



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT
NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN KPR iB GRIYA DI
BANK SUMUT CABANG PEMBANTU SYARIAH
RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI

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

Oleh:

ANGGI WAHYUDI

NIM. 12 220 0136



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

2016



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT
NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN KPR iB GRIYA DI
BANK SUMUT CABANG PEMBANTU SYARIAH
RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI

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

Oleh:

**ANGGI WAHYUDI
NIM. 12 220 0136**

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Zulanka Matondang, M.Si

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2016**



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

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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **ANGGI WAHYUDI**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidempuan, 9 September 2016
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **ANGGI WAHYUDI** yang berjudul "**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN KPR iB GRIYA DI BANK SUMUT CABANG PEMBANTU SYARIAH RANTAUPRAPAT**", Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

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

PEMBIMBING II

Zulaika Matondang, M.Si

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : ANGGI WAHYUDI
NIM : 12 220 0136
Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
MINAT NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN IB
GRIYA DI BANK SUMUT CABANG PEMBANTU
SYARIAH RANTAUPRAPAT**

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

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

Padangsidempuan, 9 September 2016
Saya yang Menyatakan,



ANGGI WAHYUDI
NIM. 12 220 0136

**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 : ANGGI WAHYUDI
NIM : 12 220 0136
Jurusan : Pendidikan 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 Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR IB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih mediaformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal: 3 Oktober 2016
Yang menyatakan,



ANGGI WAHYUDI
NIM. 12 220 0136



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

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

**DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : ANGGI WAHYUDI
NIM : 12 220 0136
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT
NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN KPR IB GRIYA DI
BANK SUMUT CABANG PEMBANTU SYARIAH
RANTAUPRAPAT

Ketua

Dr. Darwis Harahap, SHI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

Sekretaris

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

Anggota

1. Dr. Darwis Harahap, SHI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

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

3. Muhammad Isa, ST., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

4. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Rabu / 26 Oktober 2016
Pukul : 09.00 s/d 12.00
Hasil/Nilai : 75,5 (B)
Predikat : Amat Baik
IPK : 3,38



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

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

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
MINAT NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN
KPR IB GRIYA DI BANK SUMUT CABANG
PEMBANTU SYARIAH RANTAUPRAPAT**
NAMA : ANGGI WAHYUDI
NIM : 12 220 0136

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



Padangsidimpuan, 31 Oktober 2016
Dekan,

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

KATA PENGANTAR



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

Skripsi ini berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat, ditulis untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

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

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunte, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Aswadi Lubis, S.E., M.Si selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Darwis Harahap, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum,

Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M.Si, sebagai ketua Jurusan Perbankan Syariah, Ibu Nofinawati, M.A sebagai Sekretaris Jurusan, serta Bapak/ Ibu Dosen dan Pegawai administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Muhammad Isa, ST.,MM selaku pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang , M.Si selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahannya, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Bapak Najamuddin selaku kepala cabang yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantaupratat. Dan seluruh karyawan dan nasabah Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantaupratat yang ikut serta mendukung dan terlibat dalam penelitian penulis.
8. Teristimewa kepada Ayahanda Jumari dan Ibunda Yatinam yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan yang tiada hentinya kepada penulis .
9. Kepada abang dan kakak penulis (Armayani, Ardianto dan Ardiansyah) yang selalu membantu dan memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2012 (Muhammad Wandisyah, Rosaningsih Siregar, Fitri Ana, Ryan Permana, Efriana Siregar) khususnya rekan-rekan jurusan Perbankan Syariah-4 yang selama ini telah berjuang bersama-sama.

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

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

Padangsidempuan, 31 Agustus 2016
Peneliti,

ANGGI WAHYUDI
NIM. 12 220 0136

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan 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	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	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

x

2. Vokal

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

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	a
	Kasrah	I	i
	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

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

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

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

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu T: ^{xi} butah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

4. Syaddah (Tasydid)

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

5. Kata Sandang

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

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

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah 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.

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

6. Hamzah

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

7. Penulisan Kata

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

8. 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 capital 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 capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

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

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

ABSTRAK

Nama : Anggi Wahyudi
NIM : 12 220 0136
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat
Kata Kunci : Minat Nasabah, Pembiayaan KPR iB Griya

Jumlah penduduk Rantauprapat pada tahun 2011 sampai tahun 2014 mengalami kenaikan. Hal ini menyebabkan pembangunan di Rantauprapat setiap tahunnya bertambah. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat. Jumlah nasabah bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat pada tahun 2014 dan 2015 mengalami penurunan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya.

Teori yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah teori bauran pemasaran yang meliputi *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*, *process* dan teori minat. Kemudian penjelasan tentang pembiayaan KPR iB Griya. Penelitian ini juga membahas tentang akad *murabahah*, rukun dan syarat.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi berganda, dengan variabel X1 (*product*), X2 (*price*), X3 (*place*), X4 (*promotion*), X5 (*people*), X6 (*physical evidence*), X7 (*process*). Dan variabel Y (minat nasabah). Instrumen pengumpulan data menggunakan angket dan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 42 nasabah dari 70 populasi dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *product* berpengaruh terhadap minat nasabah dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($4,642 > 1,681$), kemudian *price* tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dengan nilai t hitung $< t$ tabel ($-3,098 < 1,681$), kemudian *place* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dengan t hitung $< t$ tabel ($-3,857 < 1,681$), kemudian *promotion* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dengan t hitung $> t$ tabel ($8,304 > 1,681$), kemudian *people* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dengan t hitung $< t$ tabel ($-3,884 < 1,681$), kemudian *physical evidence* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dengan t hitung $> t$ tabel ($2,131 > 1,681$), kemudian *process* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dengan t hitung $> t$ tabel ($3,301 > 1,681$). Sedangkan secara simultan dinyatakan bahwa variabel X1 (*product*), X2 (*price*), X3 (*place*), X4 (*promotion*), X5 (*people*), X6 (*physical evidence*), X7 (*process*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dengan F hitung $> F$ tabel ($29,732 > 1,90$).

DAFTAR ISI

Halaman judul/sampul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	
Berita Acara Ujian <i>Munaqasyah</i>	
Halaman Pengesahan Ketua	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	v
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Definisi Oprasional variabel	7
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	9
G. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kerangka Teori.....	11
1. Minat	11
2. Bank Syariah	12
3. Produk Bank Syariah	13
4. Pemasaran	14
5. Bauran Pemasaran	16
6. Pembiayaan	23
7. Akad Murabahah.....	24
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangak Pikir	28
D. Hipotesisi	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
B. Jenis Penelitian	31
C. Populasi dan Sampel	32
1. Populasi	32
2. Sampel	32
D. Data dan Sumber Data	33
1. Data Primer	34
2. Data sekunder	34

E. Instrumen Pengumpulan Data	35
1. Angket	35
2. Dokumentasi	36
F. Uji Kualitas Data	37
1. Uji validitas	37
2. Uji Realibilitas	38
G. Uji Asumsi Klasik	39
1. Uji Normalitas	39
2. Uji Multikolenaritas	39
3. Uji Autokorelasi	40
4. Uji Heterokedastisitas	40
H. Teknik Analisis Data	41
1. Uji Koefisien Determinasi R^2	41
2. Uji Hipotesis (t)	41
3. Uji Serempak F	42
4. Analisis Regresi Berganda	43
I. Sistematika Pembahasan	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum tentang PT. Bank SUMUT KCPsy Rantauprapat	46
1. Sejarah Umum	46
2. Visi	48
3. Misi	48
4. Struktur Organisasi	49
5. Tugas dan Tanggung Jawab	49
6. lokasi	68
B. Analisis Deskriptif	68
1. Jenis kelamin	68
2. Pendidikan terakhir	69
3. Profesi dan pekerjaan	70
C. Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas	71
1. Uji Validitas	71
2. Uji Realinilitas	79
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	84
1. Uji Normalitas	84
2. Uji Multikoleniaritas	86
3. Uji Autokorelasi	88
4. Uji Heterokedastisitas	89
E. Analisis Data	89
1. Koefisien Regresi Beerganda R^2	90
2. Uji T (uji parsial)	90
3. Uji F (uji simultan)	98
F. Analisis Regresi berganda	100

G. Pembahasan Hasil Penelitian	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
A. Kesimpulan	109
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Rantauprapat Tahun 2011-2014	4
Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Pembiayaan KPR IB Griya PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat	5
Tabel 1.3 Definisi Operasional Variabel	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Nilai Untuk Jawaban	36
Tabel 3.2 Kisi-kisi Angket	36
Tabel 4.1 Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 banyaknya Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
Tabel 4.3 Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi	70
Tabel 4.4 Uji Validitas <i>product</i>	72
Tabel 4.5 hasil Uji Validitas <i>product</i>	72
Tabel 4.6 Uji Validitas <i>price</i>	73
Tabel 4.7 hasil Uji Validitas <i>price</i>	73
Tabel 4.8 Uji Validitas <i>place</i>	74
Tabel 4.9 hasil Uji Validitas <i>place</i>	74
Tabel 4.10 Uji Validitas <i>promotion</i>	75
Tabel 4.11 hasil Uji Validitas <i>promotion</i>	75
Tabel 4.12 Uji Validitas <i>people</i>	76
Tabel 4.13 hasil Uji Validitas <i>people</i>	76
Tabel 4.14 Uji Validitas <i>physical evidence</i>	77
Tabel 4.15 hasil Uji Validitas <i>physical evidence</i>	77
Tabel 4.16 Uji Validitas <i>process</i>	78
Tabel 4.17 hasil Uji Validitas <i>process</i>	78
Tabel 4.18 Uji Validitas Minat	79

