PT. Bank SUMUT Syariah di berbagai wilayah Sumatera Utara termasuk di Kabupaten Tapanuli Tengah.

KPR di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga merupakan produk yang sangat diminati oleh masyarakat. Permintaan masyarakat terhadap produk KPR iB Griya PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga bisa kita lihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 1.3 Pertumbuhan Nasabah KPR iB Griya PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga per April 2016 (Jiwa)

Tahun	Jumlah Nasabah	Baki Debet (Rp)
2013	108	11.304.714.845
2014	61	5.372.818.262
2015	38	7.151.573.309
2016	9	1.448.470.514
Total	313	37.698.811.647

Sumber: PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga

Berdasarkan Tabel 1. 3. dapat diketahui bahwa data jumlah nasabah KPR iB Griya PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga selama periode 2013 hingga April 2016 mengalami penurunan pada tahun 2013 jumlah nasabah menurun sebesar 52,11 persen, tahun 2014 menurun sebesar 43,5persen dan tahun 2015 menurun sebesar 37,7 persen, dan pada periode April 2016 jumlah nasabah KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga sebanyak 9 orang.

Jumlah nasabah KPR iB Griya PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga yang mengalami penurunan setiap tahun dipengaruhi banyak faktor. Faktor-faktor tersebut seperti faktor harga, promosi dan faktor lokasi. Untuk dapat meningkatkan permintaan pembiayaan KPR iB Griya ini pihak bank dihimbau untuk tetap memberikan harga yang dapat dijangkau oleh nasabah juga promosi yang dapat menarik minat nasabah dalam memilih produk KPR serta lokasi yang strategis yang tidak jauh dari perkotaan.

Harga rumah diperkotaan menjadi sangat mahal seiring dengan pesatnya pembangunan. Kendala ini menyebabkan KPR menjadi pilihan alternatif. Kondisi inilah yang menyebabkan banyak masyarakat yang menggunakan alternatif pembiayaan produk KPR yang disediakan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

Jumlah penduduk yang meningkat merupakan isyarat yang sama akan pemenuhan sarana hunian. Melambungnya harga rumah membuat masyarakat memilih alternatif yang disediakan pihak bank serta sulitnya untuk mendapatkan lokasi atau lahan untuk dijadikan rumah menjadi salah satu faktor bagi nasabah untuk memilih produk KPR iB Griya PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga dan dilihat dari promosi yang diberikan oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga menjadi alasan lain bagi nasabah untuk memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

Dalam bisnis jasa bank, penentuan lokasi dimana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting, produk sudah diciptakan, harga juga sudah ditetapkan, artinya produk tersebut telah siap

untuk dijual, agar masyarakat mengetahui kehadiran produk tersebut berikut manfaat, maka suatu perusahaan memberitahukan dengan cara sarana promosi.³

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu diadakan sebuah penelitian untuk memperoleh informasi yang jelas serta disertai bukti ilmiah. Penulis tertarik untuk meneliti mengenai harga, promosi dan lokasi pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga. Adapun judul penelitian ini adalah **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memilih Pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis mengidentifikasi masalah yaitu:

1. Ketersediaan rumah di Kabupaten Tapanuli Tengah yang masih terbatas yang menyebabkan tingginya kebutuhan masyarakat akan tempat tinggal.
2. Banyak terdapat rumah yang tidak layak huni di Kabupaten Tapanuli Tengah
3. KPR yang ditawarkan Perbankan di Tapanuli Tengah masih relatif sedikit dibandingkan jumlah rumah yang dibutuhkan.

C. Batasan Masalah

Mengingat cakupan permasalahan yang luas, kemampuan penulis yang terbatas serta untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam memahami

³M.Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung :Alfabeta, 2010). hlm. 169

permasalahan, maka penulis memberi batasan dalam penelitian ini. Batasan masalah hanya berfokus pada:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
2. Faktor-faktor yang dimaksud terdiri dari faktor harga, promosi, dan lokasi

D. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah melekatnya arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel. Variabel penelitian terdiri dari atas dua macam, yaitu variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian, maka akan dijelaskan defenisi operasional dari judul penelitian: Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga, sebagai berikut :

Tabel 1.4
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
	Harga (X ₁)	Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Adapun harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah	1. Ketetapan harga perusahaan 2. Besarnya Angsuran 3. Harga sesuai Pasaran 4. Jangka waktu	<i>Rasio</i>

		nilai jual atau beli produk KPR iB Griya SUMUT.		
2	Promosi (X ₂)	Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Adapun promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah upaya yang dilakukan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. <i>Personal selling</i> 3. Promosi Penjualan 4. Publisitas 	<i>Interval</i>
3	Lokasi (X ₃)	Lokasi merupakan tempat, letak atau area bank yang menjadi tempat melakukan transaksi baik pembayaran, setoran, penarikan, atau jasa-jasa lain.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berada dipusat kota 2. Dekat dengan pasar 3. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau dan Aman. 	<i>Interval</i>
4	Minat (Y)	Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Sementara masyarakat adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah system semi tertutup atau sebaliknya, dimana kebanyakan interaksi adalah antara individu-individu yang terdapat dalam kelompok tersebut. Jadi yang dimaksud dengan minat masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan 2. Perhatian 3. Pencarian Informasi 	<i>Interval</i>

		pada penelitian ini adalah keinginan masyarakat untuk memilih dan menggunakan KPR iB Griya SUMUT Cabang Syariah Sibolga.		
--	--	--	--	--

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalahnya yaitu sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga?
4. Apakah harga, promosi, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat memilih pembiayaan KPRiB Griya PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan lokasi terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

G. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, hasil yang akan dicapai diharapkan akan membawa manfaat yang banyak, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPRiB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga, sehingga dapat mengambil kesimpulan dan diharapkan memberi manfaat dari hasil penelitian kedepannya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga dengan tetap

memberikan harga yang dapat dijangkau oleh nasabah, dan lokasi yang strategis yang tidak jauh dari perkotaan serta promosi yang dapat menarik minat nasabah sehingga permintaan pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga terus meningkat.

3. Bagi Dunia Akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada masalah yang dibahas untuk diteliti lebih lanjut. Dan untuk melatih kemampuan yang dimiliki peneliti dengan menerapkan dan membandingkan teori yang telah didapat di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan. Penelitian ini juga diharapkan berguna bagi pihak IAIN Padangsidimpuan pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulis dalam menyusun proposal ini, maka sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I yang terdiri dari latar belakang masalah yang merupakan alasan penulis melakukan penelitian ini, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II Landasan teori, bagian ini diuraikan berbagai teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori harga, promosi, lokasi dan penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

BABIII Metode penelitian, bagian ini memuat tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, uji validasi dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis data, uji hipotesis.

BAB IV Hasil penelitian dan pembahasan, bagian ini memuat diskripsi singkat obyek penelitian, penyajian dan analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup, pada bab bagian akhir akan memuat tentang kesimpulan, saran-saran dari peneliti yang diajukan kepada pihak yang berkepentingan dan lampiran-lampiran yang diperlukan untuk meningkatkan validitas isi skripsi nantinya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Menurut Adiwarman Karim menjelaskan bahwa pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank yaitu pemberian fasilitas dana dan memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan deficit unit.¹ Selanjutnya Kasmir mengemukakan bahwa pembiayaan adalah uang atau tagihan yang 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.²

Berdasarkan defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah suatu aktifitas penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan, untuk dipergunakan dalam aktifitas yang produktif sehingga anggota dapat melunasi pembiayaan tersebut.

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu :

1. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (*mudhārabah* dan *musyarākah*),

¹ Adiwarman Karim, *Bank Islam* (Jakarta: Raja Grafindo, 2008). hlm. 160

² Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001). hlm. 160

2. Pembiayaan dengan prinsip jual beli (*murāba ah, salam, dan istishna*),
3. Pembiayaan atas dasar *Qard* (pinjam meminjam)³.

Pembiayaan dengan prinsip jual beli ditujukan untuk memiliki barang, sedangkan yang menggunakan prinsip sewa ditujukan untuk mendapatkan jasa. Pada pembiayaan yang diterapkan dalam KPR iB Griya dengan prinsip jual beli.

Menurut Sutan Remi Sjahdeni *murāba ah* adalah jasa pembiayaan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli dengan cicilan. Demikian pula yang dikemukakan oleh Sudin Haron prinsip *murāba ah* merupakan konsep jual beli barang di antara dua pihak. Menurut konsep ini kedua pihak setuju menjual dan membeli pada suatu tingkat harga yang didalamnya terkandung segala biaya barang dan juga keuntungan.⁴

b. Fungsi Pembiayaan

Secara perinci pembiayaan memiliki fungsi antara lain:

- 1) Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar-menukar barang dan jasa. Maksudnya seandainya belum tersedia uang sebagai alat pembayaran, maka pembiayaan akan membantu melancarkan lalu lintas pertukaran barang dan jasa.
- 2) Pembiayaan merupakan alat yang dipakai untuk memanfaatkan *idle fund* (adanya deposito bank yang non aktif atau sejumlah dana yang tidak atau belum dimanfaatkan dalam aktivitas usaha perusahaan).

³ Trisadini P. Usanti, Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013). hlm. 10

⁴ *Ibid*, hlm. 28-29

Bank dapat mempertemukan antara pihak yang kelebihan dana dan memerlukan dana. Dana yang *idle* disalurkan kepada pihak yang membutuhkan dana.

- 3) Pembiayaan sebagai alat pengendali harga. Maksudnya pembiayaan akan mendorong meningkatnya jumlah uang beredar, dan peningkatan peredaran uang akan mendorong kenaikan harga. Sebaliknya pembatasan pembiayaan, akan berpengaruh pada jumlah uang yang beredar, dan keterbatasan uang yang beredar dimasyarakat memiliki dampak pada penurunan harga.
- 4) Pembiayaan dapat mengaktifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi yang ada. Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah memiliki dampak pada kenaikan makro – ekonomi. Mitra (pengusaha), setelah mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, akan memproduksi barang, mengolah bahan baku menjadi barang jadi, meningkatkan volume perdagangan, dan melaksanakan kegiatan ekonomi lainnya.⁵

2. KPR Syariah

a. Pembiayaan KPR Syariah

KPR Syariah merupakan salah satu produk pembiayaan bank syariah yang membiayai kebutuhan papan manusia dalam hal pengadaan tempat tinggal (konsumtif), baik baru maupun bekas. Nasabah dapat mengangsur pembiayaan dengan jumlah angsuran yang tidak akan

⁵ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta:Kencana,2011). hlm. 108

berubah selama masa perjanjian. Pembiayaan pemilikan rumah adalah pembiayaan *consumer* jangka pendek, menengah dan panjang untuk membiayai pembelian rumah, ruko, dengan sistem *murābahah*.⁶

Murābahah adalah “muamalah” penyerahan barang dengan menyertakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. *Murābahah* adalah akad jual beli antara dua belah pihak, dimana pembeli dan penjual menyepakati harga jual, yang terdiri atas harga beli ditambah ongkos pembelian dan keuntungan bagi penjual dapat dilakukan secara tunai, bisa juga secara bayar tangguh atau bayar dengan angsuran.⁷

a. Ketentuan Rumah Yang akan Dibeli

- 1) Rumah siap huni
- 2) Bukti pemilikan berupa SHM/SHGB
- 3) Telah memiliki sarana transportasi dan fasilitas umum
- 4) Peruntukan daerah untuk perumahan/perdagangan
- 5) Sudah ada permukiman dan diminati oleh masyarakat.

b. Landasan Syariah

Adapun landasan syariah terkait *murabahah* yaitu dalam Q.s Al-baqarah (275):

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ

⁶Surat Edaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga nomor 092/DIR/Dusy-PDJS/SE/2012

⁷Hery Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013).hlm. 181

الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَاَ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ
 وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya:

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

Q.s An-Nisa, (29)

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
 تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

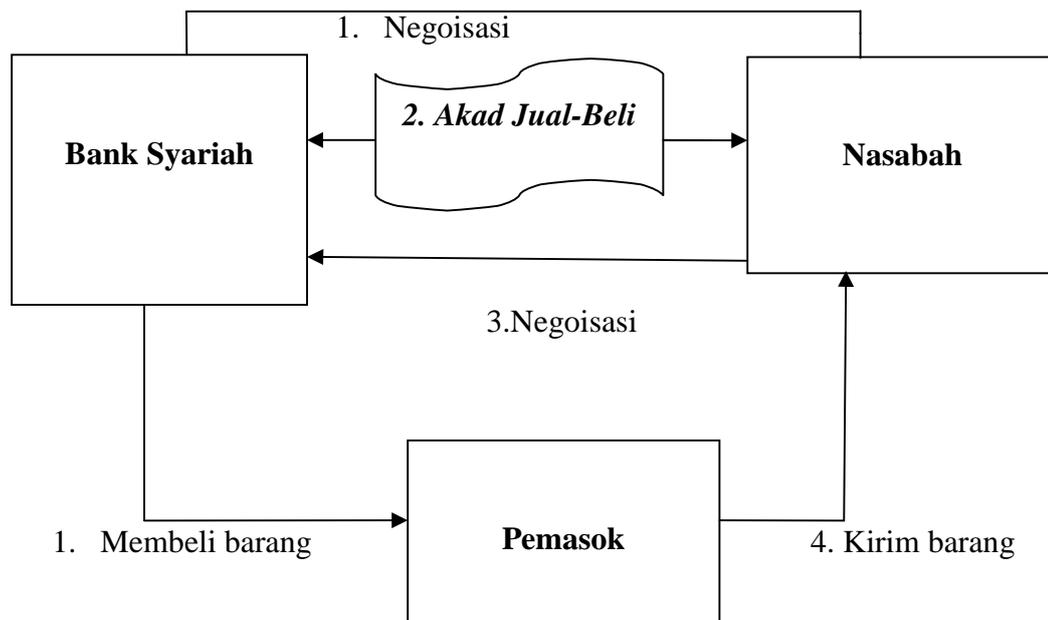
c. Skema KPR Syariah

Skema KPR Syariah yang umum digunakan antara lain:

- 1) Skema Jual-Beli, memberikan kepastian jumlah angsuran yang harus dibayar oleh nasabah setiap bulan. Dengan model ini nasabah tidak akan dipusingkan dengan masalah naiknya angsuran apabila terjadi kenaikan suku bunga besar. Sebab, KPR ini memberikan besarnya nilai angsuran tetap sampai masa angsuran selesai.⁸

Gambar 2.1

Skema Jual-Beli



Keterangan skema:

1. Nasabah mengajukan pembiayaan ke bank syariah
2. Bank Syariah membeli barang yang diinginkan oleh nasabah sebagai objek, dari supplier/penjual.

