



**DETERMINAN MINAT KARYAWAN PTPN III  
HAPESONG MENJADI NASABAH  
BANK SYARIAH**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :**

**ARIFIN NAULI**

**NIM 16 401 00047**

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

**2021**



**DETERMINAN MINAT KARYAWAN PTPN III  
HAPESONG MENJADI NASABAH  
BANK SYARIAH**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :**

**ARIFIN NAULI**

**NIM. 16 401 00047**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**PEMBIMBING I**

Dr. A. Arhanur Rasyid, M.A  
NIP.19730725 199903 1 002

**PEMBIMBING II**

Adnan Murroh Nasution, M.A

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

**2021**



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

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

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **ARIFIN NAULI**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 10 Februari 2021  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **ARIFIN NAULI** yang berjudul "**Determinan Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A**  
NIP. 19730725 199903 1 002

**PEMBIMBING II**

**Adanan Murroh Nasution, M.A**

### SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : ARIFIN NAULI  
NIM : 1640100047  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **Determinan Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah**

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 IAIN Padangsidempuan 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 IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 10 Februari 2021  
Saya yang menyatakan,

  
ARIFIN NAULI  
NIM. 1640100047

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

---

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

Nama : ARIFIN NAULI  
NIM : 1640100047  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Determinan Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah**". Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : 10 Februari 2021  
Yang menyatakan,



ARIFIN NAULI  
NIM. 1640100047



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

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

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : ARIFIN NAULI  
**NIM** : 16 401 00047  
**FAKULTAS/PROGRAM STUDI** : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah  
**JUDUL SKRIPSI** : Determinan Minat Karyawan PTPN III Hapesong  
Menjadi Nasabah Bank Syariah

**Ketua**

Dr. Arbanur Rasyid, M.A  
NIP. 19730725 199903 1 002

**Sekretaris**

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

**Anggota**

Dr. Arbanur Rasyid, M.A  
NIP. 19730725 199903 1 002

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

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

Sry Lestari, M.E.I  
NIP. 19890505 201903 2 008

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Selasa/ 04 Mei 2021  
**Pukul** : 09.00 WIB s/d 12.00 WIB  
**Hasil/Nilai** : Lulus/ 73,75 (B)  
**Index Prestasi Kumulatif** : 3,8  
**Predikat** : PUJIAN





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

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN MINAT KARYAWAN PTPN  
III HAPESONG MENJADI NASABAH  
BANK SYARIAH**

**NAMA : ARIFIN NAULI  
NIM : 16 401 00047**

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

Padangsidimpuan, 14 Juni 2021  
Dekan,



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

## ABSTRAK

**Nama** : Arifin Nauli  
**Nim** : 16 401 00047  
**Judul Skripsi** : **Determinan Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah. Dari hasil wawancara yang dilakukan ternyata promosi yang dilakukan oleh bank syariah masih tergolong kurang sampai kepada karyawan PTPN III Hapesong, ini dikarenakan persepsi karyawan PTPN III Hapesong tentang bank syariah itu sama saja dengan bank lainnya, bahkan beranggapan bahwa bank konvensional lebih cepat dan mudah dalam memberikan pelayanan daripada bank syariah. Namun, walaupun demikian tidak sedikit dari karyawan tersebut yang menggunakan jasa perbankan syariah pada saat pengambilan gaji.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan ilmu perbankan syariah. Sehubungan dengan itu, teori yang berkaitan dengan penelitian ini adalah tentang perilaku konsumen. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori dan ayat yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

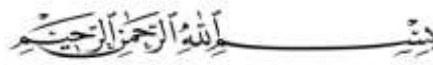
Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PTPN III Hapesong yang berjumlah 449 orang dan sampel sebanyak 82 orang. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), uji analisis regresi linear berganda dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan alat bantu statistik yaitu SPSS versi 21.00.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel faktor budaya dan pribadi secara parsial berpengaruh positif terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah. Dan berdasarkan pengujian secara simultan (uji F) terlihat bahwa variabel faktor budaya dan faktor pribadi secara simultan berpengaruh positif terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah. Kemudian Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai *R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,351 atau sama dengan 35,1%. Artinya faktor budaya dan faktor pribadi mampu menjelaskan variabel dependen atau minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah sebesar 35,1% sedangkan 64,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci: Faktor Budaya, Faktor Pribadi, Minat**



## KATA PENGANTAR



*Assalaamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian “**Determinan Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah**”. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.Hi., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, M.A., Selaku Ketua Prodi Jurusan Perbankan Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr.H. Arbanur Rasyid, M.A selaku pembimbing I dan Bapak Adanan Murroh Nasution, M.A. selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
6. Teristimewa keluarga tercinta (Ayahanda Marwan, Ibunda Almh.Suryana Gucci, Fatimah Hanum Siregar serta saudara Irfan Marwazi Aulia Difa Hannum, serta untuk yang terkasih Erianti Puspa Simbolon, S.E) yang paling berjasa dalam hidup penulis. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

7. Untuk sahabat peneliti Vandy Septian, Yulita Maharani, Syahnan Azhari, Muhammad Prayogi, dan rekan-rekan Perbankan Syariah 2, angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang telah berjuang bersama -sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Februari 2021  
Peneliti

**ARIFIN NAULI**  
**NIM. 16 401 00047**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ' ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— و	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ى	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
و.....	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### **C. Ta Mar butah**

Transliterasi untuk *tamar butah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *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).

### **D. Syaddah (Tasydid)**

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

### **E. Kata Sandang**

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

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

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

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

#### **G. 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 perkata dan bisa pula dirangkaikan.

#### **H. Huruf Kapital**

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



Penggunaan huruf awal capital 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.

## **I. Tajwid**

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

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

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Definisi Operasional Variabel.....	7
E. Rumusan Masalah .....	8
F. Tujuan Penelitian .....	9
G. Kegunaan Penelitian.....	9
H. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
A. Kerangka Teori .....	12
1. Defenisi dan Model Perilaku Konsumen .....	12
2. Pola Perilaku Konsumen .....	13
3. Dasar Hukum Perilaku Konsumen.....	14
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	17
5. Minat .....	21
6. Macam-macam Minat .....	21
7. Indikator Minat Beli .....	22
B. Penelitian Terdahulu .....	23
C. Kerangka Pikir .....	29
D. Hipotesis.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
B. Jenis Penelitian.....	32
C. Populasi dan Sampel .....	32
1. Populasi.....	32
2. Sampel.....	33
3. Sumber data.....	34

D. Instrumen Penelitian.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
1. Studi Dokumentasi.....	36
2. Studi Kepustakaan.....	36
3. Kuesioner.....	36
F. Teknik Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	44
1. Sejarah Berdirinya PTPN III Hapesong .....	44
2. Visi dan Misi PTPN III Hapesong .....	46
3. Lokasi PTPN III Hapesong .....	46
4. Struktur Organisasi .....	47
5. Karakteristik Responden Penelitian .....	48
B. Hasil Analisis Data Penelitian .....	51
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	61
D. Keterbatasan Penelitian.....	64
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

		<b>Halaman</b>
Tabel I.1	Definisi Operasional Variabel .....	7
Tabel 2.1	Daftar Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1	Skala Likert.....	35
Tabel 3.2	Kriteria Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	41
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan JenisKelamin ...	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Agama .....	50
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan .....	50
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Faktor Budaya .....	51
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Faktor Pribadi .....	52
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Minat Karyawan .....	52
Tabel 4.8	Hasil Uji Realibilitas Faktor Budaya .....	53
Tabel 4.9	Hasil Uji Realibilitas Faktor Pribadi.....	53
Tabel 4.10	Hasil Uji Realibilitas Minat Karyawan.....	54
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas .....	55
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas .....	56
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57
Tabel 4.14	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	58
Tabel 4.15	Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	59
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Berganda .....	59
Tabel 4.17	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	61

## DAFTAR GAMBAR

		<b>Halaman</b>
Gambar 2.1	Kerangka Pikir .....	30
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PTPN III Hapesong .....	47

## **BAB I PENDAHULUAN**

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

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia khususnya dalam dunia perbankan semakin hari semakin mengalami perkembangan yang sangat pesat. Menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 Tentang Perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak<sup>1</sup>. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu Bank Konvensional dan Bank Syariah. Regulasi tentang Bank syariah terdapat pada UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Sesuai UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)<sup>2</sup>.

Pesatnya perkembangan lembaga perbankan Islam dikarenakan bank Islam memiliki keistimewaan yang melekat pada konsep yang berorientasi pada kebersamaan. Perkembangan perbankan syariah pertama kali di Indonesia dimotori dengan hadirnya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992. Hingga saat ini perkembangan perbankan syariah mengalami

---

63. <sup>1</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : Rajawali Press,2012), hlm.

<sup>2</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2011), hlm. 33.

kemajuan yang sangat pesat mulai dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Berdasarkan data statistik perbankan syariah pada Juni 2019, diantaranya Bank Umum Syariah (BUS) mencapai 14 unit, Unit Usaha Syariah (UUS) mencapai 20 unit, dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) mencapai 164 unit<sup>3</sup>. Dan terbukti dari laporan *snapshot* statistik perbankan syariah pada bulan Juni 2019, pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia sudah mampu mencapai 5,95 % dengan total aset Rp. 499,34 triliun<sup>4</sup>. Ini menunjukkan bahwa jumlah nasabah bank syariah terus meningkat seiring berjalannya waktu.

Dalam menopang kegiatannya, bank memiliki sumber untuk mendanai kegiatan operasionalnya. Dana bank tersebut bersumber dari dana pihak pertama yang bersumber dari bank itu sendiri, kemudian dana pihak kedua yang bersumber dari pihak luar dalam bentuk pinjaman yang dilakukan bank, dan dana pihak ketiga yang bersumber dari masyarakat luas dalam berbagai bentuk simpanan<sup>5</sup>. Dengan pangsa pasar bank syariah yang terus meningkat ini tentulah ada inovasi-inovasi baru yang menarik minat masyarakat untuk menggunakan dan bertransaksi di bank syariah, contohnya dengan melakukan kegiatan perluasan promosi. Kegiatan promosi ini diharapkan dapat efektif dan efisien sampai kepada masyarakat, agar masyarakat atau calon nasabah tertarik dan berminat

---

<sup>3</sup> <http://www.ojk.go.id>, diakses pada tanggal 9 Oktober 2020 Pukul 20.21

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

<sup>5</sup> Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2010), hlm. 43.



untuk menggunakan produk maupun jasa perbankan syariah. Kegiatan promosi ini dapat melalui media cetak, elektronik, dan lain sebagainya<sup>6</sup>.

Salah satu produk bank syariah yang paling dekat dengan nasabah adalah tabungan. Tabungan merupakan produk yang lebih mudah dan paling likuid yang digunakan oleh nasabah baik dari segi legalitas persyaratan sampai dengan fasilitas yang dapat digunakan. Pada bank syariah sendiri produk tabungan dijalankan dengan menggunakan dua akad yaitu akad *wadiah* dan akad *mudharabah*. Tabungan *wadiah* merupakan dana nasabah yang dititipkan secara penuh kepada pihak bank, sedangkan tabungan *mudharabah* merupakan dana simpanan dimana nasabah memberi kepercayaan kepada pihak bank untuk mengelola dananya dengan adanya nisbah bagi hasil yang telah disepakati<sup>7</sup>.

Dalam memutuskan suatu penggunaan produk dan jasa perbankan, minat merupakan dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan sesuatu dalam mewujudkan hasrat dan tujuan yang menjadi keinginannya untuk menggunakan produk dan jasa tersebut. Minat timbul karena adanya promosi serta faktor eksternal dan internal yang membangunnnya. Selain promosi, faktor eksternal dan internal merupakan faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah untuk menimbulkan minat atau tidaknya calon nasabah dalam menggunakan suatu produk dan jasa. Faktor tersebut

---

<sup>6</sup> Daniel Ortega dan Anas Alhifni, *Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat diBank Syariah* , Universitas Djuanda Bogor Vol. 5, No. 1, hlm. 88.

<sup>7</sup> Ismail, *Op.Cit.*, hlm. 74.

berupa faktor pribadi, sosial dan budaya<sup>8</sup>. Dalam Faktor pribadi, ini identik dengan pikiran, perasaan serta kebutuhan pribadi dari seseorang. Sehingga faktor ini mempengaruhi minat seseorang apakah calon nasabah ingin menggunakan atau tidak produk dan jasa Perbankan, dengan tujuan apakah produk dan jasa tersebut dapat memudahkan serta memuaskan kebutuhan pribadinya. Selanjutnya, kondisi sosial dan budaya juga mempengaruhi timbulnya minat seseorang dalam menggunakan produk dan jasa. Dimana manusia sebagai makhluk sosial, tentu berinteraksi dengan masyarakat lain. Dengan adanya interaksi dari lingkungan sekitar, tentu menjadikan seseorang itu tergerak minatnya atau tidak dalam memutuskan menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh pihak Bank.

PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) yang disingkat dengan PTPN III adalah perkebunan yang dibentuk pada tahun 1996 dengan restrukturisasi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dibidang perkebunan. PTPN III ini memiliki 34 lokasi perkebunan, salah satu diantaranya terletak di Perkebunan Hapesong Kecamatan Batang Toru, dengan jumlah karyawan sebanyak 449 karyawan<sup>9</sup>. Jarak lokasi yang terbilang cukup jauh dari sumber bank, hal ini kerap menjadikan promosi dan informasi mengenai bank syariah kurang diketahui oleh karyawan PTPN III Hapesong. Dengan demikian pemahaman karyawan PTPN III Hapesong akan perbankan syariah terbilang masih kurang baik, sehingga muncul

---

<sup>8</sup> Herry Sutanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2013), hlm. 310.

<sup>9</sup> *Sumber : Bagian Personalia, PTPN III Hapesong.*

persepsi dari diri karyawan PTPN III Hapesong bahwasanya bank syariah itu sama saja dengan bank yang lainnya.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti oleh karyawan PTPN III Hapesong tentang bank syariah, ternyata promosi yang dilakukan oleh bank syariah masih tergolong kurang sampai kepada mereka. Mengapa demikian, hal ini dikarenakan bahwa persepsi karyawan PTPN III Hapesong tentang bank syariah itu sama saja dengan Bank lainnya, yang membedakan hanya pada kata syariahnya selebihnya tentang produk dan jasanya sama, bahkan pelayanannya juga sama saja<sup>10</sup>. Dan mereka juga beranggapan bahwa bank konvensional itu lebih mudah dan cepat pelayanannya ketimbang bank syariah. Namun walaupun demikian tidak sedikit dari karyawan tersebut yang menggunakan jasa perbankan syariah dalam memenuhi kebutuhan mereka seperti pengambilan gaji setiap bulannya. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Determinan Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa masalah yang menjadi latar belakang penentuan judul ini, antara lain :

1. Masih kurangnya promosi yang dilakukan Bank Syariah sehingga karyawan PTPN III Hapesong kurang memahami literasi tentang produk dan jasa yang ada di Perbankan Syariah, dengan begitu

---

<sup>10</sup> Hasil Wawancara dengan Karyawan PTPN III Hapesong.

tentunya menurunkan minat dalam menggunakan produk dan jasa perbankan syariah itu sendiri.

2. Persepsi dan pengetahuan karyawan PTPN III Hapesong terkait Perbankan Syariah yang masih kurang baik, sehingga menimbulkan persepsi yang membudaya di lingkungan sosial, dimana persepsi tersebut berisi tentang pelayanan yang mudah dan cepat dari pihak bank konvensional ketimbang bank syariah.
3. Lokasi bank yang cukup jauh dari tempat tinggal karyawan PTPN III Hapesong, menjadikan media promosi dan informasi tentang perbankan syariah kurang sampai kepada Karyawan PTPN III Hapesong.
4. Tidak sedikit dari karyawan PTPN III yang menggunakan jasa perbankan syariah dalam memenuhi kebutuhannya dalam pengambilan gaji.

### **C. Batasan Masalah**

Penelitian ini mengambil sampel dari sejumlah karyawan PTPN III Hapesong. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan batasan masalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah dengan menggunakan variabel faktor budaya dan pribadi.

#### D. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahpahaman istilah yang digunakan dalam penelitian ini maka, dibuatlah definisi operasional variabel yang dijelaskan sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Faktor Budaya	Budaya adalah segala nilai, pemikiran, dan simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang dan masyarakat. Dari pengertian faktor budaya tersebut, maka dapat menjadi sebuah acuan nantinya dalam pengklasifikasian terhadap pendapat karyawan PTPN III Hapesong akan minat mereka menjadi nasabah Bank Syariah, apakah argumen tersebut akan tergolong kedalam ruang lingkup faktor budaya itu sendiri atau tidak dalam penelitian ini.	1. Nilai 2. Referensi 3. Persepsi 4. Agama 5. Wilayah Geografis 6. Kelas Sosial	Interval
Faktor Pribadi	Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian dan konsep diri. Dari pengertian faktor pribadi tersebut, maka dapat menjadi sebuah acuan nantinya dalam	1. Selera 2. Kebutuhan Materil 3. Konsumsi 4. Kepercayaan Diri 5. Konsep Diri 6. Aktivitas	Interval

	pengklasifikasian terhadap pendapat karyawan PTPN III Hapesong akan minat mereka menjadi nasabah bank syariah, apakah argumen tersebut akan tergolong kedalam ruang lingkup faktor pribadi itu sendiri atau tidak dalam penelitian ini		
Minat	Minat merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilakukan.	1.Minat Transaksional 2.Minat Referensial 3.Minat Preferensial 4.Minat Eksploratif	Interval

#### E. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat penulis mengidentifikasi beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor budaya berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah Bank Syariah ?
2. Apakah faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah Bank Syariah ?
3. Apakah faktor budaya dan pribadi berpengaruh secara simultan terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah Bank Syariah ?

## **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor budaya berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah.
2. Untuk mengetahui faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah.
3. Untuk mengetahui faktor budaya dan pribadi berpengaruh secara simultan terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah.

## **G. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan tujuan penelitian ini, adapun pihak-pihak yang dimaksud adalah :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti berkaitan dengan masalah yang diteliti secara teori maupun praktik.

2. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau masukan yang dapat membantu perusahaan dalam mengevaluasi atau memperbaiki kinerjanya.



### 3. Bagi Dunia Akademik

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi atau data perbandingan sesuai dengan data yang akan diteliti, memberikan wawasan serta memberikan bukti dari penelitian sebelum-sebelumnya.

### 4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, kepercayaan dan wawasan bagi masyarakat guna meningkatkan hubungan kerjasama dengan perusahaan khususnya didunia perbankan syariah. Dan sebagai bahan perbandingan bagi masyarakat agar dapat membedakan antara bank konvensional dengan Bank Syariah.

## **H. Sistematika Pembahasan**

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

Bab I membahas tentang latar belakang masalah dari penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

Bab II membahas tentang landasan teori yaitu teori-teori yang dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan skripsi yang di dalamnya terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis. Kerangka Pikir yaitu berisikan pembahasan-pembahasan mengenai variabel atau objek yang akan diteliti. Penelitian terdahulu yaitu memuat

hasil penelitian orang lain yang dapat, mendukung hasil penelitian. Kerangka pikir yaitu berisikan pemikiran peneliti tentang masalah yang ingin dipecahkan untuk melihat hubungan antara variabel yang diteliti. Dan hipotesis yaitu jawaban sementara dari hasil penelitian.

Bab III membahas tentang metodologi penelitian, didalamnya berisikan lokasi dan waktu penelitian yaitu memuat tempat dilakukannya penelitian serta waktu dilakukannya penelitian. Jenis penelitian yaitu menjelaskan jenis penelitian yang akan dilakukan dan karakteristiknya. Sumber data yaitu berisikan sumber-sumber data yang sesuai dengan penelitian. Populasi dan sampel yaitu dimana populasi adalah jumlah keseluruhan data yang akan diteliti dan sampel merupakan sebagian dari populasi. Instrumen dan teknik pengumpulan data yaitu cara ataupun alat untuk mengumpulkan data. Dan teknik analisis data yaitu pengolahan dan teknik analisis data dengan menggunakan statistik , teknik, atau rumus statistik yang digunakan harus sesuai dengan masalah penelitian.

Bab IV membahas tentang hasil penelitian dari penelitian ini, berupa pengolahan data yang telah di kumpulkan serta diolah dengan alat hitung SPSS (*Statistical and Service Solution*) versi 21.00.

Bab V membahas tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan peneliti terhadap determinan minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah Bank Syariah.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Definisi Perilaku Konsumen

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya seorang konsumen harus memilih produk atau jasa yang akan dikonsumsi. Banyaknya pilihan yang tersedia kondisi yang dihadapi serta pertimbangan-pertimbangan yang mendasari akan membuat pengambilan keputusan yang berbeda dari satu individu ke individu lainnya<sup>11</sup>. Pada saat seorang konsumen baru akan melakukan pembelian yang pertama kali akan suatu produk, pertimbangan yang akan mendasarinya akan berbeda dari pembelian yang telah berulang kali dilakukan.

Pertimbangan ini dapat diolah oleh konsumen dari sudut pandang ekonomi, hubungannya dengan orang lain sebagai dampak dari sosial, hasil analisis kognitif yang rasional ataupun lebih kepada ketidakpastian emosi. Hal itu menggambarkan bahwa pada saat pengambilan keputusan semua pertimbangan ini akan dialami oleh konsumen walaupun perannya akan berbeda disetiap individu<sup>12</sup>. Dari hal tersebut perilaku konsumen diartikan sebagai proses yang dilakukan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan mengabaikan produk dan jasa untuk dapat memuaskan kebutuhannya dengan mengonsumsi produk dan jasa yang

---

<sup>11</sup> M. Yusnita, *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*, (Semarang : ALPRIN, 2010), hlm. 28.

<sup>12</sup> *Ibid.*, hlm. 29

ditawarkan<sup>13</sup>.

Selain kualitas produk, perilaku konsumen juga meliputi harga produk, tempat dimana produk tersebut dijual dan juga promosinya<sup>14</sup>. Proses keputusan pembelian dibuat konsumen dengan tahapan yang dimulai dari memahami masalah, mencari informasi, evaluasi alternatif keputusan sampai dengan perilaku setelah pembelian. Setelah tahapan-tahapan tersebut dilalui baru pembeli membuat keputusan tentang jenis produk, merek, penjual, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

## 2. Pola Perilaku Konsumen

Pola perilaku konsumen dalam kegiatan ekonomi dapat dibedakan menjadi dua yaitu<sup>15</sup> :

### a. Perilaku Rasional

Perilaku rasional adalah perilaku konsumen yang didasari oleh pertimbangan rasional (nalar) dalam memutuskan mengonsumsi suatu produk. Dasar pertimbangan tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Produk mampu memberi kepuasan optimal.
- 2) Produk benar benar dibutuhkan.
- 3) Mutu terjamin.
- 4) Harga terjangkau.

---

<sup>13</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 4.

<sup>14</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Deepublish, 2019), hlm. 2.

<sup>15</sup> M. Yusnita, *Op.Cit.*, hlm. 32.

b. Perilaku Irasional

Perilaku irasional adalah perilaku konsumen yang tidak didasari pertimbangan pertimbangan rasional dalam memutuskan mengonsumsi suatu produk<sup>16</sup>. Dasar pertimbangan tersebut sebaagai berikut :

- 1) Tertarik dengan iklan.
- 2) Merek terkenal.
- 3) Bonus dan diskon yang tinggi.
- 4) Gengsi.

**3. Dasar Hukum Perilaku Kosumen**

Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah SWT kepada sang khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Salah satu kegiatan yang bertujuan agar dimanfaatkan sebaik-baiknya dan dinilai khusus adalah kegiatan konsumsi. Islam mengajarkan kepada manusia untuk memakai dasar yang benar dalam kegiatan konsumsi agar mendapatkan keridhaan dari Allah Sang Pencipta. Dasar yang benar itu merupakan sumber hukum yang telah ditetapkan dan harus diikuti oleh penganut Islam. Dalam Alquran Allah telah menjeskan tentang hukum konsumsi yaitu pada surah Al - A'raf ayat 31 yang berbunyi :

يَبْنَئِ آءَءَمَّ خُءُوءَا زَبْنَءَكُمَّ عِنءَ كُلِّ مَسْءِءٍ وَكُلُّوءَا وَءَشْرَبُوءَا وَلَآ تُسْرِفُوءَا اِنَّهٗ لَآ يُءِءَبُّ الْمُسْرِءِفِيْنَ

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, hlm. 33.