Tabel 4.19 hasil Uji Validitas Minat.....	79
Tabel 4.20 Uji Realibilitas <i>product</i>	80
Tabel 4.22 Uji Realibilitas <i>price</i>	80
Tabel 4.22 Uji Realibilitas <i>place</i>	81
Tabel 4.23 Uji Realibilitas <i>promotion</i>	81
Tabel 4.24 Uji Realibilitas <i>people</i>	82
Tabel 4.25 Uji Realibilitas <i>physical evidence</i>	82
Tabel 4.26 Uji Realibilitas <i>process</i>	83
Tabel 4.27 Uji Realibilitas Minat	83
Tabel 4.28 Hasil Uji Realibilitas	84
Tabel 4.29 Uji Normalitas Kolmogrov- Smirnov.....	85
Tabel 4.30 Uji Multikoleniaritas	87
Tabel 4.31 Hasil Uji Multikolineritas	88
Tabel 4.32 Uji Autokerelasi	88
Tabel 4.33 Uji R^2	90
Tabel 4.34 Uji Parsial T	91
Tabel 4.35 Uji Simultan F.....	99
Tabel 4.36 Uji Regresi Berganda	100

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Istilah bank sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat. Bank sangat berperan penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia, bahkan bank juga berperan dalam kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, bank bekerjasama dengan pemerintah dan masyarakat dalam menjalankan kegiatan usahanya. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana kemudian menyalurkannya kembali ke masyarakat yang membutuhkan dana. Bank juga memberikan jasa berupa pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.¹

Bagi orang yang berkelebihan dana dapat memanfaatkan jasa bank untuk menabungkan uang mereka. Bank juga memberikan kemudahan bagi masyarakat yang kekurangan dana, sehingga mereka bisa meminjam dana ke bank dengan memanfaatkan fungsi bank tersebut. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan, sedangkan kegiatan memberikan jasa-jasa bank lainnya hanyalah pendukung.

Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan dengan prinsip kepercayaan antara si pemilik dana dengan si pengguna dana. Penerima pembiayaan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan dalam akad pembiayaan.²

¹Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta:Raja Grafindo, 2003), hal. 24

² Ascarya, *akad & Produk bank Syariah*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2013), hal. 15

Dalam rangka melayani masyarakat di Indonesia, khususnya masyarakat muslim, bank menyediakan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat muslim di Indonesia. Produk yang ditawarkan tentunya produk yang sesuai dengan syariat Islam, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Dengan bertambahnya jumlah penduduk Indonesia, kebutuhan akan tempat tinggal semakin meningkat. Masyarakat yang mempunyai dana lebih akan membeli rumah dan melunasinya. Sedangkan masyarakat yang kekurangan dana, mereka akan menyewa rumah sebagai tempat tinggal mereka.

Dalam hal ini, bank memberikan kemudahan kepada masyarakat yang kekurangan dana, tapi ingin memiliki rumah. Bank menyediakan produk pembiayaan jasa berupa Kredit Kepemilikan Rumah (KPR). Banyaknya bank yang menawarkan jasa pembiayaan KPR membuat masyarakat bingung dalam menentukan pembiayaan. Masyarakat akan memilih pembiayaan KPR dengan harga yang lebih murah. Misalnya masyarakat akan memilih bank yang memberikan produk pembiayaan KPR dengan harga yang lebih murah. Hal ini membuat pihak perbankan yang bersaing di pasar keuangan harus memiliki strategi dalam memasarkan produk pembiayaan KPR, sehingga nasabah akan tertarik dan melakukan pembiayaan KPR di bank tersebut. Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut Syariah menentukan masyarakat untuk melakukan pembiayaan KPR iB Griya.

Bank Sumut cabang Pembantu Syariah Rantauprapat salah satu lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip Syariah. Bank Syariah yang resmi dibuka pada tanggal 31 Desember 2011 ini ikut serta meramaikan

perkembangan bisnis keuangan di Rantauprapat. Produk yang ditawarkan sesuai dengan syariat Islam dan mampu bersaing untuk menarik nasabah. Bank Sumut cabang Pembantu Syariah Rantauprapat salah satu bank yang memiliki jangkauan pemasaran yang cukup luas meliputi Kabupaten Labuhan Batu, Kabupaten Labuhan Batu Selatan dan Kabupaten Labuhan Batu Utara. Strategi promosi yang dilakukan Bank Sumut Syariah adalah dengan cara membagikan brosur serta memberikan sosialisasi produk KPR iB Griya kepada masyarakat atau yang sering disebut *door to door*.

Bank yang berkantor di Jalan Ahmad Yani NO. 137 F Rantauprapat, Labuhan Batu memiliki strategi pemasaran dalam menarik nasabah yang akan melakukan pembiayaan KPR iB Griya. KPR iB Griya Bank Sumut merupakan salah satu produk unggulan yang bertujuan membantu masyarakat yang kekurangan dana untuk membeli rumah dengan cara mencicil dengan jangka waktu tertentu.

Luasnya jangkauan pemasaran memberikan efek positif bagi Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat dalam mencari nasabah dengan mayoritas penduduk beragama muslim dan masyarakat yang berpenghasilan dari karet dan sawit, memungkinkan masyarakat untuk melakukan pembiayaan. Ditambah dengan banyaknya masyarakat pendatang yang bekerja di Rantauprapat, mereka membutuhkan tempat tinggal untuk beristirahat.

Adapun jumlah penduduk Rantauprapat tahun 2011-2014 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk Rantauprapat Tahun 2011-2014

No	Tahun	Jumlah Penduduk
1	2011	418.992 jiwa
2	2012	424.644 jiwa
3	2013	430.178 jiwa
4	2014	453.650 jiwa

Sumber: Labuhanbatukab.bps.go.id

Dari tabel 2.1 dapat kita lihat setiap tahunnya jumlah penduduk Rantauprapat mengalami kenaikan. Di tahun 2011 jumlah penduduk Rantauprapat sebanyak 418.992 jiwa. Pada tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 1,35 persen sebanyak 424.644 jiwa, di tahun 2013 naik sebesar 1,3 persen sebanyak 430.178 jiwa dan di tahun 2014 mengalami peningkatan sebesar 5,17 persen sebanyak 453.650 jiwa.

Dalam hal ini, Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat melakukan pemasaran untuk menarik nasabahnya. Secara umum pengertian pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. Dalam memilih produk yang diinginkan, nasabah mempunyai berbagai macam pertimbangan antara lain : produk itu sendiri, harganya, dimana tersedia dan informasi mengenai produk tersebut. Dalam perbankan dikenal dengan istilah 7P yaitu, *product, price promotion, place, people, process* dan *physical evidence*.

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran.

Penggunaan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Adapun jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat tahun 2012-2015.

Tabel 1.2
Jumlah Nasabah Pembiayaan KPR iB Griya PT. Bank SUMUT KCP
Syariah Rantauprapat

NO	TAHUN	JUMLAH NASABAH
1	2012	16
2	2013	32
3	2014	12
4	2015	10

Sumber: PT. Bank Sumut KCPSy Rantauprapat

Dari tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat pada tahun 2012 jumlah nasabah sebanyak 16 dan mengalami kenaikan pada tahun 2013 sebanyak 32 nasabah. Sedangkan pada tahun 2014 dan 2015 pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah mengalami penurunan yang cukup signifikan. Pada tahun 2014 jumlah nasabah sebanyak 12 nasabah dan di tahun 2015 sebanyak 10 nasabah.

Hal ini sangat berbanding terbalik dengan jumlah penduduk yang setiap tahunnya bertambah sedangkan nasabah yang melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat mengalami penurunan yang sangat signifikan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bertambahnya jumlah penduduk Indonesia menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan tempat tinggal namun menurunnya pembiayaan KPR iB Griya.
2. Keterbatasan dana menuntut masyarakat untuk melakukan pembiayaan KPR.
3. Menurunnya penghasilan masyarakat Rantauprapat.
4. Bertambahnya penduduk Rantauprapat setiap tahunnya. .
5. Berkurangnya jumlah nasabah pada tahun 2014 dan 2015 yang melakukan pembiayaan iB Griya di bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka peneliti membatasi masalah yang akan disajikan dalam penelitian ini yaitu hanya membahas pengaruh bauran pemasaran terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya. Dalam penelitian ini, peneliti hanya

membahas tujuh konsep bauran pemasaran yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *People*, *physical evidence* dan *process*.