⁸ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2011). hlm. 102

3. Setelah dicapai kesepakatan antara nasabah dengan bank mengenai barang objek, tarif, periode dan biaya pemeliharannya, maka akad pembiayaan disetujui oleh pihak bank. Nasabah diwajibkan menyerahkan jaminan yang dimiliki.
4. Bank menyerahkan objek kepada nasabah sesuai akad yang disepakati.
 - 2) Skema Sewa-Beli, memberi pilihan kepada nasabah untuk menyewa rumah yang akhirnya dapat dimiliki hingga akhir masa sewa. Dalam skema ini, harga sewa ditentukan secara berkala berdasarkan kesepakatan antara bank dengan nasabah. Umumnya skema ini digunakan untuk pembiayaan KPR Syariah berjangka waktu panjang

Gambar 2.2
Skema Sewa-Beli

1. Negoisasi/Persyaratan



Keterangan skema:

1. Nasabah mengajukan permohonan kepada bank syariah
2. Melakukan akad sewa dengan opsi pemindahan hak milik tanpa akad terikad
3. Melakukan serah terima barang
4. Setelah melakukan serah terima barang maka nasabah membayar uang sewa kepada pihak bank sesuai kesepakatan
5. Pelaksanaan opsi, dimana apabila nasabah memilih untuk menolak akad IMBT maka barang yang diterima akan dikembalikan setelah habis masa

sewa, dan apabila nasabah setuju untuk melakukan akad IMBT maka akan dilakukan pemindahan hak milik.⁹

Untuk kedua jenis KPR Syariah tersebut, nasabah bank syariah juga diuntungkan dengan pilihan bisa melunasi angsuran sebelum masa kontrak berakhir. Jika pada KPR Konvensional nasabah bisa dikenakan penalti, maka bank syariah membebaskan penalti karena harga rumah sudah ditetapkan di awal.

c. Perbedaan KPR Syariah dan KPR Konvensional

Tabel 2.1 Perbedaan KPR Syariah dan KPR Konvensional

No.	KPR Syariah	KPR Konvensional
1.	Angsuran tetap, sehingga tidak perlu khawatir fluktuasi bunga.	Bunga <i>floating</i> atau mengambang dapat berubah sesuai dengan BI <i>Rate</i>
2.	Menggunakan sistem margin	Menggunakan sistem bunga
3.	Menggunakan prinsip <i>murabahah</i> (jual-beli) dalam bentuk objek rumah	Menggunakan prinsip pinjam meminjam
4.	Tidak dikenakan biaya penalti apabila melakukan pelunasan lebih awal	Dikenakan biaya penalti apabila melakukan pelunasan lebih awal

3. Minat

a. Pengertian Minat

Secara bahasa minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah dan keinginan. Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan

⁹ *Ibid*, hlm. 104

bertindak terhadap orang, aktivitas dengan perasaan senang.¹⁰ Minat merupakan sikap seseorang yang mempunyai keinginan yang tinggi terhadap sesuatu atau rasa kemauan yang kuat untuk melakukan suatu hal untuk mencapai sesuatu.¹¹

Ada beberapa ciri-ciri seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa, dapat dilihat:¹²

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Kesediaan untuk membayar barang atau jasa konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan terhadap suatu barang atau jasa, konsumen yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa tersebut, dengan tujuan konsumen yang berminat tersebut dapat menggunakan barang atau jasa tersebut.
- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Konsumen yang memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa akan menceritakan hal yang positif.
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.

¹⁰ Philip Khotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Edisi Pertama* (Jakarta: Salemba Empat, 2000). hlm. 223

¹¹ Tim penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia hlm* (Jakarta : Balai Pustaka, 2001). hlm. 744

¹² Abu Ahmadi, *Psikologi Umum* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998). hlm. 151

Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

- 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Jadi minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh sehingga mendorong keinginan seseorang pada objek tertentu.

b. Faktor-faktor terbentuknya minat

Tiga hal yang dijadikan sebagai acuan terbentuknya minat:

- 1) Kognisi (gejala pengenalan): kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan, dsb) atau usaha mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri.
- 2) Konasi (kemauan): merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan.
- 3) Emosi : kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila berhadapandengan objek tertentu dalam lingkungannya¹³

Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor terbentuknya minat adalah gejala pengenalan melalui pengalaman sendiri,

¹³Bilson Simamora, *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007). hlm. 107

kemauan terhadap sesuatu dan perasaan yang khas terhadap objek tertentu.

Adapun indikator-indikator minat beli menurut Crow, sebagai berikut :

- a) Ketertarikan, yaitu ketertarikan konsumen yang menimbulkan rasa senang, puas dalam diri seseorang yang yang dapat membangkitkan rasa ingin membeli.
- b) Perhatian, yaitu keaktifan pikiran, akal, ingatan yang dapat membangkitkan rasa ingin membeli.
- c) Pencarian informasi, yaitu adanya rasa ingin tahu yang membangkitkan rasa ingin membeli.¹⁴

4. Nasabah

a. Pengertian Nasabah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.¹⁵ Nasabah dibagi menjadi dua yaitu nasabah debitur dan nasabah kreditur. Nasabah debitur merupakan nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah, berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹⁶

Menurut Dwi Suwiknyo “ nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau

¹⁵*Ibid.* hlm.775.

¹⁶Eti Rochaety dan Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005). hlm.229.

yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹⁷ Sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹⁸

5. Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam bentuk uang. Harga menurut Kotler dan Keller adalah sejumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk dan jasa.¹⁹ Adapun harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai jual atau beli produk KPR iB Griya PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.²⁰

Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam mengalami permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, keuntungan pasar yang dicapai oleh perusahaan.

¹⁷Dwi Suwiknyo, *Kamus Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Total Media, 2009). hlm. 184.

¹⁸Eti Rochaety dan Ratih Tresnati, *Op. Cit.*

¹⁹Henry, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jakarta: Salemba Empat, 2003). hlm. 164

²⁰Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modren* (Yogyakarta: Andi, 2007). hlm. 8

Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha. Dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah harga komponen produk, biaya operasional, biaya biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya.

Rangkuti mengemukakan indikator dari harga adalah, penilaian mengenai harga secara keseluruhan yaitu harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan, besarnya angsuran yang diberikan, harga sesuai dengan ditempat lain atau harga pasaran, dan jangka waktu yang ditetapkan oleh perusahaan.²¹

Faktor yang tidak langsung namun erat hubungannya dengan penetapan harga adalah harga produk yang sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan harga produk substitusi dan produk komplementer, sistem potongan (*discount*) untuk para penyalur dan konsumen. Karena pengaruh tersebut, seorang produsen harus memperhatikan dan memperhitungkan faktor-faktor tersebut dalam penentuan kebijakan harga yang akan ditempuh, sehingga nantinya dapat memenuhi harapan produsen itu untuk dapat bersaing dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen.

²¹Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009). hlm.

b. Tujuan penentuan harga

Dalam penentuan harga disebuah usaha perbankan harus ditetapkan dengan hati-hati. Dalam menentukan harga harus dipertimbangkan berbagai hal, misalnya tujuan penentuan harga tersebut. Ada beberapa tujuan penentuan harga secara umum yaitu:²²

- 1) Untuk bertahan hidup, artinya dalam kondisi tertentu terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi. Dalam hal ini bank menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran.
- 2) Untuk memaksimalkan laba dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba juga meningkat.
- 3) Untuk memperbesar *market share*, dengan harga yang murah sehingga diharapkan jumlah nasabah meningkat dan diharapkan pula nasabah pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.
- 4) Mutu produk, untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi.
- 5) Karena pesaing, tujuannya adalah harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.

Berdasarkan hal tersebut, maka yang menjadi tujuan dalam menentukan harga yaitu untuk memperoleh laba, memperbesar *market share*, dan untuk bertahan hidup karena banyaknya pesaing.

²²Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010). hlm. 137

Dalam membeli suatu produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas saja, tetapi juga mempertimbangkan kualitas harganya. Harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian. Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk. Konsumen memilih suatu produk tersebut karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut.

6. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan memperkenalkan tentang suatu usaha dalam rangka menunjang produksi barang yang dihasilkan.²³ Promosi adalah usaha perusahaan untuk mempengaruhi calon pembeli melalui pemakaian segala unsur atau bauran pemasaran.²⁴ Promosi merupakan suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi membeli dan mengingat produk tersebut.²⁵

Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Dalam menentukan

²³Tim penyusun, *Loc.Cit* .hlm. 898

²⁴Akhmad Kamaruddin,*Dasar-dasar Manajemen Investasi*(Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000). hlm.

alat promosi, manajer pemasaran bank harus mengenal ciri masing-masing alat promosi yang akan digunakan tersebut. Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan secara umum adalah sebagai berikut.²⁶

1) Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan dalam hal ini adalah bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk yang sejenis yang di tawarkan oleh pesaing. Jenis-jenis media yang dipergunakan sebagai sarana periklanan antara lain : surat kabar dan majalah, surat pos langsung, televisi, papan reklame, dan sebagainya.²⁷

2) Promosi penjualan (*Sales promotion*)

Promosi penjualan adalah upaya untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk membeli segera setiap produk atau jasa yang di tawarkan. Kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang-ulang ditujukan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat lainnya

²⁶ M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012). hlm. 170

²⁷ *Ibid.*, hlm. 174.

dengan menggunakan bentuk yang berbeda. Karena waktunya yang singkat promosi penjualan dilakukan semenarik mungkin dengan cara memberikan *discount*, kontes, kupon atau sampel produk.²⁸

3) Penjualan sendiri (*Personal selling*)

Personal selling penjualan pribadi yang paling sering diidentikkan sebagai pemasaran oleh masyarakat. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai dengan pejabat bank. Secara khusus kegiatan *personal selling* dapat diwakili oleh *account officer* atau dengan cara merekrut tenaga kerja wiraniaga (*salesman* atau *salesgirl*) untuk melakukan penjualan *door to door*. Penjualan secara *personal selling* akan memberikan keuntungan bagi bank antara lain : bank dapat bertatap muka langsung dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci, petugas bank dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argumentasi logis yang dimiliki oleh bank, dan memungkinkan hubungan terjalin akrab antara pihak bank dengan nasabah.

²⁸*Ibid.*, hlm. 178.

4) Publisitas (*Publicity*)

Dimana kegiatan promosi ini untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, pembukaan promosi di pusat perbelanjaan, *sponsorship* kegiatan, mendukung atau berperan serta dalam kegiatan amal, seperti penggalangan dana bencana alam, dsb. Kegiatan publisitas untuk meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya. Merupakan ruang *editorial* yang terdapat disemua media yang dibaca, dilihat atau didengar untuk membantu mencapai tujuan penjualan agar nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah. Alat publisitas antara lain : hubungan *pers*, komunikasi perusahaan, *lobbying* (kerjasama dengan ahli hukum atau pejabat pemerintah setempat), bimbingan kepada manajemen.²⁹

Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

²⁹ *Ibid.* hlm. 180

Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui :³⁰

- 1) Pemberian bagi hasil khusus untuk jumlah dana yang relatif besar, walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat misalnya untuk simpanan yang jumlahnya besar.
- 2) Pemberian intensif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo yang loyal.
- 3) Pemberian cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.
- 4) Dan promosi penjualan lainnya.

Salah satu kegiatan yang dilakukan agar produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan laku dijual ke masyarakat atau nasabah adalah kegiatan promosi. Masyarakat, nasabah, atau calon nasabah perlu mengetahui kehadiran produk tersebut. Cara untuk memperhitungkannya kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi.

Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah bank. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis

³⁰Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta : Rajawali, 2014). hlm. 248

produk yang ditawarkan dan menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.

7. Lokasi

a. Pengertian lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan.³¹ Lokasi yang menjadi daya tarik bagi nasabah adalah lokasi yang aman dan tentram. Lokasi ini harus ditempatkan sedemikian rupa agar mudah dijangkau oleh nasabah. Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah untuk mendekatkan diri dengan nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah pembiayaan.

Lokasi adalah letak dari suatu perusahaan atau suatu toko pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan dapat diraih. Strategi lokasi yang seringkali dianggap hal yang sepele, namun ternyata dapat berdampak signifikan terhadap kelangsungan bank.