*"Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan".*

Dari ayat di atas Ibn Kasir menafsirkan bahwa ayat tersebut turun berkenaan dengan penolakan Alquran terhadap perilaku orang musyrik, baik laki-laki atau perempuan terhadap tawaf yang tidak mengenakan pakaian. Kemudian dilanjutkan dari makna kata *wala tusrifu* yang bertujuan janganlah engkau mengkonsumsi sesuatu dengan melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan melampaui batas batasan makanan yang dihalalkan<sup>17</sup>.

Kemudian, menurut M. Quraish Shihab mengenai surah Al-A'raf ayat 31 tersebut mengandung makna tentang pentingnya mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal serta baik untuk tubuh dan tidak mengganggu kesehatan. Dan beliau menegaskan agar tidak berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi sesuatu, karena Allah SWT tidak menyukai orang yang berlebihan dalam memilih sesuatu<sup>18</sup>.

Dari pendapat para ahli tafsir di atas maka dapat diketahui, bahwa surah Al-A'raf ayat 31 tersebut menjelaskan agar dalam memilih serta mengkonsumsi sesuatu haruslah dengan yang sesuai kebutuhan dan tidak berlebih-lebihan. Artinya dalam mengkonsumsi sesuatu tentulah menjadi pilihan dan hak pribadi seseorang, namun dalam menentukan pilihan tersebut harus sesuai dengan apa yang

---

<sup>17</sup> Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat – Ayat Ekonomi*, (Bandung : Cipta Pustaka Media Perintis, 2012), hlm. 202.

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm. 203.

memang dibutuhkan baik jasmani maupun rohani seseorang. Dengan demikian, prinsip utama konsumsi dalam ayat di atas adalah proporsional dan tidak mengikuti selera dan hawa nafsu belaka.

Kemudian Rasulullah SAW juga menjelaskan tentang perilaku konsumen didalam hadisnya yang berbunyi<sup>19</sup> :

إِيَّاكُمْ وَالْبِطْنَةَ فِي الطَّعَامِ وَالشَّرْبِ فَإِنَّهَا مُفْسِدَةٌ لِلْجِسْمِ تُرِثُ  
السَّقَمَ عَنِ الصَّلَاةِ وَعَلَيْكُمْ بِالْقَصْدِ فِيهِمَا فَإِنَّهَا صَالِحٌ  
لِلْجَسَدِ وَأَبْعَدُ مَنَا سَرَفٍ (روه البخارى)

*“Jauhilah olehmu makan dan minum dengan berlebihan karena yang demikian dapat merusak kesehatan tubuh, menimbulkan penyakit dan membuat kemalasan (kesulitan) ketika shalat. Dan hendaklah kamu bersikap sedang (cukupan) karena yang demikian akan membawa kebaikan pada tubuh, dan menjauhkan diri dari sikap berlebih-lebihan”. (HR. Bukhori)*

Dari hadis tentang perilaku konsumen di atas dapat disimpulkan bahwa, dalam menggunakan ataupun mengkonsumsi segala sesuatu haruslah dengan takaran yang sesuai dengan kebutuhan dan tidak berlebih-lebihan. Karena sesuatu yang berlebih-lebihan akan menimbulkan banyak kemudharatan, seperti rusaknya kesehatan tubuh, malas dan lain-lain. Sedangkan bersikap sedang atau berkecukupan akan membawa kebaikan bagi tubuh serta Allah SWT juga tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.

---

<sup>19</sup> Zainal Abidin, *Kitab Hadist Shahih Bukhori*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), hlm. 45.

#### 4. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen

Ada beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumen. Berdasarkan landasan teori, ada dua faktor dasar yang memengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor eksternal dan faktor internal<sup>20</sup>. Adapun faktor eksternal dan internal adalah sebagai berikut :

##### a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal dibagi atas faktor budaya dan faktor sosial.

##### 1) Faktor Budaya

Budaya merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang<sup>21</sup>. Budaya adalah kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya<sup>22</sup>. Kebudayaan, subbudaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian.

Kebudayaan merupakan suatu hal yang kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat<sup>23</sup>. Setiap budaya memiliki subbudaya yang lebih kecil atau kelompok orang yang merasa menjadi bagian suatu sistem nilai atas dasar kesamaan pengalaman dan keadaan hidup bersama. Subbudaya mencakup kelompok nasionalitas, keagamaan

---

<sup>20</sup> M. Yusnita, *Op. Cit.*, hlm. 36.

<sup>21</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Kencana, 2010), hlm. 10

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

<sup>23</sup> AA. Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung : Refika Aditama, 2012), hlm. 39.



kesukuan, dan kewilayahan<sup>24</sup>. Kelas sosial adalah masyarakat yang relatif permanen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai minat, dan perilaku yang serupa<sup>25</sup>. Kelas sosial bukan ditentukan oleh faktor tunggal, seperti pendapatan, tetapi diukur dari kombinasi pendapatan, pekerjaan, pendidikan, kekayaan dan variabel lain<sup>26</sup>.

## 2) Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok acuan (kecil), keluarga serta peranan status sosial konsumen. Kelompok acuan (kecil) adalah seseorang yang terdiri dari seluruh kelompok yang memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut<sup>27</sup>. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Keputusan pembelian keluarga, tergantung pada produk, iklan dan situasi. Peran dan status dapat didefinisikan dengan posisi seseorang dalam setiap kelompok. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat.

---

35. <sup>24</sup> Nembah F. Hartimbul, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung : Yrama Widya, 2011), hlm.

<sup>25</sup> M. Yusnita, *Op.cit.*, hlm. 37.

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

<sup>27</sup> Nugroho J. Setiadi, *Op.cit*, hlm. 11.

## b. Faktor Internal

Faktor internal dibagi atas faktor pribadi dan faktor psikologis.

### 1) Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Umur dan tahapan dalam siklus hidup merupakan tahapan yang dibentuk seseorang dalam mengkonsumsi. Orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya. Selera orang terhadap pakaian, perabot, rekreasi, dan lain-lain juga berhubungan dengan umur<sup>28</sup>.

Pekerjaan juga dapat memengaruhi seseorang dalam menggunakan barang dan jasa. Sehingga suatu perusahaan bahkan dapat mengkhususkan para pekerjanya dalam menggunakan suatu produk dan jasa sebagai fasilitas untuk memenuhi kebutuhan para pekerjanya. Kemudian gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diungkapkan pada deretan aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana

---

<sup>28</sup> Nembah F. Hartimbul, *Op.cit.*, hlm. 38.

ia menggunakan waktu dan uang. Kepribadian dan konsep diri adalah karakteristik kepribadian yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten<sup>29</sup>. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen.

## 2) Faktor Psikologis

Di dalam faktor psikologis terdapat empat proses psikologis penting, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori/kepercayaan<sup>30</sup>. Motivasi merupakan kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhan tersebut. Beberapa kebutuhan biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti, rasa lapar, rasa haus, dan rasa tidak nyaman.

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih mengorganisasikan dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini<sup>31</sup>. Kemudian pembelajaran menjelaskan tentang perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman sedangkan kepercayaan merupakan suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

---

<sup>29</sup> Nugroho J Setiadi, *Op.cit.*, hlm. 12.

<sup>30</sup> Roni Andespa, *Faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah*, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang : Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Vol. 2, No. 1 Januari – Juni 2017, hlm. 48.

<sup>31</sup> M. Yusnita, *Op.cit.*, hlm. 39.

## 5. Minat

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan<sup>32</sup>. Menurut Kanuk, minat yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.

## 6. Macam-Macam Minat

Minat dapat dibagi menjadi tiga macam, antara lain<sup>33</sup>:

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

---

<sup>32</sup> Hasbiullah, *Determinan Keinginan masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Makassar (Studi pada Bank Muamalat Indonesia di Makassar)*, Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alaudin Makassar, hlm. 17.

<sup>33</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta : Kencana, 2004), hlm. 264.

c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat di bedakan menjadi empat yaitu:

- 1) *expressed interest*; minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya.
- 2) *manifest interest*; minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung,
- 3) *tested interest*; minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif, dan ;
- 4) *inventoried interest*; minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandardisasikan.

## 7. Indikator minat beli

Indikator minat beli menurut Ferdinand, minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut<sup>34</sup>:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
  - b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
  - c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan

---

<sup>34</sup> Ferdinand Augusty, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002), hlm. 129.

produk prefrensinya.

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

**B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan penelitian-penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sebelum penelitian ini. Hasil penelitian-penelitian tersebut dijadikan referensi dalam penelitian ini, baik variabel-variabel dari hasil penelitian tersebut. Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

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

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Dian Purwaningsih, Jurusan Perbankan Syariah (2016), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.	Analisis Faktor - Faktor yang mempengaruhi minat nasabah non Muslim Dalam menggunakan jasa Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah wilayah Tangerang Selatan)	X <sub>1</sub> : Faktor Budaya X <sub>2</sub> : Faktor Sosial X <sub>3</sub> : Faktor Pribadi X <sub>4</sub> : Faktor Psikologis Y : Minat Nasabah Non Muslim	Berdasarkan hasil uji regresi berganda ditemukan bahwa variabel budaya (X <sub>1</sub> ), sosial (X <sub>2</sub> ), pribadi (X <sub>3</sub> ), dan psikologis (X <sub>4</sub> ) sebesar 0,000 secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim dalam menggunakan jasa perbankan syariah
2	Intan Lilis Sugiarti, Jurusan Perbankan	Faktor – Faktor yang mempengaruhi minat	X <sub>1</sub> : Persepsi syariah X <sub>2</sub> : Atribut Produk	Pada dasarnya semua faktor – faktor yang terdapat dalam penelitian yang

	Syariah (2020), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.	masyarakat pada produk tabungan Bank Syariah (studi pada masyarakat Tangerang Selatan)	X <sub>3</sub> : Bagi Hasil Y : Minat masyarakat pada produk tabungan	dilakukan Intan Lilis Sugiarti berpengaruh terhadap preferensi masyarakat pada produk tabungan di Bank Syariah. faktor – faktor tersebut ialah faktor jaminan dan kesederajatan bagi hasil, faktor fitur produk, faktor kualitas produk, faktor distribusi bagi hasil, faktor lingkungan, faktor pemahaman syariah, faktor mekanisme syariah, faktor kegunaan, dan faktor kesesuaian syariah.
3	Handa Nurhalizah, Jurusan Perbankan Syariah (2020), Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.	Pengaruh promosi, citra merek, pemahaman dan kepercayaan terhadap minat menabung di Bank Umum Syariah	X <sub>1</sub> : Promosi X <sub>2</sub> : Citra Merek X <sub>3</sub> : Pemahaman X <sub>4</sub> : Kepercayaan Y : Minat menabung	Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara parsial diketahui variabel Promosi tidak berpengaruh terhadap minat menabung, dengan nilai t hitung 1,263 dan signifikansi 0,210. Citra merek berpengaruh positif signifikan dengan nilai t hitung 2,070 dan signifikansi 0,040. Pemahaman berpengaruh positif signifikan dengan nilai t hitung 2,215 dan signifikansi 0,029, dan Kepercayaan berpengaruh positif signifikan dengan nilai t hitung 3,212 dan signifikansi 0,002. Namun,

				Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi <i>Adjusted R square</i> diperoleh hasil sebesar 60,8%. Hal itu menunjukkan pengaruh variabel independen (Promosi, Citra Merek, Pemahaman, dan Kepercayaan) terhadap variabel dependen (Minat Menabung di Bank Umum Syariah) yaitu 60,8%. Sisa 39,2% dijelaskan melalui variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian.
4	Roni Andespa, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang : Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Vol. 2, No. 1 Januari – Juni 2017.	Faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung diBank Syariah.	X <sub>1</sub> : Faktor <i>Marketing Mix</i> X <sub>2</sub> : Faktor Budaya X <sub>3</sub> : Faktor Sosial X <sub>4</sub> : Faktor Pribadi X <sub>5</sub> : Faktor Psikologis Y : Minat Nasabah dalam Menabung	Diperoleh hasil bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di Bank Syariah adalah faktor <i>marketing mix</i> , faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi dengan persentase varian 74,462% yang artinya responden masih mempertimbangkan variabel yang diteliti, sedangkan sisanya 25,538% memperlihatkan variabel lain yang tidak tercakup dalam variabel penelitian.
5	Hasbiullah, Jurnal	Determinan Keinginan	X <sub>1</sub> : Produk X <sub>2</sub> : Ajaran	Dari penelitian ini, variabel produk,