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk mengurangi kesalahpahaman istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka dibuatlah definisi operasional variabel untuk menerangkan beberapa istilah sebagai berikut :

Tabel 1.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Product</i> (X1)	Barang atau jasa yang dapat diperjual belikan	1. Kebutuhan 2. Permintaan	Ordinal
<i>Price</i> (X2)	Nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter.	1. Tingkat harga 2. Keuntungan 3. Mengikuti harga saingan	Ordinal
<i>Place</i> (X3)	Bidang atau tempat usaha yang akan dijalankan	1. Lokasi yang strategis 2. Tempat yang aman	Ordinal
<i>Promotion</i> (X4)	Kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat produk yang ditawarkan.	1. Iklan 2. Brosur	Ordinal
<i>People</i> (X5)	Orang yang terlibat dalam kegiatan pelayanan dan mempengaruhi persepsi pembeli	1. Karyawan 2. Nasabah	Ordinal
<i>Physical Evidence</i> (X6)	Bukti fisik atau adanya logo atau simbol dari perusahaan	1. Simbol perusahaan 2. Motto	Ordinal
<i>Process</i> (X7)	Keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa	1. Prosedur kerja 2. Standard pelayanan	Ordinal
Minat (Y)	Kecenderungan hati terhadap sesuatu, gairah, keinginan.	1. Kebutuhan 2. Keinginan	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh *product* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat ?
2. Apakah ada pengaruh *price* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat ?
3. Apakah ada pengaruh *place* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat ?
4. Apakah ada pengaruh *promotion* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat ?
5. Apakah ada pengaruh *process* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat ?
6. Apakah ada pengaruh *people* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat ?

7. Apakah ada pengaruh *physical evidence* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat ?
8. Apakah ada pengaruh *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* secara simultan terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang pembantu Syariah Rantauprapat ?

F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bauran pemasaran sebagai berikut :

1. Pengaruh *product* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.
2. Pengaruh *price* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.
3. Pengaruh *place* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.
4. Pengaruh *promotion* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.
5. Pengaruh *people* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat

6. Pengaruh *phisical evidence* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.
7. Pengaruh *process* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat
8. pengaruh *product, price, place, promotion, people, phisical evidence* dan *process* secara simultan terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

G. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kajian ilmiah, antara lain :

1. Bagi lembaga keuangan syariah khususnya Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat, penelitian ini diharapkan menjadi masukan pemikiran dalam meningkatkan strategi pemasaran di masa mendatang.
2. Bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang dunia perbankan syariah, khususnya dibidang pemasaran.
3. Bagi mahasiswa sebagai referensi penelitian tentang perbankan syariah di masa yang akan datang.
4. Bagi masyarakat untuk menambah wawasan dan pengetahuan akan dunia perbankan dan cara pengaplikasiannya di kehidupan sehari-hari.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. KERANGKA TEORI

1. Minat

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah, keinginan. Menurut Abdurrahman Saleh “minat merupakan suatu kecendrungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.

Minat adalah kecenderungan yang menetap dan subyek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal atau hal itu. Perasaan senang akan menimbulkan pula minat yang diperkuat lagi oleh sikap positif yang sama diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu, sukar ditentukan secara pasti.¹

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

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Konsumen memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa akan menceritakan hal yang positif.

¹ WS, Winkel.. *Psikologi dan Evaluasi Belajar.*(Jakarta : Gramedia, 1993). hlm. 30

- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencaai informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.²

Berdasarkan pengertian diatas maka untuk penelitian ini yang dimaksud dengan minat adalah daya tarik yang ditimbulkan oleh obyek tertentu yang membuat seseorang merasa senang dan mempunyai keinginan yang berhubungan dengan obyek.

Menurut Kanuk minat nasabah 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.³

Minat calon nasabah adalah daya tarik yang ditimbulkan oleh obyek tertentu yang membuat seseorang calon nasabah merasa senang dalam mempunyai keinginan berkecimpung atau berhubungan dengan obyek tersebut sehingga timbul suatu keinginan.

2. Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebani bagi hasil serta imbalan lain sesuai

² Abu Ahmdi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm.155

³ Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen. Edisi ketujuh*, (Jakarta: PT Index puri Media Kembangan, 2008), hlm. 25.

dengan akad-akad yang di perjanjikan.⁴ Bank syariah juga bisa diartikan sebagai bank yang dalam operasinya berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-qur'an dan hadis.⁵

Dalam Kamus Lengkap Ekonomi Islam, Bank syariah merupakan

“Suatu bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam. Tiap bank yang menawarkan keuangan secara Islam mempunyai suatu dewan yang disebut dengan Dewan Syariah yang pendapatnya dibutuhkan mengenai perjanjian keuangan dan instrumen yang rumit”.⁶

Di Indonesia, regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).⁷

Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa bank syariah adalah bank yang kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan produk yang dikembangkan berlandaskan Al-qur'an dan hadis.

3. Produk Bank Syariah

Berikut ini jenis-jenis produk bank syariah yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

a. *Al-Wadiah* (Simpanan)

⁴ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta:Kencana, 2010), hlm. 29

⁵ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung:Pustaka Setia,2013), hlm. 15

⁶ Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, (Yogyakarta:Total Media, 2009) hlm. 39

⁷ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*,(Jakarta:Kencana), 2009. hlm. 61

Prinsip *Al-wadi'ah* merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila si penitip menghendaki.⁸

b. Pembiayaan dengan bagi hasil

Dalam bank syariah tidak ada istilah bunga, tetapi bank syariah menerapkan bagi hasil. Prinsip bagi hasil dalam bank syariah yang diterapkan dalam pembiayaan dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu *al-musyarakah*, *al-mudharabah*, *al-muza'arah* dan *al-musaqah*.⁹

4. Pemasaran (*Marketing*)

Pemasaran berfungsi untuk menemukan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh manusia serta menjual barang dan jasa tersebut ke tempat konsumen berada pada waktu yang diinginkan, dengan harga yang terjangkau tetapi tetap menguntungkan bagi perusahaan yang memasarkan. Adapun defenisi pemasaran menurut Kotler, pemasaran adalah kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.¹⁰

Menurut *The American Marketing Association*, pemasaran adalah aktivitas, kumpulan institusi dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan mempertukarkan barang yang

⁸ Kasmir, *Op.Cit* , hlm. 168

⁹ *Ibid.* hlm 171

¹⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 6.

memiliki *value* (nilai tambah) bagi konsumen, klien, *partner* dan masyarakat luas.¹¹

Proses pemasaran tidak hanya dipengaruhi oleh lingkungan internal perusahaan saja, tetapi juga oleh lingkungan eksternal perusahaan, yaitu:

a. Lingkungan ekonomi

Lingkungan ekonomi berhubungan dengan kondisi ekonomi terhadap kemampuan dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk.

b. Lingkungan sosial budaya

Lingkungan sosial budaya merupakan pengaruh budaya atau sosial masyarakat tertentu yang dapat mengubah perilaku, norma, kepercayaan, kebiasaan dan gaya hidup.

c. Lingkungan politik

Lingkungan politik berhubungan dengan pengaruh yang muncul karena menciptakan lingkungan politik yang sesuai dengan kebutuhan perusahaannya.

d. Lingkungan kompetitif

Lingkungan kompetitif berhubungan dengan pengaruh perilaku kompetitor.¹²

Konsep pemasaran adalah sebuah filosofi bisnis yang meliputi seluruh organisasi dalam perusahaan. Identifikasi target pasar merupakan langkah awal dalam perencanaan dan pengembangan

¹¹ Sunardi dan Anita Primatiwi, *Bisnis Pengantar, Konsep, Strategi & Kasus*, (Yogyakarta: Caps, 2012) hlm 180

¹² *ibid*, hlm 188

strategi pemasaran. Dalam menentukan target pasar diperlukan informasi mengenai segmen pasar. Segmentasi pasar dapat dilakukan sebagai berikut:

a. Segmentasi geografis (*geographic sementation*)

Segmentasi geografis adalah segmentasi yang membagi pasar menjadi unit geografis yang berbeda-beda seperti negara, kota, desa dan iklim.

b. Segmentasi demografis (*demographic segmentation*)

Segmentasi demografis adalah segmentasi yang membagi pasar menurut cirinya. Seperti usia, jenis kelamin pendapatan dan agama.

c. Segmentasi psikografis (*phsycographic segmentation*)

Segmentasi psikografis adalah segmentasi yang membagi pasar berdasarkan psikografis variabel seperti gaya hidup, minat, dan sikap.¹³

5. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Penggunaan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. dalam praktiknya konsep bauran pemasaran untuk produk yang merupakan barang atau maupun jasa.

¹³ *Ibid hlm 194*

Khusus untuk produk yang berbentuk barang jasa diperlakukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang.

Konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari Tujuh P (7P), yaitu :

a. *Product* (produk)

Produk adalah segala sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan sangat bergantung dari kemampuan bank dan jenis bank itu sendiri. Semakin lengkap produk yang ditawarkan akan semakin baik, sehingga untuk memperoleh produk bank nasabah cukup mendatangi satu bank saja.¹⁴

Jadi dapat disimpulkan bahwa produk merupakan objek dalam pemasaran. Tanpa produk pemasaran tidak akan berjalan karena produk merupakan jumlah total kepuasan serta spiritual yang diperoleh dari pembelian atau penggunaannya. Untuk itu perusahaan harus mampu mengetahui kebutuhan konsumen dengan meneliti pasar agar dapat menyesuaikan diri dalam menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.

b. *Price* (Harga)

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Harga merupakan hal yang paling penting dalam

¹⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm.54-55

penentuan produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penentuan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.¹⁵

Perusahaan harus menyadari bahwa jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi, maka besar kemungkinan perusahaan tersebut akan kalah saing dengan kompetitornya. Oleh karena itu perusahaan harus menentukan harga yang menunjukkan keseimbangan.

Dapat disimpulkan bahwa harga merupakan alat ukur yang dinyatakan dengan uang untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang atau jasa dengan jumlah yang telah ditetapkan.

c. *Place* (lokasi atau saluran distribusi)

Dalam bauran pemasaran, makna tempat lebih ditujukan pada penyaluran produk kepada konsumen. Perusahaan harus mencari cara terbaik untuk mendekatkan produknya kepada konsumen.

Distribusi atau lokasi adalah suatu usaha atau upaya agar suatu produk dapat tersedia di tempat-tempat yang memudahkan konsumen membelinya setiap saat konsumen membutuhkan.¹⁶

Menurut Swastha :

distribusi adalah suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan juga diluar perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, perdagangan besar dan pengecer sebagai jalur yang digunakan komoditi, produk, sampai dipasaran.¹⁷

¹⁵M. Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit*, hlm. 15.

¹⁶Sutojo, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta :PT. Damar Mulia Pustaka, 2009), hlm 11.

¹⁷Swastha dan Anwar Prabu, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Penerbit PT Revika Aditama, 2002), hlm. 28

Jadi distribusi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengatur pemindahan barang dari produsen ke konsumen atau pemakai akhir. Jadi distribusi adalah jalur yang ditempuh pihak produsen dalam memasarkan produknya agar sampai ke tangan konsumen,

d. *Promotion* (promosi)

Menurut Kasmir “promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.¹⁸

Promosi merupakan sarana komunikasi antara produsen dan konsumen untuk memperkenalkan warna, bentuk, jenis barang, harga serta kualitas dari suatu barang guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Promosi adalah arus informasi atau persuasi suatu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran atau pemasaran.

Dalam praktiknya ada empat macam sarana promosi, secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut:¹⁹

1) Periklanan (*advertising*)

Yaitu sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan

¹⁸ Kasmir., *Op.Cit.*,hm 155-156

¹⁹ Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung:Pustaka Setia, 2013), hlm. 380.

oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan produk.

2) Promosi penjualan (*Sales promotion*)

Selain promosi lewat iklan, promosi lainnya bisa dilakukan melalui promosi penjualan, yaitu berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah.

Dalam praktiknya program promosi penjualan memiliki tiga macam cara, yaitu:²⁰

- a) Promosi konsumen, seperti penggunaan kupon, sampel produk, hadiah atau bentuk undian.
- b) Promosi dagang, yaitu berupa bantuan peralatan atau intensif.
- c) Promosi wiraniaga, melalui kontes penjualan

3) Publisitas (*publicity*)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatnnya lainnya. Publisitas bertujuan untuk

²⁰Kasmir., *loc.Cit.*hlm ,hlm 155-156 ,

mempromosikan dan/atau melindungi citra bank atau masing-masing produknya.

Selain itu, tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui:²¹

- a) Ikut pameran.
 - b) Ikut kegiatan amal.
 - c) Ikut bakti sosial.
 - d) *Sponsorship* kegiatan.
- 4) Penjualan perorangan (*personal selling*)

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan perorangan, yaitu interaksi langsung antara *salesman* bank dan satu atau lebih calon pembeli guna melakukan persentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesan.

e. *People*

People atau Sumber Daya Manusia (SDM) mutlak diperlukan bank untuk bertahan.²² Betapapun canggihnya peralatan bank tetapi tetap membutuhkan campur tangan manusia. Manusia termasuk nasabah. Nasabah mempunyai perasaan dan emosi yang tidak akan terpuaskan bila hanya dilayani dengan mesin tetapi juga harus mendapat pelayanan secara manusiawi dan ramah.

²¹ *Ibid*, hlm. 160.

²² Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank Revisi*, (Diktat:2014), hal. 31

People adalah semua orang yang terlibat dalam kegiatan memproduksi produk serta memberikan pelayanan produk kepada konsumen. Orang yang memproduksi dan memasarkan suatu produk juga memiliki penilaian di mata konsumen.

Dapat disimpulkan Orang merupakan setiap orang yang dapat menjadi bagian dari suatu proses pemasaran barang maupun jasa atau penentu dalam suatu kegiatan pelaksanaan jual beli ataupun transaksi barang dan jasa.

f. *Physical Evidence* (bukti fisik)

Selain bentuk fisik produk yang di jual, maka bentuk fisik dari *outlet* tempat pelayanan juga sangat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.²³ *Physical evidence* adalah perangkat-perangkat yang dibutuhkan untuk mendukung penampilan suatu produk, sehingga memperlihatkan secara langsung kualitas produk serta pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

Bentuk gedung kantor dan ruangan kerja serta *layout* yang menarik maupun kelengkapan fasilitasnya dapat mempengaruhi *image* masyarakat atau nasabah.

g. *Process* (proses)

Proses pelayanan juga sangat menentukan keberhasilan bank untuk memikat nasabah. Dalam hal ini faktor kecepatan, kemudahan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi perlu

²³ *Ibid.* hlm 31

diperhatikan.²⁴ Suatu proses bisa berisi tentang metode atau prosedur yang berlaku untuk memperoleh produk yang dibutuhkan konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa proses suatu metode pengoperasian atau serangkaian tindakan yang diperlukan untuk menyajikan produk dan layanan yang baik kepada pelanggan dalam suatu transaksi.

6. Pembiayaan

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *defisit unit*.²⁵ Produk pembiayaan syariah merupakan pembiayaan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah melalui kesepakatan antara perusahaan dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan pembiayaan tersebut dalam jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya,²⁶ yaitu :

- a. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*).
- b. Pembiayaan dengan prinsip jual beli (*murabahah*, *salam* dan *istisha*).

²⁴ *Ibid.* hlm 31

²⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktis*, (Jakarta:Gema Insani,2005) hlm. 160

²⁶ Trisadini dan Shomad, *Transaksi Bank Syariah*,(Jakarta: Bumi Aksara,2013) hlm 10

- c. Pembiayaan dengan prinsip sewa (*ijarah* dan *ijarah muntahiya bittamlik*).
- d. Pembiayaan atas dasar *qardh* (pinjam-meminjam).

Menurut Ismail dalam buku Perbankan Syariah, adapun pengertian pembiayaan yaitu :

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan anantara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.²⁷

Menurut penjelasan di atas dapat disimpulkan pembiayaan adalah pemberian sejumlah uang atas dasar kepercayaan antara pemilik modal dengan pihak lainnya untuk dikembalikan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati.

7. Akad *Murabahah*

Hubungan hukum antara nasabah dengan bank syariah adalah hubungan kontraktual. Dalam bahasa Indonesia istilah kontrak sama pengertiannya dengan perjanjian. Kedua istilah tersebut merupakan terjemahan dari *cintract* atau *agreement* dalam bahasa Arab disebut dengan akad berasal dari kata *Al-qadun* yang ikatan atau simpul tali. Kata akad secara terminologi fikih adalah perikatan antara ijab (penawaran) dengan kabul (penerimaan) secara yang dibenarkan syara.²⁸

Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli

²⁷Ismail, *Op.Cit* hlm 106.