Hal-hal yang yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah pertimbangan sebagai berikut:³²

³¹Kasmir, *Op.Cit.* hlm. 145

³²Kasmir, *Ibid*, hlm. 148

- 1) Berada dipusat kota, suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum.
- 2) Dekat dengan pasar, lokasi yang dekat dengan pasar memudahkan konsumen dalam bertransaksi ke bank.
- 3) Lokasi yang strategis, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen.
- 4) Mudah dijangkau dan aman, lokasi yang berada dipusat kota dan penempatan lokasi yang strategis membuat konsumen tidak bingung ketika ingin bertransaksi ke bank.

Menurut beberapa nasabah, tempat merupakan suatu hal yang dapat menarik minat nasabah untuk melakukan transaksi dan mampu mempersuasi masyarakat untuk menggunakan produk-produk serta jasa-jasa bank. Jadi tempat juga memegang peranan yang kuat dalam menarik minat nasabah meningkatkan jumlah nasabah dalam suatu bank.

Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah untuk mendekatkan diri dengan nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah sumber pembiayaan, namun selain itu terdapat beberapa tujuan dalam penentuan lokasi bank, yaitu:³³

- 1) Memudahkan pelayanan nasabah dengan mendekati dan memudahkan pencapaiannya (*aksebilitas*). Termasuk dalam

³³Kasmir, *Ibid*

pengertian aksesibilitas ini adalah bukan hanya dekat jarak, tetapi juga kemudahan menjangkaunya dari angkutan umum, terletak di jalan yang mudah dijangkau.

- 2) Kemudahan pemasangan dan ketersambungan dengan jejaring teknologi.
- 3) Lokasi bank memungkinkan menata kantor dan tata letak *in dan outdoor* dengan leluasa sehingga mendukung ketersediaan parkir, ruang layanan, ruang tunggu dan sarana layanan lainnya sehingga mampu membuat kenyamanan dan kepuasan nasabah dalam memanfaatkan produk dan jasa bank.
- 4) Tata letak dalam kantor memungkinkan sistem antrian yang efektif sekaligus efisien. Dukungan penataan udara ruangan, kelapangan lokasi antrian, dukungan hiburan di tempat antrian (*audio-video*) adalah hal yang perlu diperhatikan.
- 5) Memudahkan tenaga kerja penggerak kantor bank dalam mencapainya. Hal ini diharapkan dapat memudahkan karyawan dalam melayani nasabah dengan baik tanpa diganggu dengan keterlambatan masuk kantor dengan alasan jalan ramai dan padat.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan erat kaitannya dengan masalah-masalah penelitian yang dilakukan setelah melakukan penelusuran terhadap penelitian terdahulu yang masalahnya terdapat kaitannya dengan masalah yang diteliti sebagai berikut:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
1	M.Affandi Susanto Fakultas Ekonomi dan Bisnis (USU) Di Kecamatan Medan Tuntungan (2012)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih Bank Syariah Sebagai Sumber Kredit Kepemilikan Rumah (KPR). Kecamatan Medan Tuntungan.	Independen (X): X ₁ (Margin), X ₂ (Pelayanan), X ₃ (Promosi). Dependen (Y) : Minat Masyarakat	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa margin keuntungan bank mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan, sedangkan pelayanan dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat di Kecamatan Medan Tuntungan dalam memilih Bank Syariah sebagai sumber Kredit Pemilikan Rumah (KPR), dan penelitian ini juga menunjukkan bahwa pelayanan merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat di Kecamatan Tuntungan Medan dalam memilih Bank Syariah sebagai sumber Kredit Pemilikan Rumah (KPR) selanjutnya diikuti dengan promosi dan margin

				keuntungan bank sebagai faktor yang juga mempengaruhi minat masyarakat.
2	Tiur Malasari PT. Bank Syariah Mandiri KCP Batangtoru Perbankan Syariah (2015)	Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Batangtoru terhadap produk KPR Griya BSM KCP Batangtoru.	Independen (X): X_1 (Harga), X_2 (Pelayanan), X_3 (Promosi). Dependen (Y) : Minat masyarakat	Berdasarkan hasil perhitungan regresi berganda diperoleh persamaan $Y = 5,591 - 0,158X_1 + 0,807X_2 + 0,308X_3$, kemudian dari uji F diperoleh F_{hitung} adalah 15,40 sedangkan F_{tabel} untuk $n=53$ dan df 2 ($n-k-1$)= 49 adalah 2,79 maka dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,40 > 2,79$) sehingga diperoleh kesimpulan bahwa faktor harga, pelayanan, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap masyarakat memilih KPR Griya BSM.
3	Suzy Widayari dan Erna Triastuti, Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang,	Analisis Pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi pada perumahan Graha Estetika Semarang	Independen (X) X_1 =Produk X_2 =Harga X_3 =Promosi X_4 =Lokasi Depedennya (Y) Keputusan pembelian rumah	Dengan hasil perhitungan regresi berganda $Y = 0,293 X_1 + X_2 + X_3 + 0,184 X_4$. Kemudian dari uji F dalam penelitian ini $F_{hitung} > F_{tabel}$

	pada Perumahan Graha Estetika Semarang (2009)			(31,004>3,115) dan signifikansi 0,000>0,05, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel produk, harga, promosi dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian rumah diperusahaan Graha Estetika Semarang.
4	C.Prihandoy, Imam Arywibowo dan Ayu awallyah , Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan pada Perumahan Pelangi Grand Residence Balikpapan (2013)	Analisis Pengaruh harga, lokasi, bangunan dan lingkungan pada perumahan Pelangi Grand Residence Balikpapan	Independen (X) X ₁ =Harga X ₂ =Lokasi X ₃ =Bangunan X ₄ = Lingkungan Dependennya (Y) (Keputusan Pembelian Rumah)	hasil penelitian maka diperoleh nilai F_{hitung} 94,937 > F_{tabel} 2,45, pada signifikan sebesar 0,000<0,05 dan diperoleh nilai koefisien korelasi (R)=0,876 nilai berarti terdapat adanya hubungan yang kuat antara variabel harga, lokasi, bangunan dan lingkungan terhadap keputusan membeli, dengan $(R^2)=0,768$ (76,8%) menunjukkan bahwa kontribusi variabel pengaruh harga, lokasi, bangunan dan lingkungan terhadap keputusan membeli dan 23,2%

				dipengaruhi oleh faktor lain.
--	--	--	--	-------------------------------

Perbedaan dan persamaan antara peneliti dan peneliti terdahulu:

- a. Perbedaan dengan penelitian M. Affandi Susanto dengan peneliti yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti, penelitian terdahulu meneliti variabel Margin (X_1), Pelayanan (X_2), variabel Promosi (X_3), dan Minat Nasabah (Y) sedangkan peneliti memiliki variabel yang akan diteliti yakni Harga (X_1), Promosi (X_2), Lokasi (X_3), dan Minat (Y). Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti variabel promosi, terhadap minat.
- b. Perbedaan dengan penelitian Tiur Malasari dengan peneliti yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti, penelitian terdahulu meneliti variabel Harga (X_1), Pelayanan (X_2), Promosi (X_3) dan Minat Nasabah (Y) sedangkan peneliti memiliki variabel yang akan diteliti yakni Harga (X_1), Promosi (X_2), Lokasi (X_3), dan Minat (Y). Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti variabel harga, promosi, terhadap minat.
- c. Perbedaan dengan penelitian Suzy Wisyasari dan Erna Triastuti dengan peneliti yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti, penelitian terdahulu meneliti variabel Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi(X_3), Lokasi (X_4) dan Minat Nasabah (Y) sedangkan peneliti memiliki variabel yang akan diteliti yakni Harga (X_1), Promosi (X_2), Lokasi (X_3), dan Minat (Y). Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti variabel harga, promosi, dan lokasi terhadap minat.

- d. Perbedaan dengan penelitian C.Prihandoyo, Imam Arywibowo dan Ayu Awallyah dengan peneliti yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti, penelitian terdahulu meneliti variabel Harga(X_1), Bangunan (X_2), Lokasi (X_3), Bangunan (X_4) dan Minat Nasabah (Y) sedangkan peneliti memiliki variabel yang akan diteliti yakni Harga (X_1), Promosi (X_2), Lokasi (X_3), dan Minat (Y). Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti variabel harga, dan lokasi terhadap minat.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan “ Model koseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.³⁴

Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam bentuk uang. Adapun harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai jual beli atau beli produk KPR iB Griya PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

Promosi merupakan memperkenalkan tentang suatu usaha dalam rangka menunjang produksi barang yang dihasilkan. Dalam menentukan alat promosi, manajer pemasaran bank harus mengenal ciri masing-masing alat promosi yang akan digunakan tersebut. Secara garis besar empat macam sarana promosi yang digunakan oleh perbankan sarana umum adalah, periklanan, (*advertising*), promosi penjualan, penjualan pribadi, publisitas.

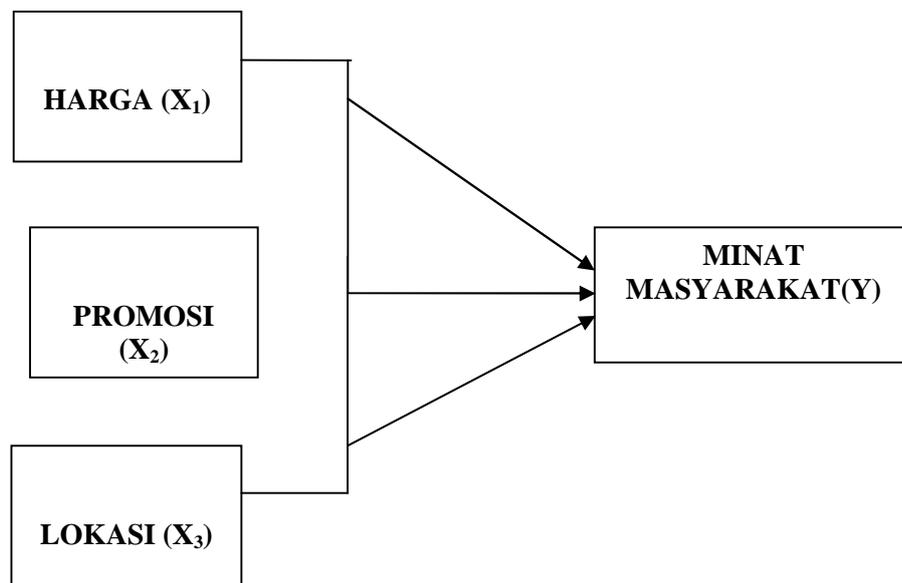
³⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm.88

Lokasi merupakan tempat dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Lokasi adalah letak dari suatu perusahaan atau suatu toko pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba.

Minat merupakan sikap seseorang yang mempunyai keinginan yang tinggi terhadap sesuatu atau rasa kemauan yang kuat untuk melakukan suatu hal untuk mencapai sesuatu, sedangkan yang disebut dengan nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.

KPR syariah merupakan salah satu produk pembiayaan bank syariah yang membiayai kebutuhan papan manusia dalam hal pengadaan tempat tinggal (konsumtif), baik baru maupun bekas.

Gambar 2.3 Kerangka Pikir



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

- a. H_{a1} = Terdapat pengaruh harga terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank Syariah Cabang Syariah Sibolga.
- b. H_{a2} = Terdapat pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
- c. H_{a3} = Terdapat pengaruh lokasi terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
- d. H_{a4} = Terdapat pengaruh harga, promosi, dan lokasi terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan pada PT.Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga yang beralamat di Jl. Sisingamangaraja No. 56 C Sumatera Utara Kota Sibolga dengan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan bulan September 2016.

B. Jenis penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif (*description research*) kuantitatif. Tujuan penelitian deskriptif kuantitatif adalah untuk menggambarkan atau memecahkan masalah secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.¹ Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian paling sederhana, dibandingkan dengan penelitian-penelitian yang lain karena dalam penelitian ini peneliti tidak melakukan apa-apa terhadap objek atau wilayah yang diteliti.² Ini artinya bahwa dalam penelitian, peneliti tidak mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian. Dan jenis dari penelitian deskriptif yang peneliti gunakan adalah penelitian korelasi sebab akibat dimana peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh harga, promosi serta lokasi terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

¹Usman Rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012).hlm. 30

²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011). hlm. 3

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Suharsimi Arikunto menjelaskan populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.³ Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah nasabah KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga sampai dengan September tahun 2016 yang berjumlah 313 orang.

b. Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi.⁴ Kemudian menurut Sugiyono “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”⁵ Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka teknik yang digunakan adalah *simple random sampling*. Karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Karena keterbatasan waktu, tenaga dan pikiran peneliti mengambil pedoman penelitian dalam pengambilan sampel sebagaimana dikemukakan Slovin dengan nilai error sebesar 10%.

Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan *Rumus Slovin* digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlah

³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010). hlm. 173

⁴Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009). hlm. 118.

⁵Sugiyono, *Op.Cit.*. hlm. 121.

nasabah KPR iB Griya sebanyak 313 orang. Untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 10%.

Rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, kemudian dikuadratkan.