	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alaudin Makassar.	masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Makassar (Studi pada Bank Muamalat Indonesia di Makassar)	agama Islam $X_3$ : Lingkungan sosial Y : Minat menjadi Nasabah.	ajaran agama Islam, dan lingkungan sosial secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Makassar, dan variabel yang sangat mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah adalah variabel prosuk yang ditawarkan oleh Bank Syariah
6	Bayu Arifin, Jurusan Manajemen Keuangan dan Perbankan Syariah (2018), Skripsi Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia Banking School Jakarta	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah	$X_1$ : Kualitas Pelayanan $X_2$ : Promosi $X_3$ : Pengetahuan Y : Minat Menjadi Nasabah	Dari penelitian ini, variabel kualitas pelayanan tidak mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah. Sedangkan variabel pengetahuan dan promosi secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah.
7	Mitra Adi Prayoga, Jurusan Perbankan Syariah (2019), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus	$X_1$ : Faktor Internal $X_2$ : Faktor Eksternal Y : Minat Mahasiswa menjadi Nasabah Bank Syariah.	Dari penelitian ini, dapat variabel faktor internal yang terdiri dari Sikap dan keyakinan, Motivasi dan Agama mempengaruhi minat Mahasiswa menjadi Nasabah Bank Syariah. Dan variabel eksternal yang terdiri dari Promosi juga

	Metro	Mahasiswa Hukum S1 Perbankan Syariah Angkatan 2014/2015 IAIN Metro)		berpengaruh terhadap minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah pada studi kasus Mahasiswa Hukum S1 Perbankan Syariah Angkatan 2014/2015 IAIN Metro.
8	Chrisna Very Yudhiarta (2012), Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen)	Pelayanan X <sub>2</sub> : Bagi hasil X <sub>3</sub> : Keyakinan X <sub>4</sub> : Lokasi Y : Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen)	Dari penelitian ini, variabel Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, hal ini terbukti dari hasil perhitungan nilai thitung lebih besar dari ttabel (2,994 > 1,985) dengan probabilitas 0,004 < 0,05. Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, hal ini terbukti dari hasil perhitungan nilai thitung lebih besar dari ttabel (2,759 > 1,985) dengan probabilitas 0,007 < 0,05. Kemudian, variabel Keyakinan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, hal ini terbukti dari hasil perhitungan nilai

				<p>thitung lebih besar dari ttabel (<math>2,671 &gt; 1,985</math>) dengan probabilitas <math>0,009 &lt; 0,05</math>. Serta Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, hal ini terbukti dari hasil perhitungan nilai thitung lebih besar dari ttabel (<math>2,777 &gt; 1,985</math>) dengan probabilitas <math>0,007 &lt; 0,05</math></p>
9	<p>Evi Yupitri dan Raina Linda Sari, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 1, No. 1 Desember 2012</p>	<p>Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Medan</p>	<p><math>X_1</math>: Pelayanan  <math>X_2</math>: Promosi  <math>X_3</math>: Produk  Y : Keputusan Menjadi Nasabah</p>	<p>Dari hasil penelitian tentang pengaruh fasilitas, promosi dan produk Bank Syariah Mandiri terhadap pemilihan nasabah non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri, maka dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu:  Variabel fasilitas (<math>X_1</math>) memiliki pengaruh yang sedang yaitu 0,469 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Variabel promosi (<math>X_2</math>) pengaruh yang kuat yaitu 0,730 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Variabel produk (<math>X_3</math>) memiliki pengaruh</p>

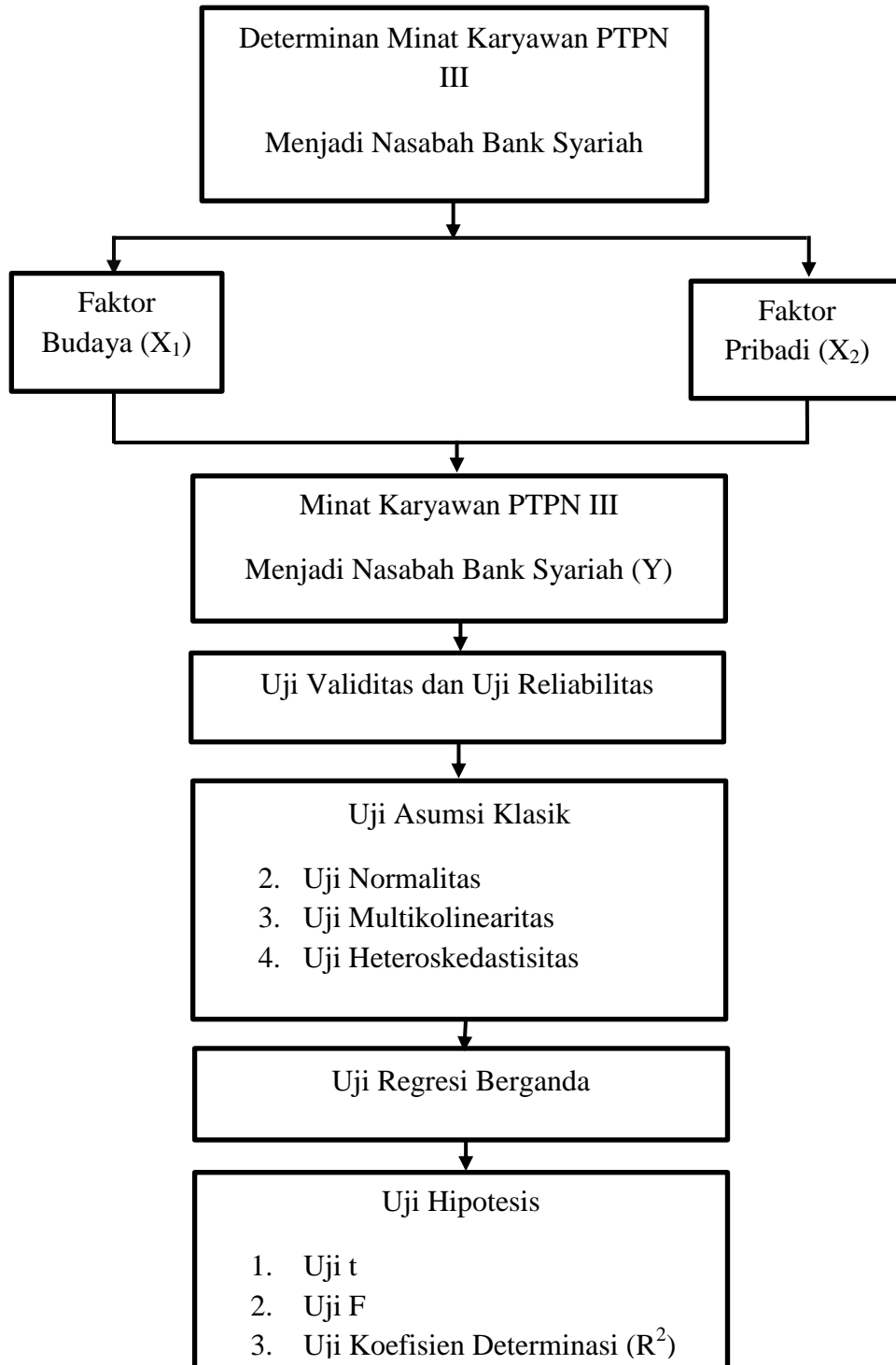
				yang kuat yaitu 0,529 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.
10	Dian Purwaningsih, Jurusan Perbankan Syariah (2016), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta	Analisis Faktor - Faktor yang mempengaruhi minat nasabah non Muslim Dalam menggunakan jasa Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah wilayah Tangerang Selatan)	X <sub>1</sub> : Faktor Budaya X <sub>2</sub> : Faktor Sosial X <sub>3</sub> : Faktor Pribadi X <sub>4</sub> : Faktor Psikologis Y : Minat Nasabah Non Muslim	Berdasarkan hasil uji regresi berganda ditemukan bahwa variabel budaya (X <sub>1</sub> ), sosial (X <sub>2</sub> ), pribadi (X <sub>3</sub> ), dan psikologis (X <sub>4</sub> ) sebesar 0,000 secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

Dari beberapa penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang peneliti lakukan berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, baik dari variabel maupun tempat penelitian yang saya lakukan ada perbedaan dengan penelitian yang sebelumnya, dengan judul penelitian yaitu “Determinan Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah”.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah teridentifikasi sebagai masalah yang penting. Maka kerangka pikir dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**



#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pernyataan peneliti<sup>35</sup>. Berdasarkan landasan teori di atas dan kerangka pikir yang dikemukakan di atas, maka akan diambil suatu hipotesis, bahwa :

1.  $H_0 1$  = faktor budaya tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan PTPN III menjadi nasabah bank syariah.

$H_a 1$  = faktor budaya berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan PTPN III menjadi nasabah bank syariah.

2.  $H_0 2$  = faktor pribadi tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan PTPN III menjadi nasabah bank syariah.

$H_a 2$  = faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan PTPN III menjadi nasabah bank syariah

3.  $H_0 3$  = faktor budaya dan pribadi tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat karyawan PTPN III menjadi nasabah bank syariah.

$H_a 3$  = faktor budaya dan pribadi berpengaruh secara simultan terhadap minat karyawan PTPN III menjadi nasabah bank syariah.

---

<sup>35</sup> Bambang Prasetyo, *Metode penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2005), hlm. 76.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Adapun lokasi penelitian yang dilakukan peneliti ini pada karyawan PTPN III Hapesong, Kecamatan Batangtoru Kabupaten Tapanuli Selatan. Penelitian ini dilakukan pada Januari tahun 2021.

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

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Ini adalah penelitian kuantitatif. Dimana penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antara variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik<sup>36</sup>.

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

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang harus dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan<sup>37</sup>. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh karyawan PTPN III Hapesong yang berjumlah 449 karyawan.

---

<sup>36</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Kencana, 2013), hlm. 38

<sup>37</sup> *Ibid.*, hlm 133.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi<sup>38</sup>. Sampel yang diambil harus memiliki dan betul-betul mewakili. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dimana calon responden yang terpilih adalah mereka yang kebetulan berada di lokasi yang sama dengan peneliti. Setelah diketahui jumlah karyawan PTPN III Hapesong sebagai populasi dari penelitian ini, maka untuk mendapatkan sampel dari total populasi penulis menggunakan rumus *Taro Yamane*<sup>39</sup>.

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

Keterangan : n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

d = Presisi yang ditetapkan (batas ketelitian 10%)

Maka perhitungan jumlah sampel dengan rumus *taro yamane* apabila jumlah populasi sebanyak 449 orang dan toleransi ketidaktelitian sebesar 10 % adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{449}{1 + 449 (0,1)^2}$$

---

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R dan D*, (Bandung : Alfabeta, 2016), hlm. 81.

<sup>39</sup> Derizal Candra, *Hasil Belajar Mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknik Otomotif Jurusan Teknik Otomotif UNP Tahun Masuk 2010 Ditinjau dari Motivasi Belajar*, Universitas Negeri Padang, 2013.



$$= \frac{449}{1 + 449 (0,01)}$$

$$= \frac{449}{5,49}$$

$$n = 81,78$$

$$n = 82$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh jumlah sampel sebanyak 81,78 dan dibulatkan menjadi 82 orang. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 82 orang.

### 3. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. Data primer penelitian ini bersumber dari karyawan PTPN III Hapesong. Sehingga periset merupakan tangan pertama yang memperoleh data tersebut untuk memperoleh data primer dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data primer yang menggunakan item pertanyaan dan pernyataan dengan format tertentu. Kuesioner memiliki keunggulan karena memuat informasi yang efektif dan efisien sesuai dengan tujuan penelitian.

#### D. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah jenis skala likert 5 poin. Likert merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi sosial seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial<sup>40</sup>. Skala likert menggunakan pengukuran interval, karena dapat di uji semua uji statistik, kecuali yang berdasarkan pada rasio seperti koefisien variasi. Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu :

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

<b>Keterangan</b>	<b>Penilaian</b>
<b>Sangat Setuju (SS)</b>	<b>5</b>
<b>Setuju (S)</b>	<b>4</b>
<b>Ragu – ragu (R)</b>	<b>3</b>
<b>Kurang Setuju (KS)</b>	<b>2</b>
<b>Tidak Setuju (TS)</b>	<b>1</b>

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dari lapangan<sup>41</sup>. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah :

---

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R dan D*, (Bandung : Alfabeta, 2016), hlm. 175.

<sup>41</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2002), hlm. 112.