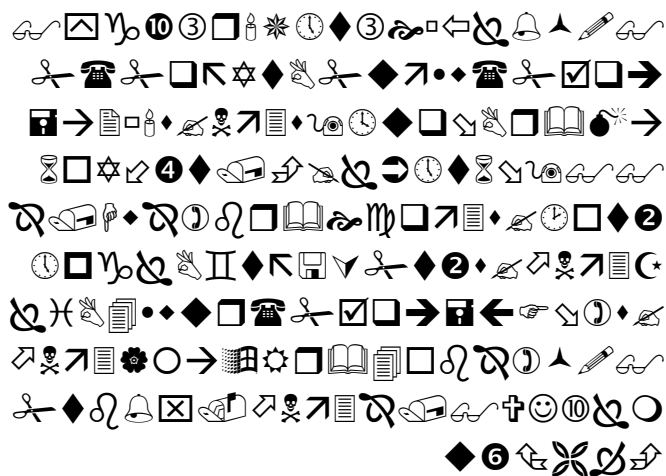
²⁸Trisadini dan Shomad.,*Op.Cit*, hlm. 45

kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan keuntungan yang diharapkan sesuai dengan jumlah tertentu. Dalam akad *murabahah*, penjual menjual barangnya dengan meminta kelebihan atas harga beli dengan harga jual. Perbedaan antara harga beli dengan harga jual barang disebut margin keuntungan.²⁹

Akad *murabahah* diterapkan di perbankan Islam dalam bentuk pembiayaan *murabahah*. pembiayaan *murabahah* mirip dengan kredit modal kerja yang biasa diberikan oleh bank-bank konvensional. Pembiayaan *murabahah* adalah suatu perjanjian yang disepakati antara bank dengan nasabah, di mana bank menyediakan pembiayaan untuk pembelian bahan baku atau modal kerja lainnya yang dibutuhkan nasabah, yang akan dibayar kembali oleh nasabah sebesar harga jual bank atau harga beli bank ditambah margin keuntungan pada saat jatuh tempo.³⁰

a. Dasar Hukum

1) Al-Qur'an Surah An-Nisa Ayat 29



²⁹Ismail,,*Op.Cit*, ,hlm. 138.

³⁰Karnaen Perwataatmadja & muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam* (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf. 1992) hlm 106

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu..³¹

b. Rukun *Murabahah*

- 1) Adanya pelaku akad, yaitu penjual (*al-ba'i*) adalah pihak yang memilikibarang untuk dijual dan pembeli (*al-musyteri*) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
- 2) Barang yang dibeli(*al-mabi'*) dan harga (*al-tsaman*).
- 3) *Shigat*, yaitu *ijab* dan *qabul*

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang telah meneliti dengan konsep yang sama dan berdekatan dengan penelitian ini sebenarnya telah ada. Untuk ini berikut beberapa penelitian terdahulu yang dicantumkan guna melihat perbedaan sehingga terabsahkan keaslian penelitian ini :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

	Nama Peneliti	Judul	Hasil
	Amir Hamzah (2015)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah(Skripsi IAIN Padangsidempuan,)	Hasil penelitian diperoleh bahwa faktor promosi (X_1) dan faktor bagi hasil (X_2) berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syari'ah. sedangkan faktor pelayanan (X_3) tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Bank Syari'ah.
	Jeliana Lubis (2015)	Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat	Hasil penelitian diperoleh variabel Promosi (X_1) ,Pelayanan (X_2) dan

³¹*Al-Qur'an dan Terjemahannya Ayat Pojok Bergaris*, (Semarang:Asy Syfa, 1998) hlm 66.

		Nasabah Terhadap Tabungan <i>Wadia'ah</i> di PT.Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. (Skripsi IAIN Padangsidempuan,)	Bonus (X_3) mempengaruhi minat nasabah (Y) terhadap tabungan <i>Wadia'h</i> di PT.Bank Sumut Cabang Syari'ah Padangsidempuan
	Heni Husni Muasyaroh (2014)	Pengaruh Bauran pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>E-Banking</i> PT. BNI Syariah Yogyakarta (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)	Hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 19.575 dengan tingkat probabilitas signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. secara simultan Produk, tarif, promosi, proses dan layanan berpengaruh terhadap minat sebesar 4.84%
	Ayyub Pranata Rifai (2004)	Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah atas permintaan kredit bank BTN cabang Sidoarjo (Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Surabaya)	Hasil pengujian secara simultan menunjukkan pengaruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah melakukan permintaan kredit pada PT. Bank BTN (Persero) Cabang Ahmad Yani Sidoarjo adalah signifikan. Kondisi ini didukung dengan koefisien korelasi sebesar 87,0%.

Perbedaan Penelitian diatas dengan penelitian ini adalah :

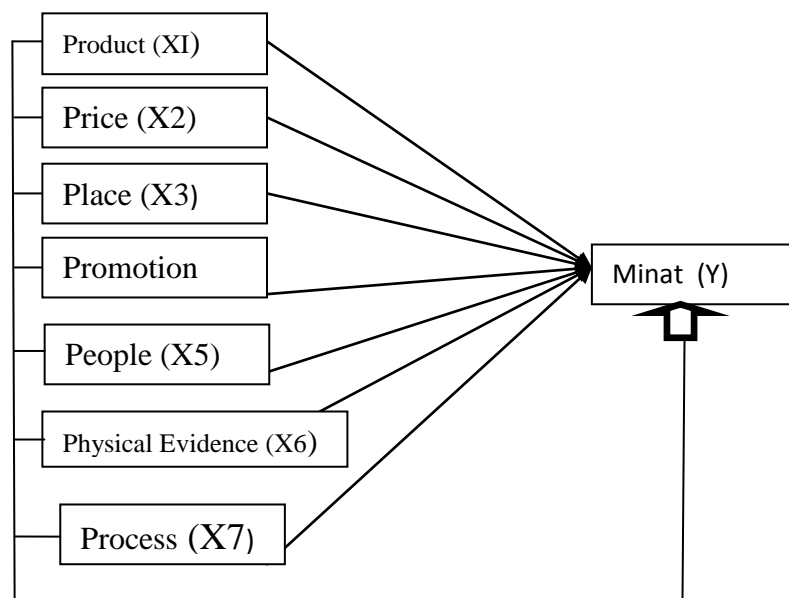
1. Amir Hamzah membahas tentang minat mahasiswa menjadi nasabah Bank Syari'ah sedangkan penelitian ini membahas tentang minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Ranatauprapat.
2. Jeliana Lubis membahas tentang tabungan Wadi'ah pada Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan dengan variabel *independent* Promosi (X_1), Pelayanan (X_2), Bonus (X_3) dan variabel *dependent* Minat Nasabah (Y). Sedangkan penelitian ini membahas tentang bauran pemasaran terhadap minat.

3. Penelitian Heni Husni Muasyaroh dilakukan di PT. BNI Syariah Yogyakarta pada tahun 2014, dengan menggunakan variabel bauran pemasaran (produk, tarif, promosi, proses dan layanan) terhadap minat, sedangkan penelitian ini dilakukan di Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat dengan variabel Bauran Pemasaran (*Product, price, place, promotion, People, physical evidence* dan *process*) Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang diatas adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.
4. Penelitian Ayyub Pranata Rifai membahas tentang bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah atas permintaan kredit di bank BTN cabang Sidoarjo sedangkan penelitian ini membahas bauran pemasaran terhadap minat nasabah. persamaan dar penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel bauran pemasaran.

C. Kerangka Pikir

Kerangka berfikir atau *construct* adalah abstraksi dari fenomena-fenomena kehidupan nyata yang diamati.. Berikut adalah kerangka berpikir dalam penelitian ini :

Gambar 3.1
Kerangka Berpikir



D. Hipotesis

Hipotesis menurut Arikunto adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap suatu permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.³² Hipotesis dari penelitian ini adalah hipotesis asosiatif yang menunjukkan hubungan atau pengaruh antar dua variabel atau lebih. Dengan pernyataan hipotesis nol (H_0) "tidak ada pengaruh yang signifikan antara Bauran Pemasaran dengan minat nasabah" dan hipotesis alternatif (H_1) "ada pengaruh yang signifikan antara Bauran Pemasaran dengan minat Nasabah".

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Terdapat pengaruh positif signifikan *Product* terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya.
- H01 : Tidak terdapat pengaruh positif signifikan *Product* terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya
- H2 : Terdapat pengaruh positif signifikan *Price* terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya.
- H02 : Tidak terdapat pengaruh positif signifikan *Price* terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya.
- H3 : Terdapat pengaruh positif signifikan *Place* terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya.
- H03 : Tidak terdapat pengaruh positif signifikan *Place* terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya

³² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 110.

- H4 : Terdapat pengaruh positif signifikan *Promotion* terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya.
- H04 : Tidak terdapat pengaruh positif signifikan *Promotion* terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya
- H5 : Terdapat pengaruh positif signifikan *people* terhadap Minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya
- H05 : Tidak terdapat pengaruh positif signifikan *people* terhadap Minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya
- H6 : Terdapat pengaruh positif signifikan *physical evidence* terhadap Minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya
- H06 : Tidak terdapat pengaruh positif signifikan *physical evidence* terhadap Minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya
- H7 : Terdapat pengaruh positif signifikan *process* terhadap Minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya
- H07 : Tidak terdapat pengaruh positif signifikan *process* terhadap Minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya
- H8 : Terdapat pengaruh positif signifikan *process, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* terhadap Minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya
- H08 : Tidak terdapat pengaruh positif signifikan *process, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* terhadap Minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat yang terletak di Jalan Ahmad Yani No. 137 F Rantau Utara, Labuhan Batu. Penelitian dilakukan mulai dari bulan Februari 2016 sampai dengan September 2016.

B. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memperoleh signifikansi pengaruh antar variabel yang diteliti yaitu bauran pemasaran (*Product, Place, Price, Promotion, People, Physical Evidence* dan *Process*) terhadap minat nasabah pada PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat.

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).¹ Metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

¹Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hlm. 11.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini populasinya adalah nasabah yang melakukan pembiayaan KPR iB Griya pada PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat yaitu sebanyak 70 nasabah.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari suatu populasi. Karena keterbatasan waktu dan dana yang digunakan dalam penelitian ini, maka besarnya sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin.² Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan yang diingikan yaitu 10 Persen

$$n = \frac{70}{1 + 70(0,1)^2}$$

$$n = \frac{70}{1 + 70(0,01)}$$

²Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2002) hlm. 61.

$$n = \frac{70}{1 + 0,7}$$

$$n = \frac{70}{1,7}$$

$n = 41,17$ dibulatkan menjadi 42.

Dengan menggunakan rumus Slovin didapat jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 42 responden.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sample dilakukan secara acak sederhana (*Simple Random Sampling*), yaitu siapa saja nasabah yang kebetulan melakukan transaksi saat peneliti melakukan pengumpulan data melalui angket dapat digunakan menjadi sampel sebagai sumber data. Adapun alasan menggunakan teknik ini karena semua anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel.

D. Data dan Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data berguna sebagai dasar objektif dalam mengambil suatu keputusan atau kebijakan yang diambil oleh pembuat kebijakan. Data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode dan lain-lain. Jenis data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun cara untuk mendapatkan data primer, yaitu dengan cara langsung yang menjadi

objek penelitiannya dengan cara membuat angket.³

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari dua sumber yakni data primer dan data sekunder yang dilakukan pengambilan dengan metode wawancara dan angket/kuesioner. Hal ini dikarena dalam pengumpulannya, dimaksudkan agar data yang diperoleh bisa relevan dan *up to date*. Relevan disini maksudnya yaitu data memiliki hubungan langsung dengan penelitian. Sedangkan mutakhir yaitu data yang diperoleh masih *up to date* atau masih hangat dibicarakan.

Dalam pengumpulan data, jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat baik dilakukan melalui wawancara, observasi dan alat lainnya.⁴ Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner langsung kepada nasabah pada PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat. Kuesioner dilakukan dengan mengumpulkan data tertulis berdasarkan jawaban dari responden atas pertanyaan-pertanyaan.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari atau berasal dari kepustakaan. Data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan dari

³ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2004, hlm. 34

⁴ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), hlm. 87.

sumber-sumber yang telah ada. Selain itu data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti terdahulu. Pengambilan data sekunder dalam penelitian ini dimaksudkan menggali informasi dari pihak *intern* Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam usaha memperoleh data-data yang peneliti perlukan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan angket sebagai metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data adalah bagian instrument pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Berikut adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu,

1. Angket (kuesioner)

Metode kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab⁵. Angket ini diberikan kepada responden yaitu nasabah PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat. Dalam angket ini peneliti mengajukan pertanyaan tertulis dengan menyediakan alternatif jawaban kepada responden untuk penelitian ini. Angket ini menggunakan skala *likert* yaitu skala yang digunakan oleh para peneliti untuk mengukur persepsi atau sikap seseorang. Untuk menskor skala likert, jawaban diberi bobot atau disamakan dengan nilai 1,2,3,4,5

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, IKAPI, Bandung, 2005 hlm. 135

untuk lima pilihan pernyataan positif. Untuk lebih jelasnya peneliti membuat tabel untuk jawaban positif dibawah ini:

Tabel 3.1
Nilai Untuk Jawaban

NO	Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Selanjutnya, dalam penelitian ini peneliti membuat tabel kisi-kisi angket yang menerangkan pertanyaan positif dan pertanyaan negatif yang akan dijawab oleh responden sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kisi-kisi angket

No	Variabel	Nomor Soal
1.	<i>Product</i> (X_1)	1,2,3,4
2.	<i>Price</i> (X_2)	5,6,7,8
3.	<i>Place</i> (X_3)	9,10,11,12,13
4.	<i>Promotion</i> (X_4)	14,15,16,17
5	<i>People</i> (X_5)	18,19,20,21
6	<i>Phisical Evidence</i> (X_6)	22,23,24,25,
7	<i>Process</i> (X_7)	26,27,28,29
5	Minat (Y)	1,2,3,4

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, *lengger*, agenda dan sebagainya. Dokumentasi adalah proses yang dilakukan secara sistematis mulai dari pengumpulan hingga pengelolaan data yang menghasilkan kumpulan dokumen. Dokumentasi itu sendiri

tujuannya adalah untuk memperoleh dokumen yang dibutuhkan berupa keterangan dan hal-hal membuktikan adanya suatu kegiatan yang didokumentasikan.

F. Uji Kualitas Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisa data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrumen sampai dengan uji F maka peneliti menggunakan *software* pengolahan data dengan aplikasi SPSS 22.

1. Uji Validitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi

peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.⁶

Setelah pengujian konstruksi dari ahli dan berdasarkan pengalaman empiris dilapangan selesai, maka dengan uji coba instrumen-instrumen tersebut dicobakan pada sampel dari mana populasi diambil. Setelah data di tabulasikan, maka pengujian validitas konstruksi dilakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan antar skor item instrumen dalam suatu faktor dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total.⁷

Untuk menguji validitas instrumen penelitian ini dapat digunakan dengan alat bantu program SPSS Versi 22.0. Pengujian validitas ini dilakukan dengan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,10. Kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0.10) maka instrumen atau item-item pertanyaan atau pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0.10) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).⁸

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena

⁶ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 172

⁷ Sugiyono, *op Cit.*, hlm 177

⁸ Dwi prayatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom,2008) hlm 23

yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan.⁹ Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.¹⁰ Pengujian reabilitas data menggunakan SPSS versi 22.

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian SPSS 22 dengan menggunakan :

a. Kolmogorov Smirnov (KS) pada taraf signifikansi 0,10.

Sig $> 0,10$ maka distribusi data bersifat normal.

Sig $< 0,10$ maka distribusi data tidak normal.¹¹

b. Metode Grafik.

P-P Plot akan membentuk plot antara nilai-nilai teoritis (sumbu x) melawan nilai-nilai yang didapat dari sampel (sumbu y). apabila plot dari keduanya berbentuk linier (dapat dikatakan garis lurus), maka hal ini merupakan indikasi bahwa residual menyebar normal.¹²

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linier yang sempurna

⁹ *Ibid*, hlm. 175.

¹⁰ Jonathan Sarwono, *Rumus- Rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Tesis dan Skripsi* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), hlm. 249.

¹¹ Sugiyono dan Agus, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*, Alfabeta, Bandung, 2015, hlm.323.

¹² Syarizal Helmi Situmorang, *Analisis Data Penelitian* (Medan: USU Pers, 2008), hlm. 58.

atau yang pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan garis regresi. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factor*. Untuk melakukan pengujian apakah terdapat multikolinearitas atau tidak adalah dengan menggunakan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF < 5 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 (*tolerance* > 0,1), maka terjadi multikolinearitas antarvariabel bebas¹³.

3. Uji Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai untuk memprediksi. Ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW), dengan ketentuan nilai DW lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari +2¹⁴.

4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak random (acak). Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitas-

¹³ Jonathan Sarwono, Op.Cit., Hlm. 140-141.

¹⁴ *Ibid.*, Hlm. 135

nya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji koefisien determinasi R^2

Uji R^2 dilakukan untuk menilai seberapa besar kemampuan bauran pemasaran menjelaskan minat nasabah. Uji R^2 pada intinya mengatur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi minat nasabah. Dimana R^2 nilainya berkisar antara $0 < R^2 < 1$ semakin besar R^2 maka bauran pemasaran semakin dekat hubungannya dengan minat nasabah, dengan kata lain model tersebut dianggap baik.

Nilai R^2 berkisar hampir 1 yang artinya semakin kuat kemampuan bauran pemasaran dapat menjelaskan minat nasabah. Sebaliknya jika nilai R^2 semakin mendekati nilai 0 berarti semakin lemah kemampuan bauran pemasaran dapat menjelaskan minat nasabah. Secara umum, koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi tinggi¹⁵.

Apabila penelitian lebih mengarah pada populasi, maka digunakan *adjusted R²*. Kegunaan nilai *adjusted R²* adalah menggeneralisasikan R^2 pada populasi, karena ada unsur estimasi populasi di dalamnya.

2. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan antara

¹⁵ Mudrajat Kuncoro, *Op. Cit*, hlm 240-241

variabel independent terhadap variabel dependent secara individual variabel, dengan menggunakan tingkat nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel.

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien regresi

n = jumlah responden

t = uji hipotesis

Hipotesis sebagai berikut :

$H_0 = \beta = 0$, berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, maka tidak ada pengaruh antara variabel dengan keterikatannya.