Berdasarkan Rumus Slovin, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ n &= \frac{313}{1 + 313(0,10)^2} \\ &= \frac{313}{4,13} \\ &= 75 \text{ Responden} \end{aligned}$$

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian ini adalah :

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat baik dilakukan melalui wawancara, observasi dan alat lainnya.⁶Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari 75 orang nasabah yaitu nasabah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga yang menjadi sampel dalam penelitian ini dengan penyebaran angket.
- b. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan dari sumber-sumber yang telah ada.⁷Data Sekunder dalam penelitian ini adalah data jumlah nasabah pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga, jumlah penduduk Kabupaten Tapanuli Tengah.

E. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Dalam penelitian ini menggunakan skala *Interval* dan *Rasio* dimana skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

⁶Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004). hlm. 134

⁷*Ibid.* hlm. 88

sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Untuk pemberian skor skala *Interval* ini sebagai berikut :

- a. jawaban SS diberi skor 5
- b. jawaban ST diberi skor 4
- c. jawaban RR diberi skor 3
- d. jawaban TS diberi skor 2
- e. jawaban STS diberi skor 1

F. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Pengumpulan Data

a. Teknik Pengumpulan Data

Dalam usahamemperoleh data-data yang peneliti perlukan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data adalah bagian instrument pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Berikut adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Metode Angket adalah alat penelitian berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden.⁸ Angket ini diberikan kepada responden yaitu Nasabah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
- 2) Metode Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data penelitian yang diterapkan dengan cara peneliti menyidiki benda-benda tulis seperti buku-buku, majalah atau brosur, dokumen catatan harian dan sebagainya.

⁸Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001). hlm. 135

Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi tentang profil, dan produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

G. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.

Titik tolak dari penyusunan adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberi definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikator yang diukur. Dari indikator itu kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3.2
Kisi-kisi angket

No	Variabel	Indikator	Nomor soal
1	Harga (X_1)	1. Ketetapan harga perusahaan 2. Besarnya angsuran 3. Harga sesuai pasaran 4. Jangka waktu	1,3,7 2,6 4,5 8,9,10
2	Promosi (X_2)	1. Periklanan 2. <i>Personal selling</i> 3. Promosi penjualan 4. Publisitas	11,17,18 12,20 13,15,19 14,16
3	Lokasi(X_3)	1. Berada diipusat kota 2. Dekat dengan pasar 3. Lokasi yang strategis	27,29 22,24

		4. mudah dijangkai dan aman	23,26,30 21,25,28
4	Minat nasabah (Y)	1. Ketertarikan 2. Perhatian 3. Pencarian informasi	32,35,37,39 33,36,40 31,34,38

H. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validasi

Validasi adalah suatu instrument dikatakan valid jika yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Untuk menilai apakah isi instrument mempunyai validasi yang tinggi atau tidak, maka perlu dilakukan uji validasi. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument.⁹ Sugiyono dan Wibowo menjelaskan, ketentuan validitas instrument sah apabila r hitung lebih besar dari r tabel.

Setelah pengujian konstruksi dari ahli dan berdasarkan pengalaman empiris dilapangan selesai, maka diteruskan dengan uji coba instrument-instrument tersebut dicoba pada sampel dari mana populasi diambil.

Untuk menguji validasi instrument penelitian ini dapat digunakan dengan alat bantuan program SPSS versi 22,0. Pengujian validitas dilakukan dengan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian sebagai berikut:

⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006). hlm 144.

- a. Jika r hitung $>$ r tabel (uji 2 sisi dengan signifikan 0,05) maka instrument atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika r hitung $<$ r tabel (uji 2 sisi dengan signifikan 0,05) maka instrument atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono uji reliabilitas yaitu “kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya atau dapat dihandalakan.”¹⁰ Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Untuk memperoleh indeks reliabilitas soal menggunakan *test-retest (stability)*, *equivalent*, dan gabungan keduanya. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (), variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* () $>$ 0,60. Jika nilai *Croanbach Alpha* $<$ 0,60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “tidak reliable”.

I. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji koefisien regresi akan dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik dan tidak biasa memenuhi beberapa asumsi yang disebut sebagai asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik dengan menggunakan SPSS versi 22,0.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 120

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang di hasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Metode Grafik dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-P *of regression standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya. Jika titik – titik menyebar sekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai VIF lebih kecil dari 5 ($VIF < 5$) dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 ($tolerance > 0,1$).¹¹

3. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi diragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel

¹¹ Dwi Priatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta:Madiacom,2008). hlm. 28

bebas sehingga kesalahan tersebut tidak *random* (acak). Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitasnya apabila diagram pencar *residual* membentuk pola tertentu.¹²

4. Uji Autokolerasi

Autokolerasi sering dikenal dengan nama korelasi serial, dan sering ditemukan pada data serial waktu (*time series*). Regresi yang terdeteksi autokolerasi dapat berakibat pada biasanya interval kepercayaan dan ketidak penerapan uji F dan uji t. Untuk mengetahui apakah persamaan regresi ada atau tidak autokolerasi akan digunakan pendekatan *Durbin Watson*. Dalam model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokolerasi. Autokolerasi pada sebagian kasus ditemukan pada regresi yang datanya *time series*, atau berdasarkan waktu berkala, seperti bulanan, tahunan, dan seterusnya.

Untuk menguji autokolerasi biasanya dipakai uji *Durbin Watson* (DW). Dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Terjadi autokolerasi jika angka *Durbin Watson* (DW) dibawah - 2 atau diatas +2.
- 2) Tidak terjadi autokolerasi jika angka *Durbin Watson* (DW) di antara -2 dan +2.¹³

J. Analisis Data

Menurut Bambang Prasetyo: “ Analisis data merupakan suatu proses lanjutan dari proses pengolahan data untuk melihat bagaimana

¹²*Ibid.* hlm. 154.

¹³ Jonathan Sarwono, *Rumus-rumus populer dalam SPSS 22 Untuk Riset Skripsi* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2015). hlm. 111

menginterpretasikan data.” Sehingga data tersebut dapat memberikan suatu kesimpulan atau memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti.

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data. Maka dilakukan analisis data dan pengolahan data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah metode SPSS.

a. Analisis regresi berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

Dimana: Y = Minat Nasabah

a = konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien korelasi ganda

X_1 = Harga

X_2 = Promosi

X_3 = Lokasi

e = *errof of term*

b. Koefisien Determinasi yang di sesuaikan (adjusted R^2)¹⁴

Koefisien determinasi yang disesuaikan (adjusted R^2) digunakan untuk menggeneralisasikan adjusted R^2 pada populasi, karena ada unsur estimasi populasi didalamnya.

¹⁴ Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi, 2010), hlm. 103.

Analisa determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Makin banyak variabel yang tercakup dalam model, makin menaik fungsi tersebut, artinya makin besar nilai adjusted R^2 tersebut. Jadi, setiap penambahan variabel bebas dalam model akan memperbesar nilai adjusted R^2 . Jika disubsitusikan akan diperoleh rumus sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - (1 - R^2)(n-1)/(n-k)$$

Dari rumus tersebut jelas bahwa

1. Jika $K > 1$, maka $(\text{adjusted } R^2) < R^2$, yang berarti bahwa apabila banyaknya variabel bebas ditambah, $(\text{adjusted } R^2)$ dan R^2 akan sama-sama meningkat, tetapi peningkatan adjusted R^2 lebih kecil daripada R^2 .
2. Adjusted R^2 dapat positif atau negatif, walaupun R^2 selalu non-negatif. Jika adjusted R^2 negatif nilainya dianggap 0 ($\text{adjusted } R^2 = 0$)¹⁵

K. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

¹⁵ Muhammmad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2011), hlm. 132-133

1. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

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

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

Dalam menggunakan perhitungan dengan *software* SPSS, dengan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.¹⁶

2. Uji F

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

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_0 ditolak.¹⁷

¹⁶ Setiawan & Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi, 2010). hlm. 64-65

¹⁷ *Ibid*, hlm. 81

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga

1. Sejarah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga

Gagasan dan wacana untuk mendirikan Unit/Divisi usaha Syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama di kalangan stakeholder PT. Bank SUMUT, khususnya direksi dan komisaris. Sejak dikeluarkannya UU No. 10 tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah. Pendirian Unit Usaha syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya Umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran-Nya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi.

Komitmen untuk mendirikan unit usaha syariah semakin menguat seiring dikeluarkannya fatwa majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga haram. Tentunya, fatwa ini mendorong keinginan masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa-jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dari hasil survei yang dilakukan 8 (Delapan) kota di Sumatera Utara, menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap pelayanan Bank Syariah cukup tinggi yaitu mencapai 70 persen untuk tingkat ketertarikan dan diatas 50 persen untuk keinginan mendapatkan pelayanan perbankan syariah.

Atas dasar ini, dan komitmen PT. Bank Sumut terhadap pengembangan layanan perbankan syariah maka pada tanggal 04 November 2004 PT. Bank Sumut membuka Unit usaha syariah dengan 2 (dua) kantor

cabang syariah yaitu kantor Cabang Syariah Medan dan kantor cabang syariah Padang Sidempuan.

Pada Oktober 2010 PT. Bank SUMUT membuka kembali kantor cabang syariah di Kota Sibolga, yang beralamat di Jalan SM Raja, samping terminal terpadu Sibolga. Peresmian dilakukan Dirut PT Bank Sumut, Gus Irawan Pasaribu.

Pada peresmian PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga Gus Irawan mengatakan, pembukaan kantor cabang ini untuk melayani kebutuhan masyarakat di Kota Sibolga dan Kabupaten Tapanuli Tengah. PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga ini akan memudahkan masyarakat Sibolga bertransaksi dengan sistem syariah. PT. Bank SUMUT Cabang Syariah dilengkapi dengan fasilitas mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga semakin berkembang dengan membangun kantor cabang dan beberapa kantor cabang pembantu. Salah satu kantor cabang yang didirikan di daerah Sibolga Kabupaten Tapanuli Tengah Sumatera Utara. PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga didirikan pada tahun 2010 yang dipimpin oleh bapak Agus Abdillah sebagai pimpinan pertama sampai dengan sekarang.

2. Visi dan Misi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga

a. Visi

Meningkatkan keunggulan Bank Sumut Syariah dengan memberikan layana yang lebih luas berdasarkan prinsip syariah sehingga mendorong

partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah, dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.

b. Misi

- 1) Meningkatkan posisi PT. Bank Sumut melalui prinsip layanan perbankan syariah yang aman, adil, dan saling menguntungkan serta dikelola secara profesional dan amanah.
- 2) Melalui pengembangan layanan perbankan syariah diharapkan PT. Bank Sumut dapat berperan lebih besar sesuai dengan visi dan misinya. Lebih lanjut, pengembangan usaha ini juga ditargetkan dapat meningkatkan profitabilitas PT. Bank Sumut sekaligus memperkuat tingkat kesehatannya.

3. Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga

Manajemen merupakan suatu proses yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan organisasi melalui rangkaian berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian orang-orang serta sumber daya organisasi lainnya.

Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana memperlihatkan wewenang dan tanggung jawab, baik secara vertikal maupun horizontal serta memberikan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada untuk membentuk pemimpin atau ketua umum dalam mengidentifikasi, mengkoordinir tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi.

Struktur organisasi merupakan alat untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dalam memudahkan komunikasi serta kontrol atas semua aktivitas

yang bertanggung jawab dalam tugas wewenang dalam perusahaan masing-masing bagian. Struktur organisasi Bank Sumut Syariah Sibolga senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Manajemen Bank Sumut Syariah melakukan restrukturisasi organisasi, dimana tujuannya untuk menjadikan organisasi lebih fokus dan efisien, dalam hal menyatukan beberapa unit yang memiliki karakteristik yang sama dalam hal direktorat.

Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga dalam manajemennya memiliki struktur serta fungsi dan peran yang telah ditentukan sehingga tidak terjadi benturan kewajiban, hak dan tanggung jawab masing-masing daya insani yang dimiliki.

Adapun struktur organisasi pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga adalah sebagai berikut:

4. Produk-produk pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga

PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga memiliki produk penghimpunan dana dan penyaluran dana, untuk selengkapnya kita dapat melihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Produk-produk PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga

No	Produk Penghimpunan (<i>Funding</i>)	Produk Penyaluran (<i>Lending</i>)
1	Tabungan iB Martabe Wadiah (Marwah)	Gadai Emas iB SUMUT Cabang Syariah Sibolga
2	Tabungan Makbul	
3	Tabungan iB Maratabe Mudharabah (Marhamah)	Pembiayaan iB Serbaguna
4	Deposito iB Ibadah	
5	Giro iB Wadiah	
6	Giro iB Mudharabah	Pembiayaan iB Modal Kerja

B. Analisis Deskriptif

Di dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga, promosi, dan lokasi terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan KPR iB Griya PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga melalui penyebaran angket kepada 75 responden. Pada analisis deskriptif ini, data responden dijelaskan melalui data tunggal. Data responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari penelitian. Adapun proses penelitian dan penyebaran angket yang dilakukan peneliti yaitu mulai September sampai dengan Oktober 2016. Untuk memperoleh nilai rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.2
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	75	3	4	3.68	.078
Promosi	75	1	2	1.58	.075
Lokasi	75	1	2	1.40	.102
Minat Nasabah	75	1	1	1.30	.022
Valid N (listwise)	75				

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah 2016)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel harga dengan jumlah data (N) sebanyak 75 mempunyai nilai rata-rata sebesar 3,68, dengan minimal sebesar 3, dan maksimal sebesar 4, sedangkan tandar deviasinya sebesar 0,078.