1. Studi Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber buku-buku, jurnal ataupun skripsi yang terkait dengan variabel penelitian.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data primer yang menggunakan item pertanyaan dan pernyataan dengan format tertentu. Kuesioner memiliki keunggulan karena memuat informasi yang efektif dan efisien sesuai dengan tujuan penelitian.

## **F. Teknik Analisis Data**

Setelah data terkumpul dari pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Adapun metode analisa data yang digunakan adalah dengan bantuan metode SPSS (*Statistical and Service Solution*) versi 21.00 sebagai alat hitung. Teknik analisis yang digunakan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Validitas

Uji validitas instrumen yang valid berarti alat ukur untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat

digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur<sup>42</sup>. Dalam hal ini uji validitas pada penelitian ini adalah menggunakan metode *person product moment*. Uji validitas dilakukan dengan bentuk aplikasi *software SPSS (Statistical and Service Solution)* versi 21.00 sebagai alat hitung untuk memperoleh hasil yang terarah, dengan taraf signifikan 0,05 berdasarkan kriteria berikut :

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan valid.
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan tidak valid<sup>43</sup>.

## 2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabilitas adalah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menghitung *Cronbach's Alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen yang dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ <sup>44</sup>, dan instrumen dikatakan tidak reliabel jika memiliki *Cronbach's Alpha*  $< 0,60$ . Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi *software SPSS (Statistical and Service Solution)* versi 21.00 sebagai alat hitung untuk memperoleh hasil yang terarah.

---

<sup>42</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm.21.

<sup>43</sup> Dwi Priyatno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta : Hak Cipta, 2014), hlm. 55.

<sup>44</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta : Erlangga, 2013), hlm. 181.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Model pengujian hipotesis berdasarkan analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini harus memenuhi asumsi klasik agar menghasilkan nilai parameter yang sah, pengujian ini menggunakan Uji Normalitas, Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada uji regresi berganda digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak<sup>45</sup>. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan metode uji *Kolmogrov-Smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan  $> 0,05$ <sup>46</sup>

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah *Variance Inflation*

---

<sup>45</sup> *Ibid.*, hlm. 90.

<sup>46</sup> Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2014), hlm. 28.

*Factor* (VIF) lebih kecil dari 10,00 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10<sup>47</sup>.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah didalam suatu model regresi terjadi ketidak samaan *Varians* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain yang dilakukan. Jika *Varians* dari Residual suatu pengamatan kepengama yang lain tetap sama, maka disebut homoskedastisitas, sementara untuk *Varians* yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji koefisien korelasi spearman's rho yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Pengujian ini dilakukan dengan melihat kriteria pengambilan keputusan dalam heteroskedastisitas sebagai berikut.

- 1) Jika nilai signifikansi hasil dari korelasi  $< 0,10$  maka persamaan regresi terdapat heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikan hasil dari korelasi  $> 0,10$  maka persamaan regresi tidak terdapat heteroskedastisitas tertentu<sup>48</sup>.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel

---

<sup>47</sup> Jonathan Sarwono, *Rumus-Rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Riset dan Skripsi*, (Yogyakarta : Andi, 2015), hlm. 140.

<sup>48</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, ( Jakrta : Rajawali Pers, 2013), hlm. 133.

independen dengan satu variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala rasio atau interval.

Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e^{12}$$

Lalu dibuat ke dalam rumus matematika ekonomi sebagai berikut :

$$\text{Minat Karyawan} = a + b_1\text{FBK} + b_2\text{FPK} + e$$

Keterangan :

MK : Minat Karyawan

a : Konstanta

$b_1b_2$  : Koefisien regresi.

FBK : Faktor Budaya

FPK : Faktor Pribadi

e : *Standard error tern.*

## 5. Uji Hepotesis

### a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan modal dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh

kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat<sup>49</sup>. Formula menghitung koefisien determinasi, nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.

Uji ini menunjukkan sumbang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *R square*. *R square* biasanya digunakan untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan dua variabel atau lebih. Berikut adalah tabel untuk memberikan kriteria interpretasi terhadap koefisien korelasi<sup>50</sup> :

**Tabel 3.2**  
**Kriteria Memberikan Interpretasi**  
**Terhadap Koefisien Kolerasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60- 0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

<sup>49</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 3*, (Jakarta : Erlangga, 2009), hlm. 240.

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2016), hlm.115



b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel-variabel terikat<sup>51</sup>. Untuk mengetahui apakah koefisien regresi signifikan, maka digunakan uji t untuk menguji signifikan konstanta variabel. Nilai  $t_{tabel}$  dapat dicari pada tabel statistik pada taraf signifikan 5 % (uji dua sisi) dengan  $df = n-k-1$ .

Dimana :

$df$  = Derajat kebebasan

$n$  = Jumlah sampel

$k$  = Jumlah variabel independen

Setelah diperoleh  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  maka untuk interpretasikan hasilnya, yaitu jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat<sup>52</sup>. Untuk menghitung  $F_{tabel}$  dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1)  $df1 = k-1$

2)  $df2 = n-k$

Keterangan :

---

<sup>51</sup> *Ibid.*, hlm. 238.

<sup>52</sup> *Ibid.*, hlm. 238.

- df1 = Derajat kebebasan pertama  
df2 = Derajat kebebasan kedua  
k = Jumlah variabel  
n = Jumlah anggota sampel

Setelah diperoleh  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  maka untuk interpretasikan hasilnya  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm. 137.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya PTPN III Hapesong

PTPN III Hapesong merupakan salah satu dari 14 Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang usaha perkebunan, pengolahan, dan pemasaran hasil perkebunan. Kegiatan usaha perseroan mencakup usaha budidaya dan pengolahan tanaman kelapa sawit dan karet. Produk utama perseroan adalah minyak sawit (CPO) dan inti sawit (Krenel) dan produk hilir karet<sup>54</sup>.

Sejarah perseroan diawali dengan proses pengambilalihan perusahaan-perusahaan perkebunan milik Belanda oleh Pemerintah Republik Indonesia pada tahun 1958 yang dikenal dengan proses nasionalisasi perusahaan perkebunan Aaing menjadi Perseroan Perkebunan Negara (PPN)<sup>55</sup>.

Pada tahun 1968 PPN direstruksikan menjadi beberapa kesatuan perusahaan Negara perkebunan (PNP) yang selanjutnya pada tahun 1974 bentuk badan hukumnya diubah menjadi PT. Perkebunan Nusantara (Persero). Guna Meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan usaha perusahaan BUMN, Pemerintah merestruksikan BUMN sub sektor, perkebunan dengan melakukan

---

<sup>54</sup> <http://www.ptpn3.co.id/sejarah.php?h=tentang-kami>, diakses pada tanggal 4 Maret 2021, Pukul 09.28

<sup>55</sup> *Ibid.*,

penggabungan usaha berdasarkan wilayah eksploitasi dan perampingan struktur organisasi<sup>56</sup>.

Diawali dengan langkah penggabungan manajemen pada tahun 1994, 3 BUMN perkebunan yang terdiri dari PT. Perkebunan III (Persero), PT. Perkebunan IV (Persero), PT. Perkebunan V (Persero) disatukan pengelolaannya kedalam manajemen PT. Perkebunan Nusantara III (Persero). Selanjutnya melalui peraturan Pemerintah (PP) No. 8 tahun 1996 tanggal 14 Februari 1996, ketiga perseroan tersebut digabung dan diberi nama PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) yang berkedudukan di Medan, Sumatera Utara<sup>57</sup>.

PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) didirikan dengan akte notaris Harun Kamil, SH, No. 36 tanggal 11 Maret 1996 dan telah disahkan Menteri Kehakiman Republik Indonesia denan surat keputusan No. C2- 8331.HT.01.01.th.96 tanggal 8 Agustus 1996 tambahan berita Negara No. 8674 tahun 1996. Sejarah ringkas kebun Hapesong merupakan salah satu kebun PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) yang bergerak dalam usaha perkebunan Karet, dengan produk RSS dan blanket, kebun kelapa sawit dengan produk tandan buah segar (TBS)<sup>58</sup>.

---

<sup>56</sup> *Ibid.*,

<sup>57</sup> *Ibid.*,

<sup>58</sup> *Ibid.*,

## **2. Visi dan Misi PTPN III Hapesong**

### **a. Visi PTPN III Hapesong yaitu<sup>59</sup>**

Menjadi perusahaan agribisnis kelas dunia dengan kinerja prima dan melaksanakan tata kelola bisnis terbaik.

### **b. Misi PTPN III Hapesong yaitu :**

- 1) Mengembangkan industri hilir berbasis perkebunan secara berkesinambungan.
- 2) Menghasilkan produk berkualitas untuk pelanggan.
- 3) Memperlakukan karyawan seperti aset strategis dan mengembangkan secara optimal.
- 4) Berusaha menjadi perusahaan terpilih yang memberikan imbal hasil terbaik bagi para investor.
- 5) Menjadi perusahaan yang paling menarik untuk bermitra bisnis.
- 6) Memotivasi para karyawan untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan komunitas.
- 7) Melaksanakan seluruh aktivitas perusahaan yang berwawasan lingkungan.

## **3. Lokasi PTPN III Hapesong**

Kebun Hapesong berada di wilayah DSER-2, terletak di kecamatan Angkola Sangkunur, Angkola Barat dan Batangtoru Kabupaten Tapanuli Selatan Provinsi Sumatra Utara. Luas areal HGU kebun Hapesong 3.005,01 hektar (Ha), dengan pabrik karet berkapasitas RSS

---

<sup>59</sup> *Ibid.*,

12 ton/hari. PTPN III Hapesong memiliki 5 afdeling yang tersebar<sup>60</sup>. Berdasarkan data lokasi afdeling maka desa yang terikat langsung oleh aktifitas PTPN III Hapesong adalah sebagai berikut :

a. Kecamatan Angkola Sangkunur, meliputi :

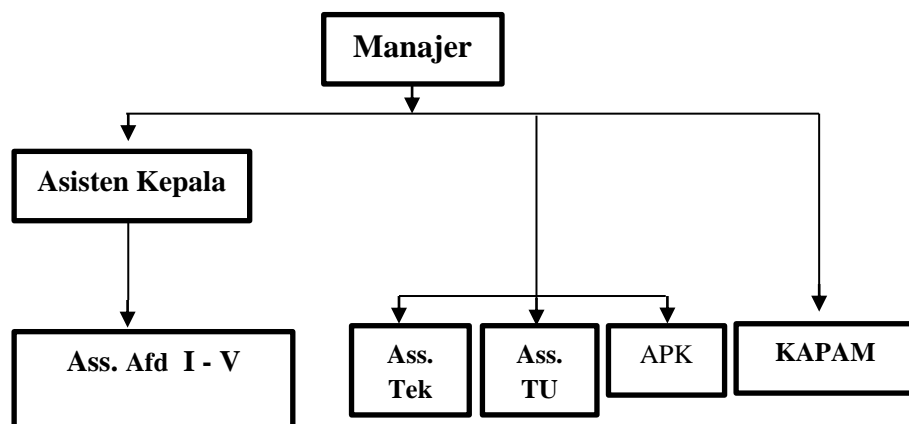
- 1) Desa Simatohir.
- 2) Desa Bandar Tarutung.
- 3) Desa Batu Godang.
- 4) Desa Perkebunan.

b. Kecamatan Batangtoru, meliputi :

- 1) Desa Hapesong Baru.
- 2) Desa Hapesong Lama.
- 3) Desa Perkebunan Hapesong.
- 4) Desa Sigala-gala.