$H_0 = \beta \neq 0$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka ada pengaruh antara variabel dengan keterikatannya.

H_0 diterima, apabila $t_{hitung} < t_{table}$ pada $\alpha = 0.10$

H_a diterima, apabila $t_{hitung} > t_{table}$ pada $\alpha = 0.10$ ¹⁶.

3. Uji Serempak (Uji F)

Untuk mengetahui tingkat signifikan antara variabel independent terhadap keseluruhan variabel dependent dan dikatakan signifikan apabila nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel.

$$F = \frac{\sum (Y - \bar{Y})^2 / k}{\sum (Y - \bar{Y})^2 / (N - k - 1)} = \frac{MS_{regresi}}{MS_{residual}}$$

Keterangan :

Y = Nilai pengamatan

¹⁶ Syarizal Helmi Situmorang, *Op.Cit* hlm 115

Y = Nilai Y yang ditaksir dengan menggunakan model regresi

\bar{Y} = Nilai rata-rata pengamatan

N = Jumlah pengamatan/sampel

K = Jumlah variabel independen

Kriteria Pengujian adalah sebagai berikut :

- a. Apabila nilai F hitung $< F$ tabel maka H_0 diterima
- b. Apabila nilai F hitung $> F$ tabel maka H_0 ditolak.

4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara bauran pemasaran terhadap minat nasabah. Seberapa besar variabel independent mempengaruhi variabel dependen dihitung dengan menggunakan persamaan garis regresi berganda berikut:¹⁷

$$Y = a + b_1X_{1pr} + b_2X_{2pc} + b_3X_{3pl} + b_4X_{4pm} + b_5X_{5pe} + b_6X_{6ps} + b_7X_{7pro} + e$$

Dimana :

Y : Minat Nasabah

X_{1pr} : *Product*

X_{2pc} : *Price*

X_{3pl} : *Place*

X_{4pm} : *Promotion*

X_{5peo} : *People*

X_{6ps} : *Physical Evidence*

X_{7pro} : *Process*

¹⁷M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif) Edisi Kedua* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), hlm. 270.

e : *standar of error.*

a : konstanta, perpotongan pada garis sumbu X

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7$: koefesien regresi

I. Sistematika Pembahasan

Untuk melaksanakan sebuah penelitian tentunya berangkat dari sebuah masalah yang akan dibahas. Maka untuk mempermudah penelitian ini agar sesuai dengan permasalahan yang ada, maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN Latar belakang masalah dengan pengesahan judul, indentifikasi masalah, defenisi oprasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian beserta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI Landasan teori yang didalamnya berisikan tentang pengertian bank Syariah, produk bank syariah, pemasaran, bauran pemasaran, pembiayaan, akad *murabahah*, pengertian dan dasar hukum *murabahah*, rukun *murabahah*, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN Metode penelitian yang didalamnya berisikan lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN didalamnya berisikan paparan data atau hasil penelitian dan pembahasan yang tersusun atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data yang diperoleh penulis dan

pembahasan yang merupakan hasil analisis penulis terhadap permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian.

BAB V KESIMPULAN merupakan penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran yang dianggap penting.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat

1. Sejarah PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat

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

Kemudian dalam perkembangannya sesuai dengan kebutuhan maka pada tanggal 16 April 1999 bentuk hukum di ubah menjadi Perseroan Terbatas sesuai dengan Akte Pendirian Persero Terbatas No. 38/1999 Notaris Alina Hanum Nasution, SH yang telah mendapat pengesahan dari menteri kehakiman RI No. C-8224HT.01.01/1999 dan telah diumumkan dalam berita Negara RI No. 54 Tanggal 06 Juli 1999. Dasar perubahan bentuk hukum sebelumnya telah diluahkan dalam Perda Tk.1 Sumatra Utara No. 2/1999. Sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan selanjutnya dengan Akte No.31, tanggal 31 Desember 1999.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari dengan tingginya minat masyarakat di sumatera utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan Bank Sumut, terutama sejak dikeluarkannya UU. No.

Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter pada tahun 1987. Selain Bank Umum yang membuka Divisi Usaha Syariah Bank Konvensional seperti Bank SUMUT juga berperan didalamnya untuk membuka Unit / Divisi Usaha Syariah.

Pendirian Unit Usaha Syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang amat religious, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran dalam aspek kehidupan terutama dalam kajian ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat seiring keluarnya Fatwa MUI yang menyatakan bunga Bank haram. Tentunya Fatwa MUI itu akan sangat mendorong masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip Syariah.

Hasil survey yang dilakukan di delapan kota di Sumatera Utara menunjukkan minat masyarakat terhadap pelayanan bank cukup tinggi yakni 70% untuk tingkat ketertarikan dan lebih dari 50% untuk keinginan mendapatkan pelayanan Perbankan Syariah. Atas dasar itulah akhirnya pada tanggal 04 November 2004 Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah dengan dua Kantor Cabang Syariah (KCSy), yaitu KCSy Medan dan PadangSidempuan. Kemudian pada tanggal 26 Desember 2005 juga dibuka KCSy Tebing Tinggi dilanjutkan dengan KCSy Stabat pada tanggal 26 Desember 2006. Selanjutnya pada tahun 2007, Bank SUMUT telah membuka layanan

Syariah (Office Chanelling) pada 66 unit Kantor Cabang Konvensional yang lain

PT. Bank SUMUT KCP. Syariah Rantau Prapat resmi dibuka pada tanggal 31 Desember 2011 berdasarkan SK. Direksi PT. Bank SUMUT No. 892/Dir/DPr-PP/SK/2011 tanggal 29 Desember 2011 perihal pembukaan Kantor Cabang Pemabantu Syariah Rantau Prapat, KCP ini merupakan kelas III.

2. Visi PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat

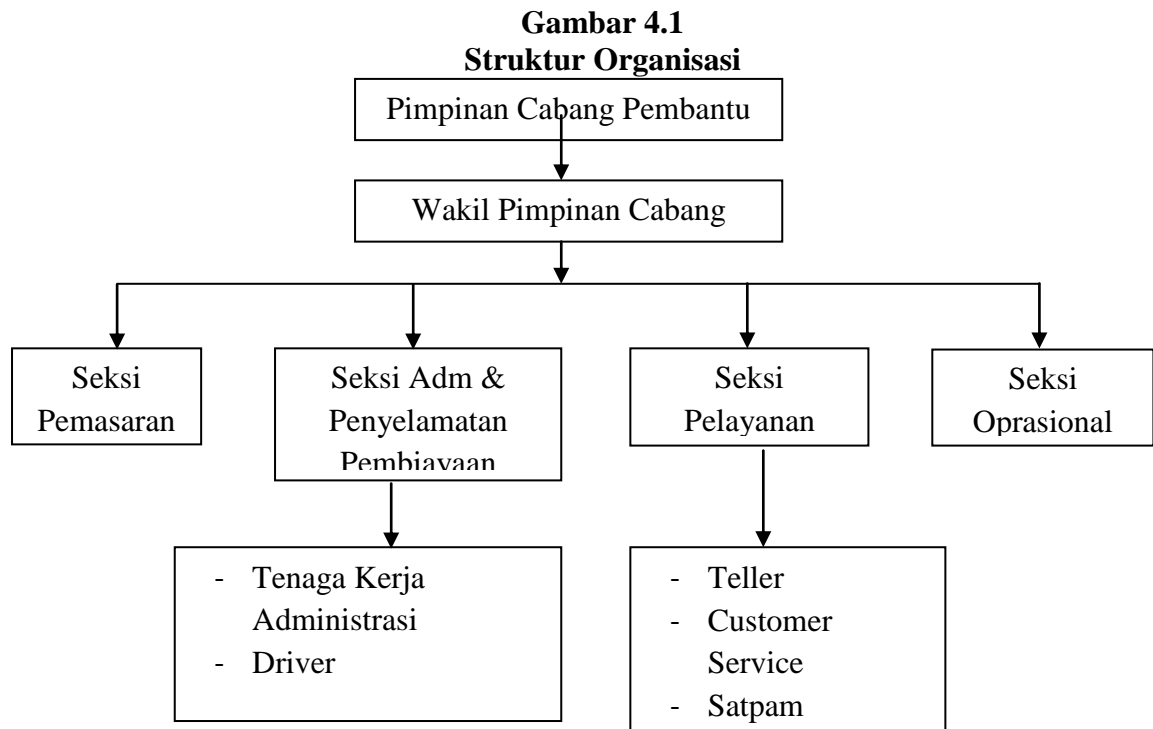
Visi Kantor Bank Sumut Syariah Rantau Prapat adalah Meningkatkan Keunggulan Bank SUMUT dengan memberikan layanan lebih luas berdasarkan prinsip syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.