Variabel promosi dengan jumlah data (N) sebanyak 75 mempunyai nilai rata-rata sebesar 1,58, dengan minimal sebesar 1, dan maksimal sebesar 2, sedangkan tandar deviasinya sebesar 0,075.

Variabel lokasi dengan jumlah data (N) sebanyak 75 mempunyai nilai rata-rata sebesar 1,40, dengan minimal sebesar 1, dan maksimal sebesar 2, sedangkan tandar deviasinya sebesar 0,102.

Variabel minat nasabah dengan jumlah data (N) sebanyak 75 mempunyai nilai rata-rata sebesar 1,30, dengan minimal sebesar 1, dan maksimal sebesar 1, sedangkan tandar deviasinya sebesar 0,022.

C. Pembahasan Deskriptif Data Penelitian

1. Uji Validasi dan Reliabilitas

Sebelum angket diberikan kepada responden terlebih dahulu divalidasikan kepada 2 orang validator yang ahli dalam bidangnya, guna

untuk memperoleh angket yang layak dan mudah dipahami oleh responden. Setelah dinyatakan valid oleh validator, kemudian angket tersebut diuji coba kepada 75 orang responden untuk mencari validitas (kesahihan) dan reliabilitas (konsistensi).

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 75 responden dengan 10 butir pernyataan untuk variabel X_1 , X_2 , X_3 dan 10 butir pernyataan untuk variabel (Y), dan tingkat signifikansi 10% sehingga r_{tabel} diperoleh 0,296. Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *Correlated item total* pada output SPSS Versi 22 yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.3
Uji Validasi Harga (X_1)

Item pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga1	34.97	7.675	.442	.735
Harga2	35.17	7.605	.333	.755
Harga3	35.32	7.491	.439	.736
Harga4	35.56	7.601	.509	.727
Harga5	35.57	7.599	.527	.725
Harga6	35.68	8.626	.341	.751
Harga7	35.83	7.740	.467	.732
Harga8	35.93	7.523	.484	.729
Harga9	36.12	7.512	.475	.730
Harga10	36.48	7.685	.303	.760

Sumber: Hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2016)

Dari hasil uji validitas harga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan adalah valid. Berdasarkan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dimana r_{tabel}

untuk $n = 75$ adalah 0,296. Dimana r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item Total Correlation* (pada tabel diatas).

Tabel 4. 4
Hasil Uji Validasi Harga

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga1	0,442	0,296	Valid
Harga2	0,333		Valid
Harga3	0,439		Valid
Harga4	0,509		Valid
Harga5	0,527		Valid
Harga6	0,341		Valid
Harga7	0,467		Valid
Harga8	0,484		Valid
Harga9	0,475		Valid
Harga10	0,303		Valid

Sumber : Hasil output SPSS 22 (data diolah 2016)

Dari tabel di atas terlihat bahwa masing-masing item pernyataan untuk harga (X_1) , dinyatakan valid karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif 0, 296. Dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel harga adalah valid.

Hasil pengujian reliabilitas instrumen variabel harga dengan menggunakan program SPSS versi 22 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas Harga

Cronbach's Alpha	N of Items
.758	10

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah 2016)

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variebel harga adalah $0,758 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel harga adalah reliabel.

Tabel 4.6
Uji Validasi Promosi

Item Pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Promosi1	35.04	8.012	.385	.820
Promosi2	35.05	7.943	.400	.819
Promosi3	35.15	7.803	.361	.822
Promosi4	35.40	7.162	.526	.807
Promosi5	35.72	7.123	.601	.799
Promosi6	35.88	7.296	.604	.801
Promosi7	36.31	6.297	.738	.780
Promosi8	36.61	6.835	.562	.803
Promosi9	37.00	7.541	.364	.824
Promosi10	37.12	6.918	.563	.803

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah 2016)

Dari hasil uji validitas promosi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 75$ adalah 0,296. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item- Total Correlation* (pada tabel diatas).

Tabel 4.7
Hasil Uji Validasi Promosi

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Promosi1	0,358	0,296.	Valid
Promosi2	0,400		Valid
Promosi3	0,361		Valid
Promosi4	0,525		Valid
Promosi5	0,601		Valid
Promosi6	0,604		Valid
Promosi7	0,738		Valid
Promosi8	0,562		Valid
Promosi9	0,364		Valid
Promosi10	0,563		Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS 22 (data diolah 2016)

Dari tabel di atas terlihat bahwa masing-masing item pernyataan untuk promosi (X_2) dinyatakan valid, karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif 0,296. Dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel promosi adalah valid.

Hasil pengujian reliabilitas instrument variabel promosi dengan menggunakan program SPSS versi 22 adalah sebagai berikut.

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Promosi

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	10

Sumber: Hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2016)

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variebel Promosi adalah $0,824 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel promosi adalah reliabel.

Tabel 4.9
Uji Validitas Lokasi

Item pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Lokasi1	33.33	7.225	.387	.810
Lokasi2	33.39	7.132	.338	.813
Lokasi3	33.79	6.575	.404	.810
Lokasi4	34.12	6.566	.483	.800
Lokasi5	34.35	6.446	.549	.793
Lokasi6	34.61	5.835	.719	.771
Lokasi7	34.87	6.063	.648	.781
Lokasi8	35.13	6.252	.558	.791
Lokasi9	35.29	6.480	.477	.801
Lokasi10	35.40	6.459	.409	.810

Sumber: Hasil output SPSS 22 (data diolah 2016)

Dari hasil uji validitas lokasi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 75$ adalah 0,296. Dimana r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item- Total Correlation* (pada tabel diatas)

Tabel 4. 10
Hasil Uji Validasi Lokasi

Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Lokasi1	0,357	0,296	Valid
Lokasi2	0,338		Valid
Lokasi3	0,404		Valid
Lokasi4	0,483		Valid
Lokasi5	0,549		Valid
Lokasi6	0,719		Valid
Lokasi7	0,648		Valid
Lokasi8	0,558		Valid
Lokasi9	0,447		Valid
Lokasi10	0,409		Valid

Sumber: Hasil output SPSS 22 (data diolah 2016)

Dari tabel di atas terlihat bahwa masing-masing item pernyataan untuk lokasi (X_3) dinyatakan valid, karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif 0,296. Dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel lokasi adalah valid.

Hasil pengujian reliabilitas instrument variabel lokasi dengan menggunakan program SPSS versi 22 adalah sebagai berikut.

Tabel 4. 11
Uji Reliabilitas Lokasi

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	10

Sumber: Hasil output SPSS 22 (data diolah 2016)

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel lokasi adalah $0,815 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel lokasi adalah reliabel.

Tabel 4. 12
Uji Validitas Minat Nasabah

Item Pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Minat1	32.20	6.973	.301	.818
Minat2	32.39	6.078	.515	.798
Minat3	32.80	5.649	.584	.790
Minat4	33.09	6.113	.509	.799
Minat5	33.35	6.148	.472	.803
Minat6	33.63	5.534	.651	.781
Minat7	33.83	5.686	.625	.785
Minat8	34.09	6.248	.492	.801
minat9	34.40	5.946	.520	.797
Minat10	34.67	6.171	.332	.822

Sumber: Hasil output SPSS 22 (data diolah 2016)

Dari hasil uji validitas minat nasabah dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 75$ adalah 0,296. Dimana r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item- Total Correlation* (pada tabel diatas).

Tabel 4.13
Hasil Uji Validasi Minat Nasabah

Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Minat Nasabah1	0,301	0,296	Valid
Minat Nasabah2	0,515		Valid
Minat Nasabah3	0,584		Valid
Minat Nasabah4	0,509		Valid
Minat Nasabah5	0,472		Valid
Minat Nasabah6	0,651		Valid
Minat Nasabah7	0,625		Valid
Minat Nasabah8	0,492		Valid
Minat Nasabah9	0,520		Valid
Minat Nasabah10	0,332		Valid

Sumber: Hasil output SPSS 22 (data diolah)

Dari tabel di atas terlihat bahwa masing-masing item pernyataan untuk minat nasabah (Y) dinyatakan valid, karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif 0,296. Dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel minat nasabah adalah valid.

Hasil pengujian reliabilitas instrument variabel minat nasabah (Y) dengan menggunakan program SPSS versi 22 adalah sebagai berikut.

Tabel 4. 14
Uji Reliabilitas Minat Nasabah

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	10

Sumber: Hasil output SPSS 22 (data diolah 2016)

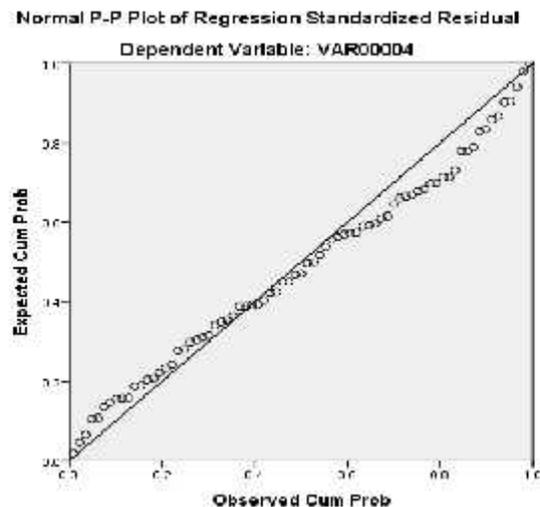
Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untk variebel minat nasabah (Y) adalah $0,816 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel minat nasabah (Y) adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

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

Gambar 4.1
Uji Normalitas



Sumber hasil output SPSS 22 (data diolah)

Dari hasil output SPSS normalisasi dengan normal *p-plot*, data pada variabel yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Hal tersebut terlihat dari letak titik pada garis lurus mengenai data itu sendiri. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa regresi telah memenuhi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai VIF lebih besar dari 5 ($VIF > 5$) maka terjadi multikolinearitas, sebaliknya $VIF < 5$ maka tidak terjadi multikolinearitas.¹

¹ Dwi Priatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Madiacom, 2008). hlm. 28

Tabel 4.15
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.382	.281		1.358	.179		
Harga	.074	.095	.080	.783	.436	.469	2.132
Promosi	.411	.095	.422	4.313	.000	.505	1.980
Lokasi	.396	.113	.395	3.500	.001	.380	2.631

Sumber: Hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF dari variabel harga $2,132 < 5$, variabel promosi adalah $1,980 < 5$, dan untuk variabel lokasi adalah $2,631 < 5$. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 5.

Sementara nilai *Tolerance* dari variabel harga adalah $0,469 > 0,01$, variabel promosi adalah $0,505 > 0,01$, dan untuk variabel lokasi adalah $0,380 > 0,01$. Jadi dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kedua variabel lebih besar dari 0,01 (*Tolerance* $> 0,01$).

Berdasarkan penilaian tabel di atas bahwa nilai VIF dari ketiga variabel < 5 . Dan nilai *Tolerance* dari variabel harga, promosi dan lokasi $> 0,01$. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu jika kondisi variansi

error-nya (Y) tidak identik.² Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heterokedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas.

Dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

Sig > 0,05 artinya data tidak terkena heterokedastisitas

Sig < 0,05 artinya data terkena heterokedastisitas

Tabel 4.16
Uji Heteroskedastisitas

			Harga	Promosi	Lokasi	Unstandardize d Residual
Spearman's rho	Harga	Correlation Coefficient	1.000	.718**	.719**	.169
		Sig. (2- tailed)	.	.000	.000	.147
		N	75	75	75	75
	Promosi	Correlation Coefficient	.718**	1.000	.709**	.063
		Sig. (2- tailed)	.000	.	.000	.594
		N	75	75	75	75
	Lokasi	Correlation Coefficient	.719**	.709**	1.000	.107
		Sig. (2- tailed)	.000	.000	.	.361
		N	75	75	75	75
	Unstandardiz ed Residual	Correlation Coefficient	.169	.063	.107	1.000
		Sig. (2- tailed)	.147	.594	.361	.
		N	75	75	75	75

Sumber: Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel harga 0,147, signifikan variabel promosi 0,594 dan nilai signifikan variabel lokasi sebesar 0,361. Nilai signifikan ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga data tersebut dapat dinyatakan tidak terkena heteroskedastisitas. Suatu data dapat dinyatakan terkena heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

²*ibid*, hal.103.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu harga, promosi dan lokasi terhadap variabel terikat yaitu minat nasabah dalam menggunakan Pembiayaan iB Griya SUMUT di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan. Hasil outputnya dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.18
Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.382	.281		1.358	.179
Harga	.074	.095	.080	.783	.436
Promosi	.411	.095	.422	4.313	.000
Lokasi	.396	.113	.395	3.500	.001

Sumber: hasil output SPSS (data diolah 2016)

Dari hasil *coefficient* di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* dan () menyatakan untuk nilai regresi dengan $a = 0,382$ dan $b_1 = 0,074$ dan $b_2 = 0,411$ dan $b_3 = 0,396$ maka didapat persamaan sebagai berikut:

$$\text{Minat} = a + b_1\text{Hg} + b_2\text{Pr} + b_3\text{Lok} + e$$

$$\text{Minat} = 0,382 + 0,074\text{Hg} + 0,411\text{Pr} + 0,396\text{Lok} + e$$

Persamaan dari persamaan diatas adalah :

- Nilai konstanta dari *Understandardized Coefficients* dalam persamaan penelitian ini adalah 0,382, artinya jika harga, promosi dan lokasi nilainya adalah 0, maka minat nasabah memilih pembiayaan iB Griya nilainya adalah 3,82.