#### 4. Struktur Organisasi

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi PTPN III Hapesong**



*Sumber: PTPN III Hapesong, 2020*

---

<sup>60</sup> *Ibid.*,

## 5. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden berkaitan dengan identitas responden yang akan dijadikan sampel penelitian. Dalam karakteristik responden penelitian menetapkan 82 responden. Kemudian karakteristik yang ditekankan adalah berdasarkan jenis kelamin, usia, agama dan pendidikan. Hal ini dapat diuraikan melalui pembahasan berikut :

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menguraikan jenis kelamin responden laki-laki dan perempuan. Hal ini dapat disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	82	100
2	Perempuan	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>82 Orang</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data diolah, 2021.*

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan hasil responden dengan jenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 82 orang dengan persentase 100%, artinya karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan tidak ada.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia menguraikan usia dari responden dalam penelitian ini. Hal ini dapat disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden berdasarkan Usia**

NO	Usia Responden	Jumlah	Persentase
1	21-25 tahun	7 Orang	8,5
2	26-30 tahun	14 Orang	17,1
3	31-35 tahun	12 Orang	14,6
4	36-40 tahun	20 Orang	24,5
5	41-45 tahun	22 Orang	26,8
6	>46 tahun	7 Orang	8,5
<b>Jumlah</b>		<b>82 orang</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Berdasarkan tabel 4.2 hasil pengolahan data di atas menunjukkan bahwa jumlah responden berusia 21-25 tahun yaitu 7 orang dengan persentase 8,5%. Kemudian responden berusia 26-30 tahun yaitu 14 orang persentase 17,1%. Selanjutnya responden berusia 31-35 yaitu 12 orang dengan persentase 14,6%. Selanjutnya dengan responden usia terbanyak rata-rata 36-40 berjumlah 20 orang dengan persentase 24,5%. Dilanjutkan usia 41-45 berjumlah 22 orang persentase 26,8 dan usia > 46 ada 7 orang karyawan dengan persentase 8,5%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Karakteristik responden berdasarkan agama menguraikan agama dari responden dalam penelitian ini. Hal ini dapat disajikan pada tabel berikut :



**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Agama**

No.	Agama	Jumlah	Persentase
1	Islam	82 Orang	100
2	Kristen	0	0
3	Hindu	0	0
4	Buddha	0	0
5	Kong Hu Chu	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>82 orang</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Berdasarkan tabel 4.3 menjelaskan bahwasanya responden yang beragama Islam sebanyak 82 orang dengan persentase 100 %, selanjutnya responden yang beragama Kristen, Hindu, Buddha dan Kong Hu Chu tidak ada.

d. Karakteristik Berdasarkan Jenis Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan menguraikan responden menurut Jenis Pendidikan. Oleh karena itu akan disajikan karakteristik responden berdasarkan jenis Pendidikan yang dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan**

No.	Jenjang Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD	0	0
2	SMP/MTs	6 Orang	7,3
3	SMA/SMK Sederajat	75 Orang	91,4
4	S1	1 Orang	1,2
<b>Jumlah</b>		<b>82 orang</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Berdasarkan tabel 4.4 menjelaskan bahwasanya jenjang pendidikan SD tidak ada, selanjutnya total responden untuk SMP/MTS berjumlah 6 orang dengan persentase 7,3 % selanjutnya

diikuti oleh jumlah responden yang jenjang pendidikan paling banyak ialah SMA/SMK Sederajat dengan total 75 orang dengan persentase 91,4 % dan jumlah responden paling sedikit ialah SI/D-IV berjumlah 1 orang dengan persentase 1,2%.

## B. Hasil Analisis Data

### 1. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak valid. Setelah angket disebarakan maka akan diperoleh hasil dari jawaban para responden pada setiap pernyataan yang meyangkut tentang variabel yang akan diteliti. Sebelum angket dianalisis terlebih dahulu diuji validitas.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Faktor Budaya**

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item1	0,491	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n= 82$ . diperoleh $r_{tabel} = 0,2172$	Valid
Item2	0,685		Valid
Item3	0,719		Valid
Item4	0,605		Valid
Item5	0,473		Valid
Item6	0,542		Valid
Item7	0,773		Valid

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Hasil uji validitas faktor budaya pada tabel 4.5 diatas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 7 adalah valid. Dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $= 82-2 = 80$ , dgn tafar signifikan 5%, maka  $r_{tabel}$  adalah 0,2172.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Faktor Pribadi**

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item1	0,725	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n= 82$ . diperoleh $r_{tabel} = 0, 2172$	Valid
Item2	0,784		Valid
Item3	0,804		Valid
Item4	0,696		Valid
Item5	0,607		Valid
Item6	0,589		Valid

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Hasil uji validitas faktor pribadi pada tabel 4.6 di atas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 6 adalah valid. Dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $n= 82-2 = 80$ , dengan taraf signifikan 5% maka  $r_{tabel}$  adalah 0, 2172.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Minat Karyawan**

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item1	0,555	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n= 82$ . Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0, 2172$	Valid
Item2	0,604		Valid
Item3	0,653		Valid
Item4	0,734		Valid
Item5	0,612		Valid
Item6	0,498		Valid
Item7	0,390		Valid
Item8	0,487		Valid

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Dari hasil uji validitas minat karyawan pada tabel 4.7 di atas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 8 adalah valid. Dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $n= 82-2 = 80$ , dengan taraf signifikan 5% maka  $r_{tabel}$  adalah 0, 2172.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan, dengan menggunakan metode *cronbach alpha*. Jika *cronbach alpha* > 0,60 maka dapat dikatakan reliabel.

### a. Uji Reliabilitas Faktor Budaya

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Faktor Budaya**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.721	7

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Dari hasil uji reliabilitas faktor budaya dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 yaitu sebesar 0,721. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa variabel faktor budaya dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

### b. Uji Reliabilitas Faktor Pribadi

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas Faktor Pribadi**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.795	6

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Dari hasil uji reliabilitas faktor pribadi dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 yaitu sebesar 0,795. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa variabel faktor pribadi

dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

c. Uji Reliabilitas Minat Karyawan

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas Minat Karyawan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.691	8

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Dari hasil uji reliabilitas minat karyawan dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 yaitu sebesar 0,691. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat karyawan dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik, data berdistribusi normal, jika nilai signifikansi > 0,05. Hasil uji normalitas dapat disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.75764734
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.051
	Negative	-.109
Kolmogorov-Smirnov Z		.985
Asymp. Sig. (2-tailed)		.286 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.11 di atas, diperoleh nilai signifikan adalah sebesar 0,286. Dengan demikian dapat diketahui bahwa nilai signifikan  $0,286 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwasanya data yang diolah adalah berdistribusi normal.

b. Hasil uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10,00$  dan nilai *tolerance*  $> 0,10$ . Hasil uji multikolinearitas dapat disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,160	3145		3,866	,000		
	X1	,263	,111	,243	2,375	,020	,787	1,270
	X2	,504	,117	,440	3,312	,000	,787	1,270

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Berdasarkan tabel 4.12 di atas nilai VIF untuk variabel faktor budaya ialah  $1,327 < 10,00$ , dan variabel faktor pribadi  $1,270 < 10,00$ . Sehingga dapat disimpulkan nilai VIF dari tabel di atas lebih kecil dari 10,00 ( $VIF < 10,00$ ).

Sementara itu nilai *tolerance* untuk variabel faktor budaya adalah  $0,787 > 0,10$ , dan variabel faktor pribadi  $0,787 > 0,10$ . Maka dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari kedua variabel adalah lebih besar dari 0,10 ( $Tolerance > 0,10$ ). Berdasarkan penilaian di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

Hasil heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Correlations					
			X1	X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.444**	-.088
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.434
		N	82	82	82
	X2	Correlation Coefficient	.444**	1.000	-.099
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.376
		N	82	82	82
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.088	-.099	1.000
		Sig. (2-tailed)	.434	.376	.
		N	82	82	82

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat diketahui bahwa variabel  $X_1$  dan  $X_2$  mempunyai nilai signifikan lebih besar dari 0,10 dengan nilai  $X_1$  0,434 > 0,10 dan  $X_2$  0,376 > 0,10 artinya dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel faktor budaya dan faktor pribadi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel minat karyawan. Adapun hasil regresi sebagai berikut :



**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,160	3,145		3,866	,000
	X1	,263	,111	,243	2,375	,020
	X2	,504	,117	,440	4,312	,000

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Dari tabel 4.14 hasil uji parsial di atas, dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana nilai tabel yang diperoleh dan rumus  $df = n - k - 1$  atau  $82 - 2 - 1 = 79$  sebesar 1,9904 yaitu :

- 1)  $t_{hitung}$  faktor budaya = 2,375 >  $t_{tabel} = 1,9904$  maka  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh faktor budaya terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah secara parsial.
- 2)  $t_{hitung}$  faktor pribadi = 4,312 >  $t_{tabel} = 1,9904$  maka  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh faktor pribadi terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji f) digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel faktor budaya dan faktor pribadi secara keseluruhan terhadap variabel minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	333,587	2	166,793	21,392	,000 <sup>b</sup>
	Residual	615,974	79	7,797		
	Total	949,561	81			

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 21,392, sedangkan  $F_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df_1 = 2$ , dan  $df_2 = 80$  yaitu sebesar 3,11, dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $F_{hitung} 21,392 > F_{tabel} 3,11$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara faktor budaya dan faktor pribadi terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah.

5. Uji Analisis Regresi Berganda

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,160	3,145		3,866	,000
	X1	,263	,111	,243	2,375	,020
	X2	,504	,117	,440	4,312	,000

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Dari data uji hasil linear berganda pada tabel 4.16 di atas, maka persamaan regresi yang digunakan adalah :

$$\mathbf{MK = a + b_1FBK + b_2FPK + e}$$

$$\mathbf{MK = 12,160 + 0,263 + 0,504 + 3,145}$$

Dan persamaan regresi di atas dapat di artikan bahwa :

- a. Nilai konstanta adalah sebesar 12,160, artinya jika variabel faktor budaya, dan faktor pribadi bernilai 0, maka minat karyawan nilainya sebesar 12,160.
- b. Nilai koefisien faktor budaya adalah sebesar 0,263 artinya apabila variabel faktor budaya naik 1 satuan maka variabel minat karyawan akan meningkat sebesar 0,263 satuan dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor budaya dengan minat karyawan.
- c. Nilai koefisien faktor pribadi adalah sebesar 0,504 artinya apabila variabel faktor pribadi naik 1 satuan maka variabel minat karyawan akan meningkat sebesar 0,504 satuan dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor pribadi dengan minat karyawan.

## 6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.17**  
**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,593 <sup>a</sup>	,351	,335	2,792

*Sumber: Data diolah, 2021.*

Berdasarkan tabel 4.17 di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi dapat melihat adanya pengaruh faktor budaya dan faktor pribadi terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah. Dalam penelitian ini menghasilkan nilai *R Square* sebesar 0,351 atau 35,1 %. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel faktor budaya dan pribadi dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap minat karyawan PTPN III Haesong menjadi nasabah bank syariah sebesar 35,1%. Sedangkan 64,9% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian yang peneliti uji dari judul “Determinan Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah” dengan jumlah responden 82 Karyawan. Hasil peneliti ini menunjukkan bahwa faktor budaya dan faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah.

## **1. Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah.**

Persamaan regresi yang terbentuk dalam penelitian ini adalah :

$$\text{MK} = 12,160 + 0,263 + 0,504 + 3,145$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan faktor budaya sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat karyawan sebesar 0,263 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Berdasarkan hasil dari analisis uji t menunjukkan bahwa  $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$  atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , maka  $-t_{\text{hitung}} -2,375 < -t_{\text{tabel}} - 1,9904$  atau  $t_{\text{hitung}} 2,375 > t_{\text{tabel}} 1,9904$  maka  $H_0$  ditolak dan artinya  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh faktor budaya terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah secara parsial.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori tentang faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, dimana salah satu faktor yang mendorong minat beli konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya<sup>61</sup>.

## **2. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah.**

Persamaan regresi yang terbentuk dalam penelitian ini adalah :

$$\text{MK} = 12,160 + 0,263 + 0,504 + 3,145$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan faktor pribadi sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat karyawan

---

<sup>61</sup> Nembah F. Hartimbul, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung : Yrama Widya, 2011), hlm.

sebesar 0,263 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Berdasarkan hasil dari analisis uji t menunjukkan bahwa  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $-t_{hitung} -4,312 < -t_{tabel} - 1,9904$  atau  $t_{hitung} 4,312 > t_{tabel} 1,9904$  maka  $H_0$  ditolak dan artinya  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh faktor budaya terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah secara parsial.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori tentang faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, dimana salah satu faktor-faktor yang mendorong minat beli konsumen itu dipengaruhi oleh faktor pribadi<sup>62</sup>.

### **3. Pengaruh Faktor Budaya dan Faktor Pribadi Terhadap Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah.**

Berdasarkan hasil analisis data uji f menunjukkan bahwa variabel faktor budaya dan faktor pribadi memiliki  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dimana  $F_{hitung} 21,392 > F_{tabel} 3,11$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh antara faktor budaya dan faktor pribadi terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah secara simultan.