- b. Koefisien harga sebesar 0,074 menunjukkan bahwa apabila harga meningkat 1 satuan, maka pertumbuhan minat nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,74 dengan asumsi jika nilai variabel promosi dan lokasi tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dan minat nasabah.
- c. Koefisien promosi sebesar 0,411 menunjukkan bahwa apabila promosi meningkat 1 satuan maka pertumbuhan minat nasabah akan naik sebesar 4,11 dengan asumsi jika nilai variabel harga dan lokasi tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dan minat nasabah.
- d. Koefisien lokasi sebesar 0,396 menunjukkan bahwa apabila lokasi meningkat 1 satuan pertumbuhan maka minat nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 3,96, dengan asumsi jika nilai variabel harga dan promosi tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dan minat nasabah.

2. Uji Hipotesis

- a. Uji Koefisien Determinasi yang disesuaikan ($\text{Adjusted } R^2$)

Koefisien determinasi yang disesuaikan ($\text{adjusted } R^2$) digunakan untuk menggeneralisasikan $\text{adjusted } R^2$ pada populasi, karena ada unsur estimasi populasi didalamnya.³

Analisa determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Makin banyak variabel yang tercakup dalam model, makin

³Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi, 2010), hlm. 103.

menaik fungsi tersebut, artinya makin besar nilai adjusted R^2 tersebut. Jadi, setiap penambahan variabel bebas dalam model akan memperbesar nilai adjusted R^2 .⁴ Berikut hasil uji determinasi yang disesuaikan (adjusted R^2).

Tabel 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi yang disesuaikan (Adjusted R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.656	.641	.044

Sumber: hasil output SPSS (data diolah 2016)

Berdasarkan hasil output di atas diperoleh angka adjusted R^2 sebesar 0,656 atau 65,6 persen. Nilai (adjusted R^2) tersebut berarti bahwa harga, promosi dan lokasi mampu menjelaskan pertumbuhan aset sebesar 0,656 atau 65,6 persen dan sisanya 34,4 persen dijelaskan oleh faktor atau variabel lain

b. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam menggunakan perhitungan software SPSS, dengan kriteria pengujiannya sebagai berikut :

Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.⁵

⁴ Muhanmmad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2011), hlm. 132-133

⁵Setiawan & Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi,2010). hlm. 64-65

Tabel 4.120
Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.382	.281		1.358	.179
Harga	.074	.095	.080	.783	.436
Promosi	.411	.095	.422	4.313	.000
Lokasi	.396	.113	.395	3.500	.001

Sumber: hasil output SPSS (data diolah 2016)

Tingkat signifikansi 0,05. Tabel distribusi t dicari dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $75-3-1 = 71$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,667.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) diatas dapat dilihat bahwa pada variabel harga memiliki t_{hitung} sebesar 0,783 dan t_{tabel} sebesar 1,667 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,783 < 1,667$) maka H_0 diterima, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh harga terhadap minat nasabah.

Pada variabel promosi memiliki t_{hitung} sebesar 4,313 dan t_{tabel} sebesar 1,667 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,313 > 1,667$) maka H_a diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap minat nasabah.

Pada variabel lokasi memiliki t_{hitung} sebesar 3,500 dan t_{tabel} 1,667 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,500 > 1,667$) maka H_a diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh signifikan lokasi terhadap minat nasabah.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Ketentuan dalam uji F adalah:

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan

Jika nilai Sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.⁶

Tabel 4.21
Uji Hipotesis (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.257	3	.086	45.110	.000 ^b
Residual	.135	71	.002		
Total	.391	74			

Sumber: hasil output SPSS (data diolah 2016)

F_{tabel} untuk signifikansi = 0.05. Tabel distribusi F dicari dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $75-3-1=71$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen), jadi dapat dilihat pada tabel distribusi F pada baris ke 71, maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,73.

Dari hasil uji signifikansi simultan uji (F) diatas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 45,110 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,73 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($45,110 > 2,73$) maka H_a diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig sebesar 0,000 sehingga nilai Sig $< 0,005$ ($0,000 < 0,005$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga, promosi dan lokasi secara simultan dan signifikan mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Islam memiliki konsep dalam memenuhi suatu kebutuhan yaitu kebutuhan *dharuriyat* yang merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi, kebutuhan *dharuriyat* mencakup tentang agama, jiwa, akal, kehormatan dan

⁶ *Ibid*, hlm. 81

harta. Dari konsep tersebut maka perumahan merupakan salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi.

Bank dengan fungsinya sebagai penghimpun dan penyalur dana membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, bank syariah yang berfungsi sebagai penyalur dana mengeluarkan produk dalam bentuk pembiayaan dengan salah satu pembiayaan yang dikeluarkan yaitu pembiayaan konsumtif, yang merupakan pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Kebutuhan pembiayaan aneka barang dapat dipenuhi dengan berbagai cara yaitu, bagi hasil (*musyarakah mutanaqisah*), jual beli (*murabahah*), dan sewa (*ijarah muntahiya bittamlik*). Dari konsep yang dimiliki oleh bank syariah maka peneliti tertarik untuk meneliti produk pembiayaan konsumtif yang dikeluarkan oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

Penelitian ini berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22, menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,656. Hal ini berarti bahwa variabel harga, promosi dan lokasi mampu menjelaskan minat nasabah sebesar 0,656 atau 65,6 persen dan sisanya 34,4 persen dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa regresi yang dihasilkan cukup baik untuk

menerangkan minat nasabah. Dari seluruh variabel bebas yang dimasukkan dalam penelitian ini, ternyata dari ketiga variabel bebas harga tidak terdapat pengaruh, sedangkan promosi dan lokasi terdapat pengaruh signifikan. Dalam penelitian ini harga, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Selanjutnya hasil interpretasi dari hasil regresi tersebut terhadap signifikan masing-masing variabel yang diteliti dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga terhadap Minat Nasabah KPR iB Griya SUMUT Cabang Syariah Sibolga

Hasil penelitian menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih Pembiayaan iB Griya SUMUT. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel harga diperoleh nilai t_{hitung} sebesar sebesar 0,783 dan t_{tabel} 1,995 dengan tingkat signifikansi 0,179, karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ $0,783 < 1,995$, signifikansi lebih kecil dari 0,05 (sig<0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan “Harga berpengaruh positif terhadap minat nasabah memilih Pembiayaan iB Griya SUMUT”.

Hasil penelitian ini didukung dari peneliti terdahulu oleh Suzy Widyasari dan Erna Triastuti yang berjudul “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi pada Perumahan Graha Estetika Semarang”. Dengan hasil perhitungan regresi berganda $Y = 0,293 X_1 + X_2 + X_3 + 0,184 X_4$. Kemudian dari uji F dalam penelitian ini $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($31,004 > 3,115$) dan

signifikansi $0,000 > 0,05$, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel produk, harga, promosi dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian rumah di perusahaan Graha Estetika Semarang.

Pada penelitian yang dilakukan oleh C. Prihandoyo, Imam Arrywibowo dan Ayu Awaliyah yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Bangunan Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Rumah”. Dengan hasil analisis pengujian secara simultan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 94,934 dengan F_{tabel} 2,45 dengan derajat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$) maka $F_{hitung} = 94,934 > F_{tabel} = 2,45$ pada sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan diperoleh nilai koefisien korelasi (R) = 0,876 nilai ini berarti terdapat ada hubungan yang kuat antara variabel pengaruh variabel harga, lokasi, bangunan dan lingkungan terhadap keputusan membeli rumah di perumahan Pelangi Grand Residence Balikpapan sebesar 76,8%. Hasil pengujian secara Parsial diketahui bahwa variabel lokasi yang dominan mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan membeli rumah di Perumahan Pelangi Grand Residence Balikpapan dengan hasil koefisien korelasi sebesar 0,486 dan nilai $t_{hitung} = 5,964 > t_{tabel} = 1,96$ pada sig $0,001 < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan variabel lokasi terhadap variabel keputusan membeli rumah di perumahan Pelangi Grand Residence Balikpapan.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fakhru Rizky Nasution dan Hanifa Yasin dengan judul penelitian “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. Dengan hasil penelitian secara simultan diperoleh $F_{hitung} = 9,285$ dengan nilai probabilitas yakni sebesar

0,000 < 0,05. Dan pada pengujian secara parsial pada variabel promosi diperoleh nilai $t = 1,985$ dengan nilai sig sebesar = 0,05 > 0,05 yang menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Pada variabel harga diperoleh nilai $t = 2,506$ dengan nilai sig sebesar = 0,014 < 0,05 yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

Menurut N. Gregory Mankiw dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Mikro Ekonomi” bahwa ketika jumlah permintaan barang menurun maka harga barang naik dan meningkat ketika harga barang turun.⁷ Akan tetapi teori ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dimana pada saat harga meningkat jumlah permintaan akan rumah meningkat juga. Hal ini terjadi karena meningkatnya jumlah penduduk yang menyebabkan kebutuhan rumah juga meningkat. Pertumbuhan jumlah penduduk Tapanuli Tengah dapat kita lihat pada Bab I dimana telah dijelaskan jumlah penduduk meningkat setiap tahunnya dengan jumlah 342.902 jiwa pada periode 2015. Jika dibandingkan antara jumlah penduduk dengan jumlah rumah belum sesuai karena dari jumlah rumah yang tersedia diantaranya masih ada rumah yang tidak layak huni.

Data dari dinas pekerjaan umum daerah kabupaten Tapanuli Tengah menyebutkan persentase perumahan dan permukiman bahwa masyarakat yang memiliki rumah sendiri masih sangat sedikit yaitu 2,96 persen dari 87.504 unit, sedangkan rumah layak huni 36,95 persen dan tidak layak huni

⁷ N. Gregory Mankiw, *Pengantar Mikro Ekonomi, Jilid 1*, (Jakarta : Salemba Empat, 2012), hal. 87.

12,95 persen, artinya jika dilihat data diatas maka kebutuhan masyarakat akan rumah belum terpenuhi.

Memiliki rumah sendiri merupakan faktor yang sangat penting yang mendukung kemakmuran suatu negara, dan merupakan hak setiap negara dalam memenuhi kebutuhan akan tempat tinggal. Mendapatkan rumah yang diidamkan ternyata tidaklah mudah, seiring dengan semakin padatnya jumlah penduduk semakin sulit pula untuk mendapatkan rumah yang diidamkan.

Untuk mendapatkan rumah yang diidamkan Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga menyediakan perumahan yang strategis yang beralamat di Jl. Manonga Napitupulu Pandan Tapanuli Tengah dimana perumahan yang disediakan dekat dengan perkantoran, tempat wisata dan juga dekat dengan pusat kota lokasi yang strategis menjadi idaman bagi banyak orang. Lokasi KPR iB Griya SUMUT menjadi salah satu alasan bagi nasabah untuk memilih pembiayaan ini, sehingga ketika harga naik minat nasabah tidak menurun.

Rendahnya flafond yang diberikan Bank SUMUT menjadi alasan tersendiri bagi nasabah untuk memilih pembiayaan KPR iB Griya SUMUT, dengan harga yang dimulai dari Rp 80.000.000 dengan jangka waktu 15 tahun kita sudah bisa memiliki rumah sendiri. Kemudian meningkatnya minat nasabah dipengaruhi oleh gaya hidup yang dijadikan sebagai kebutuhan sehingga harga yang tinggi tidak menjadi turunnnya minat nasabah untuk memilih KPR iB Griya.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah KPR iB Griya SUMUT

Cabang Syariah Sibolga

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui produk yang diproduksi perusahaan tersebut.

“Produk sudah diciptakan, harga sudah ditetapkan dan tempat sudah disediakan, artinya produk tersebut telah siap untuk dijual. Agar produk tersebut laku dijual kepada masyarakat atau nasabah, maka masyarakat harus tau kehadiran produk tersebut berikut manfaat, harga dan dimana dapat diperoleh serta kelebihan produk tersebut dapan dibandingkan dengan produk pesaing yaitu melalui saran promosi, artinya keputusan terakhir bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin kepada nasabah”.⁸

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah memilih Pembiayaan iB Griya SUMUT. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t sebesar 4,313 dan t_{tabel} 1,995 dengan tingkat signifikansi 0,179, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,313 > 1,995$), signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan “Promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah memilih Pembiayaan iB Griya SUMUT” karena Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk.⁹

⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 169.

⁹Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008), hlm. 133

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Tiur Malasari “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Batangtoru Memilih Produk KPR Griya BSM (Studi kasus Bank Syariah Mandiri KCP Batangtoru)”. Dengan hasil perhitungan regresi berganda diperoleh persamaan $Y = 5,591 + 0,158X_1 + 0,807X_2 + 0,308X_3$, kemudian dari uji F diperoleh F_{hitung} adalah 15,40 sedangkan F_{tabel} adalah 2,79 maka dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,40 > 2,79$), sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor harga, pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap masyarakat memilih KPR iB Griya BSM.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Nasabah KPR iB Griya SUMUT Cabang Syariah Sibolga

Penentuan lokasi dimana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting dalam bisnis jasa bank. Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh yang cukup signifikan dalam aktifitas menghimpun dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan dapat diraih.¹⁰

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah memilih Pembiayaan iB Griya SUMUT . Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t sebesar 3,500 dan t tabel 1,995 dengan tingkat signifikansi 0,179 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,500 > 1,995$), signifikansi lebih besar dari 0,05 ($sig < 0,05$). Hasil ini membuktikan

¹⁰ *Ibid*, hal. 131.

hipotesis terdapat pengaruh lokasi terhadap minat nasabah memilih Pembiayaan iB Griya SUMUT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi, dan lokasi bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih Pembiayaan iB Griya SUMUT. Hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} 45,110 > F_{tabel} 2,73$ dan diperoleh nilai $sig. < (0,000 < 0,05)$. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel} (45,110 > 2,73)$ dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$), maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan “harga, promosi dan lokasi bersama-sama positif terhadap minat nasabah memilih Pembiayaan iB Griya SUMUT”.

Berdasarkan uraian di atas, maka untuk mendapatkan minat nasabah memilih Pembiayaan iB Griya yang optimal sangat diperlukan adanya prosedur harga yang tepat, media promosi yang luas, dan lokasi yang strategis pada penggunaan jasa perbankan syariah di era maju sekarang ini agar mampu bersaing dengan pertumbuhan bisnis syariah lainnya.

Hasil penelitian ini didukung dari penelitian terdahulu yaitu dari jurnal C.Prihandoyo, Imam Arywibowo dan Ayu Awallyah dengan judul “Analisis pengaruh harga, lokasi, bangunan dan lingkungan terhadap keputusan konsumen membeli rumah pada perumahan Pelangi Grand Residence Balikpapan”. Dari hasil penelitian maka diperoleh nilai $F_{hitung} 94,937 > F_{tabel} 2,45$, pada signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan diperoleh nilai koefisien korelasi (R)=0,876 nilai berarti terdapat adanya hubungan yang kuat antara variabel harga, lokasi, bangunan dan lingkungan terhadap keputusan membeli,

dengan (R^2)=0,768 (76,8%) menunjukkan bahwa kontribusi variabel pengaruh harga, lokasi, bangunan dan lingkungan terhadap keputusan membeli dan 23,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini yaitu:

1. Keterbatasan waktu, tenaga, tempat penelitian yang cukup jauh dan dana peneliti dalam penyempurnaan dari hasil penelitian ini.
2. Keterbatasan bahan materi dari skripsi ini, seperti kurangnya buku-buku yang menjelaskan lebih detail tentang variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini.
3. Keterbatasan dalam data yang diperoleh oleh peneliti, yang mana peneliti hanya memperoleh data selama 2012- April 2016.
4. Keterbatasan dalam penggunaan variabel independennya, yaitu hanya menggunakan tiga variabel independen. Sedangkan masih ada variabel independen lain yang mempengaruhi variabel dependen sebesar 34,4 persen sebagaimana yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R^2).

Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya bisa lebih dapat disempurnakan lagi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis uji t menunjukkan bahwa harga memiliki t_{hitung} sebesar 0,783 dan t_{tabel} diperoleh sebesar 1,665 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,783 < 1,665$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial harga tidak terdapat pengaruh terhadap minat nasabah.
2. Berdasarkan hasil analisis uji t menunjukkan bahwa promosi memiliki t_{hitung} sebesar 4,313 dan t_{tabel} diperoleh sebesar 1,665 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,313 > 1,665$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial promosi signifikan mempengaruhi minat nasabah.
3. Berdasarkan hasil analisis uji t menunjukkan bahwa lokasi memiliki t_{hitung} sebesar 3,500 dan t_{tabel} diperoleh sebesar 1,665 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,500 > 1,665$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial promosi signifikan mempengaruhi minat nasabah.
4. Berdasarkan hasil analisis uji F menunjukkan F_{hitung} 45,110 $>$ F_{tabel} 2,73, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan harga, promosi dan lokasi signifikan mempengaruhi minat nasabah.

B. **Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga diharapkan lebih memberi harga yang stabil sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat dan dapat bersaing dengan bank lain yang menyediakan produk yang sama, dan meningkatkan publisitas dengan cara sosialisasi tentang bank syariah melalui media massa, serta menempatkan lokasi yang strategis yang dapat mendorong nasabah untuk memilih pembiayaan KPR iBGriya PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan atau menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat nasabah. Selain itu dapat menambah periode penelitian untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur Ansori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: UGM Press, 2007.
- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, Jakarta : Rineka Cipta, 1998.
- Abu Bakar Muhammad, *Terjemahan Subulussalam*, Surabaya: Al-Ikhlas, 1995.
- Adiwarman Azwar Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: IIT Indonesia, 2003.
- Agus Sujanto, *Psikologi Umum*, Jakarta: Bumi Aksara, 1993.
- Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2015.
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Atanasius Hardian Permana Yogiarto, *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan mu rabah*, Yogyakarta: 2015.
- Bank Muamalat Indonesia, *Annual Report 2013*.
- C. Tri Hendradi, *IBM SPSS 21 Analisis Data Statistik*, Yogyakarta: Andi, 2013.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, Al Hikmah, 2010.
- _____, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: CV. Penerbit J-Art, 2005.
- Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Yogyakarta: CV. ANDI Offset, 2012.
- _____, *Mandiri Belajar SPSS*, Jakarta: PT. Buku Kita, 2008.
- Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran* , Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008.
- Hasibuan, Melayu SP, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002.

Hajar Ibnu, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1999.

<http://Kamus Besar Bahasa Indonesia> Diakses 17 Januari 2016 Pukul 20.45 Wib.

<http://www.bi.go.id> diakses pada 15 Pebruari 2016 Pukul 22.00 wib.

Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013

_____, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.

Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011

Karnaen Perwataatmadja & Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1999

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014

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

Ktut Silvanita, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Erlangga, 2009.

M. Syafe'i Antonio, *Bank Islam: Teori dan Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000.

M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta : Bumi Aksara, 2007.

Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta : Kencana, 2011.

Mudrajad kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.

Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010 .

Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank*, Diktat: STAIN Padangsidimpuan, 2013.

Rahmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2004.

Rangkuti, Ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Citapustaka Media, 2014.

Rizal Yaya, *Akuntansi Perbankan Syariah : Teori dan Peraktek Kontemporer*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2004.

Slameto, *Belajar & Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

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

_____, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & R & D*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010.

Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.

Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2004.

Wirduyaningsih, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005

Wiroso, *Prinsip Dasar Perbankan Syariah*, Jakarta: IAI, 2013.

www.bankmualamat.co.id diakses 29 Desember 2015 Pukul 08.27 Wib .

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Rini Rosalinda
NIM : 12 220 0121
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)/Perbankan
Syariah -III
Tempat/Tanggal Lahir : Desa Goti/14 Juli 1994
Alamat : DesaGoti, Kec. Padangsidimpuan Tenggara

Nama Orang Tua

Ayah : Syafaruddin Matondang
Pekerjaan : Petani
Ibu : Seri Jenni Siregar
Pekerjaan : Petani
Alamat : Desa Goti, Kec. Padangsidimpuan Tenggara

II. PENDIDIKAN FORMAL

SDN 200510 Desa Goti 2006.
Maghadul Al-ansor Padangsidimpuan 2009.
SMAN.3 Padangsidimpuan Tahun 2012
Tahun 2012 melanjutkan Pendidikan Program S-1 di Institut Agama Islam
Negeri (IAIN) Padangsidimpuan Jurusan Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

LAMPIRAN

Uji Validasi Harga (X_1)

Item pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
harga1	34.97	7.675	.442	.735
harga2	35.17	7.605	.333	.755
harga3	35.32	7.491	.439	.736
harga4	35.56	7.601	.509	.727
harga5	35.57	7.599	.527	.725
harga6	35.68	8.626	.341	.751
harga7	35.83	7.740	.467	.732
harga8	35.93	7.523	.484	.729
harga9	36.12	7.512	.475	.730
harga10	36.48	7.685	.303	.760

Sumber: Hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2016)

Hasil Uji Validasi Harga

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga ¹	0,442	0,296	Valid
Harga2	0,333		Valid
Harga3	0,439		Valid
Harga4	0,509		Valid
Harga5	0,527		Valid
Harga6	0,341		Valid
Harga7	0,467		Valid
Harga8	0,484		Valid
Harga9	0,475		Valid
Harga10	0,303		Valid

Sumber :Hasiloutpur SPSS 22 (data diolah 2016)

Uji Reliabilitas Harga

Cronbach's Alpha	N of Items
.758	10

Sumber: HasiloutputSPSSversi 22 (data diolah 2016)

Uji Validasi Promosi

Item pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
promosi1	35.04	8.012	.385	.820
promosi2	35.05	7.943	.400	.819
promosi3	35.15	7.803	.361	.822
promosi4	35.40	7.162	.526	.807
promosi5	35.72	7.123	.601	.799
promosi6	35.88	7.296	.604	.801
promosi7	36.31	6.297	.738	.780
promosi8	36.61	6.835	.562	.803
promosi9	37.00	7.541	.364	.824
promosi10	37.12	6.918	.563	.803

Sumber: Hasiloutput SPSS versi 22 (data diolah 2016)

Hasil Uji Validasi Promosi

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Promosi1	0,358	0,296	Valid
Promosi2	0,400		Valid
Promosi3	0,361		Valid
Promosi4	0,525		Valid
Promosi5	0,601		Valid
Promosi6	0,604		Valid
Promosi7	0,738		Valid
Promosi8	0,562		Valid
Promosi9	0,364		Valid
Promosi10	0,563		Valid

Sumber: Hasil output SPSS 22 (data diolah 2016)

Uji Reliabilitas Promosi

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	10

Sumber: Hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2016)

Uji Validitas Lokasi

Item pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
lokasi1	33.33	7.225	.387	.810
lokasi2	33.39	7.132	.338	.813
lokasi3	33.79	6.575	.404	.810
lokasi4	34.12	6.566	.483	.800
lokasi5	34.35	6.446	.549	.793
lokasi6	34.61	5.835	.719	.771
lokasi7	34.87	6.063	.648	.781
lokasi8	35.13	6.252	.558	.791
lokasi9	35.29	6.480	.477	.801
lokasi10	35.40	6.459	.409	.810

Sumber: Hasil output SPSS 22 (data diolah 2016)

Hasil Uji Validasi Lokasi

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Lokasi1	0,357	0,296	Valid
Lokasi2	0,338		Valid
Lokasi3	0,404		Valid
Lokasi4	0,483		Valid
Lokasi5	0,549		Valid
Lokasi6	0,719		Valid
Lokasi7	0,648		Valid
Lokasi8	0,558		Valid
Lokasi9	0,447		Valid
Lokasi10	0,409		Valid

Sumber: Hasil output SPSS 22 (data diolah 2016)

Uji Reliabilitas Lokasi

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	10

Sumber: Hasil output SPSS 22 (data diolah 2016)

Uji Validitas Minat Nasabah

Item pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Minat1	32.20	6.973	.301	.818
Minat2	32.39	6.078	.515	.798
Minat3	32.80	5.649	.584	.790
Minat4	33.09	6.113	.509	.799
Minat5	33.35	6.148	.472	.803
Minat6	33.63	5.534	.651	.781
Minat7	33.83	5.686	.625	.785
Minat8	34.09	6.248	.492	.801
minat9	34.40	5.946	.520	.797
Minat10	34.67	6.171	.332	.822

Sumber: Hasil output SPSS 22 (data diolah 2016)

Hasil Uji Validasi Lokasi

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Minat Nasabah1	0,301	0,296.	Valid
Minat Nasabah2	0,515		Valid
Minat Nasabah3	0,584		Valid
Minat Nasabah4	0,509		Valid
Minat Nasabah5	0,472		Valid
Minat Nasabah6	0,651		Valid
Minat Nasabah7	0,625		Valid
Minat Nasabah8	0,492		Valid
Minat Nasabah9	0,520		Valid
Minat Nasabah10	0,332		Valid

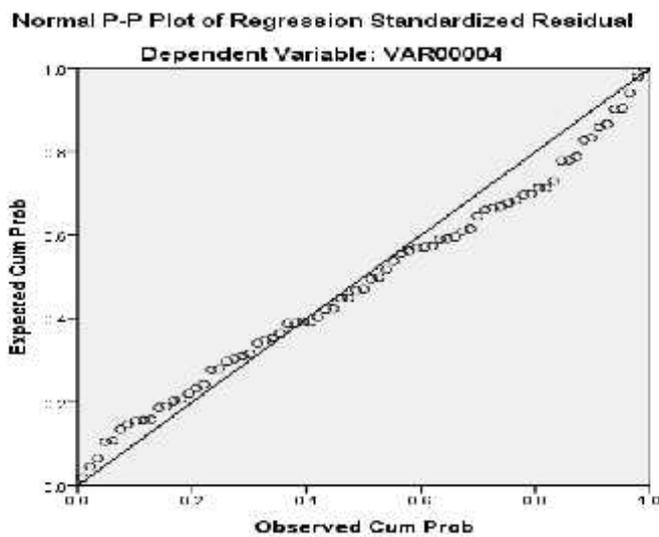
Sumber: Hasil output SPSS 22 (datadiolah)

Uji Reliabilitas Minat Nasabah

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	10

Sumber: Hasil output SPSS 22 (data diolah 2016)

Uji Normalitas



Sumber: hasil output SPSS (data diolah 2016)

Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	.382	.281		1.358	.179		
Harga	.074	.095	.080	.783	.436	.469	2.132
Promosi	.411	.095	.422	4.313	.000	.505	1.980
Lokasi	.396	.113	.395	3.500	.001	.380	2.631

Sumber: Hasilouput SPSS versi 22 (data diolah 2016)