Adapun nilai *R square* adalah 0,351 atau sama dengan 35,1%. Artinya faktor budaya dan faktor pribadi mampu menjelaskan variabel dependen atau minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah

---

<sup>62</sup> *Ibid.*,

bank syariah sebesar 35,1% sedangkan 64,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, dimana salah satu faktor-faktor yang mendorong minat beli konsumen itu dipengaruhi oleh faktor budaya dan pribadi<sup>63</sup>.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan, diantaranya:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya dan faktor pribadi memengaruhi minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah. Faktor budaya dan faktor pribadi memberikan sumbangan sebesar 35,1% terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah, sedangkan 64,9% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
2. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran dan integrasi para responden dalam menjawab pernyataan yang diberikan.

Dari keterbatasan penelitian ini peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian. Dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

---

<sup>63</sup> *Ibid.*,

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai Determinan Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah. Maka dapat disimpulkan yang diperoleh adalah :

1. Berdasarkan hasil pengolahan data faktor budaya memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,375 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,9904 sehingga nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,375 > 1,9904$ ), maka  $H_0$  ditolak dan artinya  $H_a$  diterima. Artinya faktor budaya berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data faktor pribadi memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 4,312 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,9904 sehingga nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,312 > 1,9904$ ), maka  $H_0$  ditolak dan artinya  $H_a$  diterima. Artinya faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah.
3. Kemudian berdasarkan hasil pengolahan data faktor budaya dan faktor pribadi memiliki  $F_{hitung}$  sebesar 21,392 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,11, sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $21,392 > 3,11$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya faktor budaya dan faktor pribadi berpengaruh secara simultan terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah.



## **B. Saran**

Berkaitan pada penelitian ini, peneliti menganalisa dua variabel independen, yaitu faktor budaya dan faktor pribadi terhadap minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah. Agar dapat memperoleh gambaran yang lebih mendalam maka berikut ini saran bagi beberapa pihak antara lain :

### **1. Bagi Akademis**

Penelitian berikutnya diharapkan menggunakan data yang lebih akurat dengan jumlah sampel yang lebih banyak. Penggunaan data yang lebih akurat memungkinkan mendapat hasil yang lebih baik.

### **2. Bagi Perusahaan**

Mengingat faktor budaya dan pribadi merupakan faktor yang mempengaruhi minat karyawan PTPN III Hapesong menjadi nasabah bank syariah maka hal ini perlu diperhatikan secara seksama oleh pihak manajemen bank syariah sehingga dapat memaksimalkan produk, promosi serta dapat mengimplementasikan prinsip syariah dengan lebih konsisten, agar dunia perbankan syariah lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas.

### **3. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, kepercayaan dan wawasan bagi masyarakat guna meningkatkan hubungan kerjasama dengan perusahaan khususnya didunia perbankan syariah. Dan sebagai bahan perbandingan bagi

masyarakat agar dapat membedakan antara bank konvensional dengan bank syariah. Dengan melihat Bank Syariah telah mengimplementasikan prinsip syariah dengan baik maka diharapkan kepada masyarakat agar dapat lebih menanamkan minatnya untuk menjadi nasabah Bank Syariah supaya dunia perbankan syariah dapat diterima dan dipercaya oleh masyarakat luas dan tentunya lebih maju lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anang, Firmansyah M. 2019. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Deepublish.
- Andespa, Roni. *Faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah*. Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang : Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Vol. 2, No. 1 Januari – juni 2017.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand. 2002. *“Metode Penelitian Manajemen”*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus, Muhammad. 2011. *Ekonometrika : Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta : Bumi Aksara.
- <http://www.ojk.go.id>, diakses pada tanggal 9 Oktober 2020 Pukul 20.21
- <http://www.ptpn3.co.id/sejarah.php?h=tentang-kami>, diakses pada tanggal 4 Maret 2021, Pukul 09.28
- Hasbiullah, *Determinan Keinginan masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah di Makassar (Studi pada Bank Muamalat Indonesia di Makassar)*, Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alaudin Makassar.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta :Prenadamedia Group.
- Kotler, Philip dan Keller. 2008. *Prinsip – prinsip Pemasaran,edisi keduabelas*. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 3*. Jakarta : Erlangga.
- Nembah F. Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Yrama Widya

- Noor, Juliansyah. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana.
- Prasetyo, Bambang.2005. *Metode penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Priyatno, Dwi. 2014. *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta : Hak Cipta.
- Rahman, Shaleh Abdul dan Muhib Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam*. Jakarta : Kencana.
- Sarwono, Jonathan. 2015. *Rumus-Rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Riset dan Skripsi*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R dan D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor : Ghalia Indonesia.
- Yusnita, M. 2010. *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*. Semarang : ALPRIN.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| 1. Nama                 | : Arifin Nauli   |
| 2. Tempat/Tanggal Lahir | : Sigala-gala, 21 Mei 1998   |
| 3. Agama                | : Islam  |
| 4. Jenis Kelamin        | : Laki-laki  |
| 5. Anak ke              | : 1 dari 3 Bersaudara  |
| 6. Alamat               | : Perkebunan Hapesong  |
| 7. Kewarganegaraan      | : Indonesia  |
| 8. No. Telepon/HP       | : 0812-6231-8528   |
| 9. Email                | : <a href="mailto:arifinnauli21@gmail.com">arifinnauli21@gmail.com</a> |

### **II. PENDIDIKAN**

1. SD Negeri 101320 Hapesong (2004-2010)
2. SMP Negeri 1 Batangtoru (2010-2013)
3. SMA Negeri 1 Batangtoru (2013-2016)
4. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (2016-2021)

### **III. IDENTITAS ORANG TUA**

- |                |                       |
|----------------|-----------------------|
| Nama Ayah      | : Marwan              |
| Pekerjaan Ayah | : Karyawan BUMN       |
| Nama Ibu       | : Suryana Gucci       |
| Pekerjaan Ibu  | : -                   |
| Alamat         | : Perkebunan Hapesong |

### **IV. PRESTASI AKADEMIK**

- |               |  |
|---------------|--|
| IPK           | : 3.8  |
| Judul Skripsi | : Determinan Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah |

### **V. Motto Hidup**

“tidak apa kita kehilangan sesuatu karena Allah asal jangan kita kehilangan Allah karena sesuatu

## DAFTAR JAWABAN RESPONDEN

### A. Variabel Faktor Budaya

No.	X1	x2	x3	x4	x5	x6	x7
1	4	4	5	4	4	5	5
2	4	5	5	4	5	4	5
3	4	4	4	4	4	5	5
4	4	2	3	4	4	4	3
5	5	4	4	3	3	4	3
6	4	4	4	4	4	4	4
7	5	4	4	4	5	5	5
8	4	4	3	4	5	3	3
9	4	3	5	4	5	5	3
10	4	2	3	3	3	3	2
11	4	4	4	4	4	4	4
12	4	5	4	4	5	4	5
13	5	4	4	4	4	4	3
14	4	3	3	3	4	4	4
15	3	4	3	5	5	2	4
16	3	3	4	3	3	3	3
17	4	3	3	3	5	3	3
18	4	4	4	3	4	4	5
19	4	4	3	3	5	5	4
20	4	4	4	3	4	4	5
21	4	4	4	4	4	4	4
22	4	3	3	3	5	3	3
23	5	4	4	3	3	4	4
24	5	4	5	4	5	5	4
25	4	4	3	4	4	3	4
26	4	4	3	3	5	4	3
27	5	5	5	5	5	5	5
28	4	3	3	3	4	4	3
29	3	3	3	3	3	3	3
30	5	5	5	4	5	4	5
31	4	4	5	2	3	4	3
32	4	5	4	3	5	4	4
33	4	5	4	5	1	4	3

34	4	4	4	4	5	4	4
35	5	4	3	4	5	4	3
36	3	4	4	5	5	4	5
37	4	5	5	4	2	4	3
38	4	2	3	3	4	3	3
39	3	3	3	4	3	4	3
40	4	3	3	3	4	4	3
41	4	4	4	3	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4
43	5	5	5	5	5	5	5
44	5	4	4	5	5	4	4
45	4	4	4	4	5	5	4
46	4	4	4	4	5	4	4
47	5	5	5	5	5	3	5
48	5	5	5	5	5	3	5
49	3	3	3	4	4	3	4
50	4	3	3	3	4	4	3
51	4	3	3	4	5	4	4
52	4	4	4	5	5	3	4
53	5	4	5	4	4	4	3
54	4	3	4	4	5	4	4
55	4	3	4	5	5	4	4
56	4	4	4	4	4	3	2
57	5	4	3	3	4	4	4
58	4	4	3	4	5	4	5
59	5	4	4	4	4	4	5
60	4	5	4	4	5	3	3
61	5	4	5	4	5	5	5
62	4	5	5	4	2	4	5
63	5	4	4	4	4	4	3
64	3	4	4	3	4	3	4
65	4	4	4	5	5	4	4
66	4	4	4	3	4	5	5
67	4	5	5	4	5	4	5
68	3	5	4	5	5	4	5
69	5	4	4	4	4	3	4
70	4	4	4	4	4	4	4
71	5	5	4	4	4	5	5
72	4	5	5	4	5	5	4

73	4	3	4	4	5	4	4
74	4	4	4	5	5	5	5
75	4	4	4	4	5	4	4
76	4	5	5	4	2	5	4
77	4	4	3	4	4	3	3
78	4	4	4	4	5	4	4
79	5	4	5	4	5	4	5
80	4	5	5	5	4	3	5
81	4	4	4	5	4	4	5
82	4	3	5	5	5	5	4

### B. Variabel Faktor Pribadi

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6
1	4	5	4	4	5	4
2	4	4	4	4	4	5
3	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	3	3	3	3
6	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	3	5	5
8	5	5	5	4	4	4
9	4	4	4	4	5	5
10	4	3	4	3	4	4
11	4	3	4	3	5	4
12	5	4	5	5	4	5
13	5	4	3	3	4	5
14	4	4	4	4	3	4
15	4	4	3	4	5	4
16	3	3	1	3	3	3
17	4	4	5	5	5	4
18	4	4	4	4	5	4
19	4	5	5	4	4	5
20	4	4	4	4	5	4
21	4	4	4	3	4	4
22	4	4	5	5	5	4
23	4	4	4	5	4	5



24	5	5	5	5	5	5
25	3	4	3	4	4	5
26	4	4	5	4	5	4
27	5	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4
29	3	3	3	3	3	3
30	5	5	5	5	4	5
31	5	4	2	3	5	5
32	4	4	3	4	4	5
33	3	3	3	3	3	3
34	4	5	4	4	4	5
35	4	4	3	4	3	5
36	5	4	5	3	5	5
37	5	5	5	5	5	5
38	4	3	3	3	4	4
39	3	3	3	4	4	3
40	4	4	3	3	3	4
41	4	4	4	3	4	4
42	4	4	4	4	4	4
43	4	4	3	4	3	4
44	5	5	4	4	5	5
45	5	4	4	4	4	4
46	5	4	4	4	4	4
47	3	3	3	3	5	3
48	3	2	3	4	5	4
49	5	4	4	3	4	4
50	4	4	3	3	3	4
51	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4
53	5	4	4	5	5	4
54	5	4	4	5	5	4
55	4	4	4	5	4	4
56	5	4	4	4	5	4
57	4	4	3	3	5	4
58	5	5	5	5	5	5
59	5	4	3	4	4	4
60	3	1	2	4	3	5

61	5	4	5	5	3	3
62	5	5	4	4	5	4
63	5	4	5	5	3	3
64	5	4	5	5	4	5
65	4	5	4	4	5	5
66	4	4	4	4	5	4
67	5	4	4	5	5	4
68	5	4	5	5	4	5
69	5	5	5	5	5	4
70	4	4	4	4	4	4
71	5	5	5	5	5	5
72	5	5	4	4	5	4
73	4	5	4	4	5	4
74	5	4	4	4	5	5
75	3	4	5	4	5	4
76	3	4	4	3	4	4
77	5	3	4	3	4	4
78	4	4	4	5	4	4
79	5	4	5	4	4	4
80	5	5	5	5	5	5
81	5	4	4	4	5	5
82	4	4	4	5	4	4

### C. Variabel Minat

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
1	4	5	4	4	4	4	4	4
2	5	4	5	4	5	4	4	5
3	4	4	5	4	4	4	5	4
4	3	3	3	3	3	4	4	4
5	4	3	3	2	4	3	3	3
6	4	4	4	4	5	4	4	4
7	3	4	3	3	3	4	5	5
8	3	4	5	5	5	3	4	5
9	4	4	5	5	5	5	4	5
10	2	3	3	3	3	3	4	3
11	4	4	5	4	4	3	4	4
12	5	5	5	3	5	1	5	5