Uji Heteroskedastisitas

			Harga	promosi	Lokasi	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Harga	Correlation Coefficient	1.000	.718**	.719**	.169
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.147
		N	75	75	75	75
	Promosi	Correlation Coefficient	.718**	1.000	.709**	.063
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.594
		N	75	75	75	75
	Lokasi	Correlation Coefficient	.719**	.709**	1.000	.107
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.361
		N	75	75	75	75
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.169	.063	.107	1.000
		Sig. (2-tailed)	.147	.594	.361	.
		N	75	75	75	75

Sumber: Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1(Constant)	.382	.281
Harga	.074	.095
Promosi	.411	.095
Lokasi	.396	.113

Sumber: hasil output SPSS (data diolah 2016)

Hasil Uji Koefisien Determinasi yang disesuaikan Adjusted (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.656	.641	.044

Sumber: hasil output SPSS (data diolah 2016)

Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	.382	.281		1.358	.179
Harga	.074	.095	.080	.783	.436
Promosi	.411	.095	.422	4.313	.000
Lokasi	.396	.113	.395	3.500	.001

Sumber: hasil output SPSS (data diolah)

Uji Hipotesis (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1Regression	.257	3	.086	45.110	.000 ^b
Residual	.135	71	.002		
Total	.391	74			

Sumber: hasil output SPSS (data diolah)

TABEL NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT

N	TarafSignifikan		N	TarafSignifikan		N	TarafSignifikan	
	5%	10%		5%	10%		5%	10%
3	0,997	0,9999	29	0,367	0,470	75	0,227	0,296
4	0,950	0,990	30	0,361	0,463	80	0,220	0,286
5	0,878	0,959	31	0,355	0,456	85	0,213	0,278
6	0,811	0,917	32	0,349	0,449	90	0,207	0,270
7	0,754	0,874	33	0,344	0,442	95	0,202	0,261
8	0,707	0,834	34	0,339	0,436	100	0,195	0,256
9	0,666	0,798	35	0,334	0,430	125	0,176	0,230
10	0,632	0,765	36	0,329	0,424	150	0,159	0,210
11	0,602	0,735	37	0,325	0,418	175	0,148	0,194
12	0,576	0,708	38	0,320	0,413	200	0,138	0,181
13	0,553	0,684	39	0,316	0,408	300	0,113	0,148
14	0,532	0,661	40	0,312	0,403	400	0,098	0,128
15	0,514	0,641	41	0,308	0,398	500	0,088	0,115
16	0,497	0,623	42	0,304	0,393	600	0,080	0,105
17	0,482	0,606	43	0,301	0,389	700	0,074	0,097
18	0,468	0,590	44	0,297	0,384	800	0,070	0,091
19	0,456	0,575	45	0,294	0,380	900	0,065	0,086
20	0,444	0,561	46	0,291	0,376	1000	0,062	0,081
21	0,433	0,549	47	0,288	0,372			
22	0,423	0,517	48	0,284	0,368			
23	0,413	0,526	49	0,281	0,364			
24	0,404	0,515	50	0,279	0,361			
25	0,396	0,505	55	0,266	0,345			
26	0,388	0,496	60	0,254	0,330			
27	0,381	0,487	65	0,244	0,317			
28	0,474	0,478	70	0,235	0,306			

Lampiran

**Tabel t (Pada Taraf Signifikansi 5%)
1 Sisi (0,05) dan 2 Sisi (0,025)**

DF	Signifikansi		DF	Signifikansi		DF	Signifikansi	
	0,05	0,025		0,05	0,025		0,05	0,025
1	6,314	12,706	34	1,691	2,032	67	1,668	1,996
2	2,920	4,303	35	1,690	2,030	68	1,668	1,996
3	2,353	3,182	36	1,688	2,028	69	1,667	1,995
4	2,132	2,776	37	1,687	2,026	70	1,667	1,994
5	2,015	2,571	38	1,686	2,024	71	1,667	1,994
6	1,943	2,447	39	1,685	2,023	72	1,666	1,994
7	1,895	2,365	40	1,684	2,021	73	1,666	1,993
8	1,860	2,306	41	1,683	2,020	74	1,666	1,993
9	1,833	2,262	42	1,682	2,018	75	1,665	1,992
10	1,813	2,228	43	1,681	2,017	76	1,665	1,992
11	1,796	2,201	44	1,680	2,015	77	1,665	1,991
12	1,782	2,179	45	1,679	2,014	78	1,665	1,991
13	1,771	2,160	46	1,679	2,013	79	1,664	1,991
14	1,761	2,145	47	1,678	2,012	80	1,664	1,990
15	1,753	2,131	48	1,677	2,011	81	1,664	1,990
16	1,746	2,120	49	1,677	2,010	82	1,664	1,989
17	1,740	2,110	50	1,676	2,009	83	1,663	1,989
18	1,734	2,101	51	1,675	2,008	84	1,663	1,989
19	1,729	2,093	52	1,675	2,007	85	1,663	1,988
20	1,725	2,086	53	1,674	2,006	86	1,663	1,988
21	1,721	2,080	54	1,674	2,005	87	1,663	1,988
22	1,717	2,074	55	1,673	2,004	88	1,662	1,987
23	1,714	2,069	56	1,673	2,003	89	1,662	1,987
24	1,711	2,064	57	1,672	2,003	90	1,662	1,987
25	1,708	2,060	58	1,672	2,002	91	1,662	1,986
26	1,706	2,056	59	1,671	2,001	92	1,662	1,986
27	1,703	2,052	60	1,671	2,000	93	1,661	1,986
28	1,701	2,048	61	1,670	2,000	94	1,661	1,986
29	1,699	2,045	62	1,670	1,999	95	1,661	1,985
30	1,697	2,042	63	1,669	1,998	96	1,661	1,985
31	1,696	2,040	64	1,669	1,998	97	1,661	1,985
32	1,694	2,037	65	1,669	1,997	98	1,661	1,985
33	1,692	2,035	66	1,668	1,997	99	1,660	1,984

Lampiran

Tabel F
(Pada Taraf Signifikansi 0,05)

Df2	Df1														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23

Df2	Df1														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92

Df2	Df1														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83

Df2	Df1														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79

Df2	Df1														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

22	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32
23	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	36
24	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	43
25	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	44
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	42
29	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
30	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	41
31	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43
32	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
33	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	39
34	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
35	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
36	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	40
37	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	38
38	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	45
39	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	44
40	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	41
41	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	40
42	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	37
43	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	35
44	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
45	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	38
46	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	35

47	5	5	4	4	4	4	4	3	3	2	38
48	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
49	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
50	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	39
51	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
52	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
55	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	41
56	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
57	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
58	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	44
59	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	39
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
61	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
62	5	5	5	4	4	4	3	3	3	2	38
63	5	5	5	4	4	3	3	3	2	2	36
64	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
65	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	40
66	5	5	4	4	3	3	4	3	3	3	37
67	5	5	5	4	4	4	3	3	3	2	38
68	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
69	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	40
70	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	40
71	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	38

72	5	5	5	4	4	4	3	3	3	2	38
73	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	41
74	5	5	5	4	4	4	3	3	3	2	38
75	5	5	4	4	4	4	4	3	3	2	38

Hasil Uji Instrumen Promosi (X_2)

Responden	Butir Soal										Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	X_2
1	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	45
2	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
3	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	41
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
6	5	5	5	4	4	4	3	3	2	2	37
7	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
8	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	42
9	5	5	5	5	4	4	3	3	2	2	38
10	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	40
11	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	33
12	5	5	5	5	5	4	3	3	2	2	39
13	5	5	5	4	4	4	3	2	2	2	36
14	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	41
15	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	33
16	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	38
17	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
18	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	43
19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
20	5	5	5	5	4	4	3	3	2	2	38

21	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	40
22	5	5	5	4	4	3	3	2	2	2	35
23	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	39
24	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	42
27	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	45
28	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	43
29	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	43
30	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	42
31	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	41
32	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	44
33	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
34	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	42
35	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	42
36	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	45
37	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	41
38	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	43
39	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	43
40	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	42
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
42	5	5	5	5	4	4	3	3	2	2	38
43	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
44	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	41

45	5	5	4	4	4	4	3	3	2	2	36
46	5	5	5	4	4	4	3	3	3	2	38
47	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	37
48	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	40
49	5	5	5	5	5	5	4	3	3	2	42
50	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	42
51	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
52	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	42
53	5	5	5	5	4	3	3	3	3	2	38
54	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	42
55	5	5	5	5	5	4	4	3	2	2	40
56	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	41
57	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	42
58	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	41
59	5	5	5	4	4	3	3	2	2	2	35
60	5	5	5	5	4	4	3	3	2	2	38
61	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
62	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
63	5	5	5	4	4	4	3	3	3	2	38
64	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	40
65	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	41
66	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	35
67	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
68	5	5	5	4	4	4	3	3	2	2	37

69	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
70	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	39
71	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	42
72	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
73	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	41
74	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
75	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	38

Hasil Uji Instrumen Lokasi (X_3)

Responden	Butir Soal										Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	X_3
1	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
2	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	37
3	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	38
4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	36
5	5	5	4	4	3	3	3	3	2	2	34
6	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	36
7	5	5	4	4	4	3	3	3	3	2	36
8	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	37
9	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
10	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
11	5	5	4	4	4	3	3	2	2	2	34
12	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	37
13	5	5	5	4	4	3	3	2	2	2	35
14	5	5	4	4	4	3	3	3	3	2	36
15	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	36
16	5	5	4	4	4	3	3	3	2	2	35
17	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	38
18	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	37
19	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	34
20	5	5	5	4	4	4	3	2	2	2	36

21	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	38
22	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33
23	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	36
24	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
25	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	43
26	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	42
27	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	42
28	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	41
29	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
30	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	39
31	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
32	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	45
33	5	5	5	4	4	4	3	3	2	2	37
34	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
35	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	40
36	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	43
37	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	40
38	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	42
39	5	5	5	4	4	4	4	4	3	2	40
40	5	5	5	5	4	4	4	3	3	2	40
41	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
42	5	5	5	4	4	4	3	2	2	2	36
43	5	5	5	4	4	4	3	3	2	2	37
44	5	5	5	4	4	4	4	4	3	2	40

45	5	5	4	4	4	3	3	3	2	2	35
46	5	5	4	4	4	3	3	2	2	2	34
47	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	36
48	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	39
49	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
50	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	38
51	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	39
52	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
53	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	39
54	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	40
55	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
56	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
57	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	40
58	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
59	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	38
60	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	37
61	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
62	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	35
63	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	32
64	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
65	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	39
66	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
67	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	35
68	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	36

69	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
70	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	40
71	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
72	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	40
73	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
74	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	39
75	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40

Hasil Uji Instrumen Minat Nasabah (Y)

Responden	Butir Soal										Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	X_3
1	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	38
2	5	5	4	4	4	3	3	3	3	2	36
3	5	5	5	5	4	4	4	3	3	2	40
4	5	4	4	3	3	3	3	3	2	2	32
5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	36
6	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
7	5	5	4	4	4	3	3	3	2	2	35
8	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	37
9	5	5	5	4	4	4	4	3	3	2	39
10	5	5	4	4	3	3	3	3	2	2	34
11	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	30
12	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	36
13	5	5	4	4	3	3	3	3	2	2	34
14	5	5	5	4	4	3	3	3	2	3	37
15	5	4	4	4	3	3	3	2	2	2	32
16	5	4	4	4	3	3	3	3	3	2	34
17	5	5	5	4	4	3	3	3	3	2	37
18	5	5	5	5	4	3	3	3	2	2	37
19	5	4	4	4	4	3	3	2	2	2	33
20	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	36

21	5	5	4	4	3	3	3	3	3	2	35
22	5	5	5	4	4	3	3	3	2	2	36
23	5	5	4	4	4	3	3	3	2	2	35
24	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	38
25	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	42
26	5	5	5	5	4	4	4	3	3	2	40
27	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	42
28	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	41
29	5	5	5	5	4	4	4	3	3	2	40
30	5	5	5	4	4	4	3	3	2	2	37
31	5	5	5	4	4	4	4	3	3	2	39
32	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	42
33	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	37
34	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	39
35	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	39
36	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	40
37	5	5	4	4	4	4	4	3	3	2	38
38	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
39	5	5	5	5	5	4	3	3	3	2	40
40	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
41	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	36
42	5	4	4	4	3	3	3	3	2	2	33
43	5	5	4	4	3	3	3	3	3	2	35
44	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40

45	5	5	4	4	4	3	3	3	2	2	35
46	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	34
47	5	4	4	4	4	3	3	3	3	2	35
48	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	38
49	5	5	4	4	4	4	3	3	3	2	37
50	5	4	4	4	4	4	4	3	2	2	36
51	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	38
52	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
53	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
54	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	38
55	5	5	5	4	4	4	4	3	3	2	39
56	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	40
57	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
58	5	5	5	4	4	4	4	3	3	2	39
59	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	34
60	5	5	4	4	4	3	3	3	2	2	35
61	5	4	4	4	4	4	3	3	3	2	36
62	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	33
63	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	34
64	5	5	5	4	4	4	4	4	3	2	40
65	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	38
66	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	35
67	5	5	4	4	4	3	3	3	2	2	35
68	5	4	4	4	4	4	3	3	3	2	36

69	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	38
70	5	5	4	4	4	4	3	3	3	2	37
71	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	39
72	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	38
73	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
74	5	5	4	4	4	4	3	2	2	2	35
75	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	36