13	5	4	5	4	4	4	5	3
14	4	4	4	4	4	4	3	4
15	4	4	5	5	5	5	4	3
16	4	3	3	3	3	3	3	3
17	4	4	4	5	4	4	4	4
18	4	4	4	4	5	4	5	4
19	5	4	4	5	4	5	5	4
20	4	4	4	4	5	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	5	4
22	4	4	4	5	4	4	4	4
23	4	4	3	3	5	5	4	5
24	4	4	4	4	4	5	5	5
25	5	3	4	4	3	3	5	4
26	3	5	4	4	4	4	4	4
27	5	5	5	5	5	5	4	5
28	4	4	5	4	4	4	5	4
29	3	3	3	3	3	3	3	3
30	5	5	5	5	5	3	3	4
31	5	5	3	4	5	3	5	2
32	4	2	4	4	4	2	5	2
33	3	4	1	2	1	3	4	2
34	4	5	4	5	4	4	3	2
35	5	5	5	5	5	5	4	4
36	3	4	3	4	5	5	4	4
37	4	4	4	5	4	5	5	4
38	3	4	4	4	5	5	4	4
39	4	4	4	4	4	3	4	3
40	1	4	4	3	3	3	4	3
41	4	4	4	4	4	4	3	3
42	4	4	4	4	4	4	4	3
43	3	4	4	4	5	4	4	4
44	4	4	4	4	5	3	4	4
45	4	5	4	4	4	4	4	4
46	4	5	4	4	4	3	5	4
47	5	5	5	3	5	3	4	4
48	5	4	5	3	5	3	4	4
49	4	3	4	4	4	4	3	3

50	1	4	4	3	3	3	5	4
51	4	4	4	4	3	4	5	3
52	4	4	4	4	4	4	3	3
53	4	4	5	4	5	3	4	4
54	4	4	4	5	4	4	4	4
55	4	4	5	4	5	2	4	4
56	4	5	4	5	4	5	5	4
57	4	4	5	4	4	3	4	3
58	4	4	4	4	4	5	5	4
59	5	5	4	4	5	3	5	4
60	4	4	5	4	5	1	5	4
61	4	3	3	2	5	3	4	4
62	4	5	4	5	4	4	5	5
63	4	3	3	2	5	1	3	5
64	3	5	5	4	5	3	5	4
65	4	4	4	4	4	3	4	5
66	4	4	5	4	4	4	4	3
67	4	4	5	3	5	3	4	5
68	4	3	4	2	4	2	3	4
69	4	5	4	3	4	3	3	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4
71	5	5	4	5	5	5	4	3
72	5	4	5	4	5	3	5	3
73	5	4	4	3	5	4	4	4
74	5	5	5	4	4	4	4	4
75	4	4	4	5	4	5	5	5
76	5	4	4	5	4	5	4	4
77	4	4	4	4	4	4	5	4
78	4	4	4	4	4	4	4	5
79	4	4	4	4	4	5	4	4
80	4	4	4	4	5	4	4	5
81	5	4	4	4	5	3	4	4
82	4	4	4	4	5	4	4	4

**Lampiran 2**

**PERHITUNGAN UJI VALIDASI**

**A. Variabel Faktor Budaya (X1)**

**Correlations**

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Skor_tota 1
Item_1	Pearson Correlation	1	,252*	,349**	,279*	,440**	,066	,048	,083	,555**
	Sig. (2-tailed)		,023	,001	,011	,000	,557	,669	,460	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Item_2	Pearson Correlation	,252*	1	,339**	,414**	,276*	,226*	,182	,175	,604**
	Sig. (2-tailed)	,023		,002	,000	,012	,041	,101	,115	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Item_3	Pearson Correlation	,349**	,339**	1	,451**	,518**	-,021	,172	,250*	,653**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002		,000	,000	,854	,123	,023	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Item_4	Pearson Correlation	,279*	,414**	,451**	1	,246*	,538**	,241*	,085	,734**
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,000		,026	,000	,029	,446	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Item_5	Pearson Correlation	,440**	,276*	,518**	,246*	1	-,006	-,008	,358**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,000	,012	,000	,026		,958	,941	,001	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Item_6	Pearson Correlation	,066	,226*	-,021	,538**	-,006	1	,101	,116	,498**

	Sig. (2-tailed)	,557	,041	,854	,000	,958		,367	,298	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Item_7	Pearson Correlation	,048	,182	,172	,241*	-,008	,101	1	,163	,390**
	Sig. (2-tailed)	,669	,101	,123	,029	,941	,367		,144	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	,083	,175	,250*	,085	,358**	,116	,163	1	,487**
Item_8	Sig. (2-tailed)	,460	,115	,023	,446	,001	,298	,144		,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	,555**	,604**	,653**	,734**	,612**	,498**	,390**	,487**	1
Skor_total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

B. Variabel Faktor Pribadi (X2)

Correlations

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Skor_total
Item_1	Pearson Correlation	1	,539**	,512**	,397**	,275*	,358**	,725**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,013	,001	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82
Item_2	Pearson Correlation	,539**	1	,578**	,414**	,381**	,387**	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82
Item_3	Pearson Correlation	,512**	,578**	1	,585**	,356**	,261*	,804**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001	,018	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82
Item_4	Pearson Correlation	,397**	,414**	,585**	1	,227*	,266*	,696**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,040	,016	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82
Item_5	Pearson Correlation	,275*	,381**	,356**	,227*	1	,323**	,607**
	Sig. (2-tailed)	,013	,000	,001	,040		,003	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82

Item_6	Pearson Correlation	,358**	,387**	,261*	,266*	,323**	1	,589**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,018	,016	,003		,000
	N	82	82	82	82	82	82	82
Skor_total	Pearson Correlation	,725**	,784**	,804**	,696**	,607**	,589**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



C. Variabel Minat (Y)

Correlations

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Skor_total
Item_1	Pearson Correlation	1	,252*	,349**	,279*	,440**	,066	,048	,083	,555**
	Sig. (2-tailed)		,023	,001	,011	,000	,557	,669	,460	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Item_2	Pearson Correlation	,252*	1	,339**	,414**	,276*	,226*	,182	,175	,604**
	Sig. (2-tailed)	,023		,002	,000	,012	,041	,101	,115	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Item_3	Pearson Correlation	,349**	,339**	1	,451**	,518**	-,021	,172	,250*	,653**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002		,000	,000	,854	,123	,023	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Item_4	Pearson Correlation	,279*	,414**	,451**	1	,246*	,538**	,241*	,085	,734**
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,000		,026	,000	,029	,446	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Item_5	Pearson Correlation	,440**	,276*	,518**	,246*	1	-,006	-,008	,358**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,000	,012	,000	,026		,958	,941	,001	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Item_6	Pearson Correlation	,066	,226*	-,021	,538**	-,006	1	,101	,116	,498**
	Sig. (2-tailed)	,557	,041	,854	,000	,958		,367	,298	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Item_7	Pearson Correlation	,048	,182	,172	,241*	-,008	,101	1	,163	,390**

	Sig. (2-tailed)	,669	,101	,123	,029	,941	,367		,144	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	,083	,175	,250*	,085	,358**	,116	,163	1	,487**
Item_8	Sig. (2-tailed)	,460	,115	,023	,446	,001	,298	,144		,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	,555**	,604**	,653**	,734**	,612**	,498**	,390**	,487**	1
Skor_total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## PERHITUNGAN UJI RELIABEL

### A. Variabel Faktor Budaya (X1)

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	24,06	8,552	,336	,710
x2	24,26	7,304	,523	,666
x3	24,23	7,242	,577	,653
x4	24,29	7,790	,432	,689
x5	23,91	8,153	,220	,749
x6	24,26	8,119	,362	,705
x7	24,23	6,625	,626	,634

### B. Variabel Faktor Pribadi (X2)

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	20,54	6,499	,589	,755
x2	20,78	6,149	,662	,737
x3	20,84	5,666	,665	,734
x4	20,78	6,470	,536	,767
x5	20,51	6,870	,422	,793
x6	20,57	7,161	,429	,789

C. Variabel Minat (Y)

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	28,07	9,353	,365	,666
x2	28,00	9,531	,468	,648
x3	27,96	9,023	,504	,635
x4	28,16	8,382	,595	,609
x5	27,82	9,139	,445	,647
x6	28,39	9,377	,246	,704
x7	27,91	10,400	,210	,696
x8	28,20	9,764	,291	,682

Lampiran 3

Tabel r untuk df = 51 - 84

df	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487

**Lampiran 4**

**Tabel titik distribusi t = 56 - 80**

<b>Pr df</b>	<b>0,25</b>	<b>0,10</b>	<b>0,05</b>	<b>0,025</b>	<b>0,01</b>	<b>0,005</b>	<b>0,001</b>
<b>56</b>	0.6789	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.2422
<b>57</b>	0.6788	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.2394
<b>58</b>	0.6787	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.2368
<b>59</b>	0.6786	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.2342
<b>60</b>	0.6786	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.2317
<b>61</b>	0.6785	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.2293
<b>62</b>	0.6784	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.2269
<b>63</b>	0.6784	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.2247
<b>64</b>	0.6783	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.2225
<b>65</b>	0.6782	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.2204
<b>66</b>	0.6782	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.2183
<b>67</b>	0.6781	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.2163
<b>68</b>	0.6781	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.2144
<b>69</b>	0.6780	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.2126
<b>70</b>	0.6780	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.2107
<b>71</b>	0.6779	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.2090
<b>72</b>	0.6779	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.2073
<b>73</b>	0.6778	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.2056
<b>74</b>	0.6778	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.2040
<b>75</b>	0.6777	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.2024
<b>76</b>	0.6777	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.2009
<b>77</b>	0.6776	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.1994
<b>78</b>	0.6776	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.1980
<b>79</b>	0.6776	1.29236	1.66437	<b>1.99045</b>	2.37448	2.63950	3.1966
<b>80</b>	0.6775	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.1952

Lampiran 5

Tabel titik distribusi f = 57 - 81

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)						
	1	2	3	4	5	6	7
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12

**Lampiran 6**

**Dokumentasi Penelitian**



**Gambar 1**  
**Kantor Lokasi Penelitian**



**Gambar 2**  
**Kantor Lokasi Penelitian**





**Gambar 3**  
**Pembagian Kuesioner Kepada Kayawan**  
**PTPN III Hapesong**



**Gambar 4**  
**Pembagian Kuesioner Penelitian**



**Gambar 5**  
**Apel Pagi Bersama Asisten dan Mandor Deres**



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

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

Nomor : 2884/In.14/G.1/G.4b/TL.00/11/2020  
Hal : Mohon Izin Riset

18 Nopember 2020

**Yth; Manager PTPN III Hapesong.**

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

Nama : Arifin Nauli  
NIM : 1640100047  
Semester : IX (Sembilan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Determinan Minat Karyawan PTPN III Hapesong Menjadi Nasabah Bank Syariah".

Sehubungan dengan itu, bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas adalah sangat diharapkan.

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

a:n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan



Hapesong, 25 November 2020

Nomor : KHPSG/XI/137/2020  
Lamp. : -  
Hal : Izin Riset

Kepada Yth :  
Dekan Fakultas Ekonomi IAIN Padangsidempuan  
di-  
Tempat

Menghunjuk surat Saudara Nomor : 2884/In.14/G.4b/TL.06/11/2020 tanggal 18 Nopember 2020 perihal Mohon Izin Riset, dengan ini kami sampaikan kepada Saudara untuk hal dimaksud pada prinsipnya dapat di setuju selama 3 (tiga) hari mulai tanggal 01 s/d 03 Desember 2020 kepada :

Nama : Arfin Nauli  
NIM : 1640100047  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adapun selama dalam melakukan kegiatan Riset dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan Riset semata-mata untuk pendidikan.
2. Biaya dan resiko yang timbul dalam pelaksanaan Riset ditanggung sepenuhnya oleh yang bersangkutan.
3. Wajib memakai masker.
4. Mengikuti peraturan dan protocol Kesehatan pencegahan Covid-19.

Demikian kami sampaikan agar maklumi.

PT. PERKEBUNAN NUSANTARA III (PERSERO)  
KEBUN HAPESONG



**Chandra Kesuma, SP. MM**  
Manajer

Tembusan :  
- Arsip

AKHLAK – Amanah, Kompeten, Harmonis, Adaptif, Laboratif

**PT. PERKEBUNAN NUSANTARA III (PERSERO)**  
**KEBUN HAPESONG**

Desa Perkebunan Hapesong, Kec. Batang Toru 22738, Kabupaten Tapanuli Selatan