3. Misi PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat

Misi Kantor Bank Sumut Syariah Rantau Prapat adalah meningkatkan posisi PT. Bank SUMUT melalui prinsip layanan Perbankan Syariah yang aman, adil dan saling menguntungkan serta dikelola secara profesional dan amanah

PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat juga mempunyai motto ataupun *statemen* budaya yang menarik dan berkesan bagi Nasabah yaitu Memberikan Pelayanan Terbaik. Motto ini sejalan dengan pelayanan setiap karyawan PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat kepada nasabah.

4. Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat



5. Tugas dan Tanggung Jawab

a. Tugas dan Tanggung Jawab Pimpinan Cabang Pembantu

- 1) Mengarahkan dan mengontrol terlaksananya fungsi otorisasi aktivitas finansial dan nonfinansial sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 2) Mengarahkan dan mengontrol sistem operasional kantor agar berjalan dengan efektif dan sesuai dengan ketentuan.
- 3) Mengarahkan dan mengontrol sistem pelayanan nasabah sesuai regulasi.
- 4) Memonitor dan mengevaluasi kinerja Kantor Cabang binaan unit pemasaran sesuai kewenangannya dalam rangka memaksimalkan kinerja Kantor Cabang binaan unit pemasaran.

- 5) Memonitor dan mengevaluasi pengelolaan dana promosi dalam rangka mengoptimalkan kegiatan penjualan agar tercapainya target bisnis cabang.
- 6) Mengarahkan pembuatan peta potensi bisnis di produk dana dan jasa serta pembiayaan dalam rangka memastikan ketersediaan peta potensi bisnis yang akurat.
- 7) Merencanakan dan mengontrol pengelolaan program pemasaran dan penjualan produk dana dan jasa serta pembiayaan agar tercapainya target bisnis.
- 8) Mengarahkan strategi bisnis dalam pemberian pembiayaan sesuai dengan kebijakan kepada unit kerja dalam rangka terciptanya kualitas dana dan jasa serta pembiayaan yang sehat.
- 9) Merencanakan dan menetapkan, serta mengarahkan program kerja dan anggaran untuk mencapai target kinerja di unit kerjanya.
- 10) Merencanakan kebutuhan SDI untuk memastikan kesiapan karyawan dan unit kerjanya.
- 11) Mengarahkan kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *Standard Operating Prosedur* di unit kerjanya.
- 12) Mengarahkan terlaksananya penerapan prinsip-prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar kelola *Good Corporate Governance* di unit kerjanya.

- 13) Mengontrol dan mengarahkan pengelolaan atas risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
- 14) Mengarahkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan divisinya.
- 15) Mengarahkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terciptanya kualitas layanan divisinya.
- 16) Mengontrol pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset di divisinya.
- 17) Mengontrol keterbukaan informasi di divisinya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.

Tanggung Jawab Pimpinan:

Bertanggungjawab kepada direksi dan kepala Divisi Usaha Syariah atau seluruh kegiatan Operasional Kantor Cabang Pembantu meliputi:

- 1) Pencapaian target kantor
- 2) Pelaksanaan fungsi, tugas dan wewenang pimpinan kantor cabang pembantu.
- 3) Disiplin kerja pejabat/pegawai kantor cabang pembantu
- 4) Keselamatan dokumen, arsip serta perlengkapan inventaris lain di kantor cabang pembantu.
- 5) Keamanan dan penggunaan dan transaksi melalui aplikasi OLIB'S Syariah.

b. Tugas dan Tanggung Jawab Wakil Pimpinan

Adapun tugas dari seorang wakil pimpinan cabang diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Memonitor sistem pendapatan nasabah agar memenuhi aspek kehati-hatian dan regulasi.
- 2) Memonitor sistem/proses pelayanan nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
- 3) Mengkoordinasikan pemenuhan saldo kas dalam rangka memenuhi kewajiban likuiditas bank.
- 4) Memonitor dan mengevaluasi aktifitas transaksi keuangan sesuai ketentuan berlaku.
- 5) Memonitor sistem APU-PPT dan anti *fraud* agar sesuai regulasi eksternal dan internal.
- 6) Memonitori kelancaran sistem manajemen teknologi sistem informasi untuk mendukung kelancaran operasional.
- 7) Memonitor dan meningkatkan tata kelola operasional (logistik, kepegawaian, pemenuhan & pengamanan fasilitas, dll) dan tekanan *vendor* dalam rangka terciptanya kegiatan operasional yang efektif dan efisien.
- 8) Memonitor dan mengevaluasi kinerja operasional unit kantor dibawahnya sesuai kewenangannya dalam rangka memaksimalkan kinerja operasional.
- 9) Mendukung kegiatan putusan permohonan pembiayaan untuk mempertahankan kualitas portofolio pembiayaan yang sehat.

- 10) Memonitor dan mengevaluasi kinerja kantor cabang binaan unit operasional sesuai kewenangannya dalam rangka memaksimalkan kinerja kantor cabang binaan unit operasional.
- 11) Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
- 12) Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem, dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standard operating procedure* di unit kerjanya.
- 13) Menerapkan dan memonitor prinsip-prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governance* di unit kerjanya.
- 14) Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
- 15) Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya.
- 16) Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan asset ini di unit kerjanya.
- 17) Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.

Adapun wewenang dari seorang wakil pemimpin cabang diantaranya adalah sebagai berikut:
 - 1) Fiat bayar dan pengesahan/penandatnaganan warkat sesuai wewenangnya.

- 2) Menyetujui transaksi kiriman uang RTGS sesuai wewenangnya.
- 3) Membuka dan menutup khazanah sesuai dengan wewenangnya.
- 4) Penilaian kinerja bawahannya, pembinaan, dan pengembangan.
- 5) Mamaraf atau menandatngani surat-surat dan laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Adapun tanggung jawab seorang wakil pemimpin cabang diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Terlaksananya kegiatan pengawasan harian usaha unit operasional bank sumut di wilayah I & II.
- 2) Terlaksananya proses tindak lanjut atas proses temuan.
- 3) Tersedianya bahan evaluasi tindak lanjut hasil temuan harian.
- 4) Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya.
- 5) Terlaksananya pengelolaan risiko di unit kerjanya.
- 6) Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya.
- 7) Terlaksananya budaya dan layanan di unit kerjanya.

c. Pimpinan Seksi Pemasaran

Adapun tugas seorang pimpinan seksi pemasaran diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Mengkoordinasikan proses pemeliharaan nasabah *existing* dalam rangka peningkatan kepuasan nasabah.
- 2) Merekomendasikan pemetaan potensi bisnis hasil analisa informasi *market intelligence* terkait produk dana dan jasa serta pembiayaan agar tercapainya target produk dana dan jasa serta pembiayaan.
- 3) Mengkoordinasikan program pemasaran produk dana, jasa dan pembiayaan agar tercapainya target bisnis.

- 4) Melaksanakan dan mendistribusikan tugas terkait kegiatan *monitoring* dan supervisi pembiayaan sandi 1-2 sesuai ketentuan yang berlaku.
- 5) Mengkoordinasikan dan memonitor proses penilaian pembiayaan dan keabsahan legalitas dokumen pembiayaan untuk menjaga kualitas pembiayaan yang diberikan pada calon debitur.
- 6) Melakukan kegiatan pemutusan permohonan kredit hasil analisis untuk menjaga kualitas pembiayaan yang diberikan pada calon debitur.
- 7) Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
- 8) Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standard operating system procedure* di unit kerjanya.
- 9) Menerapkan dan memonitor prinsip-prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governance* di unit kerjanya.
- 10) Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
- 11) Menerapkan kegiatan kepatuhan budaya dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan dan unit kerjanya.
- 12) Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan asset di unit kerjanya.

13) Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.

Adapun wewenang dari seksi pemasaran dalam kerjanya adalah sebagai berikut:

- 1) Wewenang fiat bayar dan pengesahan/penandatanganan warkat.
- 2) Penilaian kinerja bawahannya, pembinaan dan pengembangan.
- 3) Memaraf atau menandatangani surat-surat dan laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Adapun tanggung jawab seorang pimpinan seksi pemasaran diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Terbinanya hubungan dengan nasabah
- 2) Tersedianya pemetaan potensi pasar dana, jasa dan pembiayaan.
- 3) Terlaksananya kegiatan pemasaran dana, jasa dan pembiayaan.
- 4) Terlaksananya kegiatan monitoring dan supervise pembiayaan.
- 5) Terlaksananya pengembangan dan pembinaan SDM.
- 6) Terlaksananya kebijakan, sitem dan prosedur di unit kerjanya.
- 7) Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya.
- 8) Terlaksananya pengelolaan risiko di unit kerjanya.
- 9) Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya.
- 10) Terlaksananya budaya layanan di unit kerjanya.

d. Pimpinan Seksi Administrasi dan Penyelamatan Pembiayaan

Adapun tugas dari seorang pimpinan seksi administrasi dan penyelamatan pembiayaan diantaranya sebagaimana berikut ini:

- 1) Mengkoordinasikan dan memonitor proses realisasi pembiayaan dalam rangka *prudential banking*.
- 2) Mengkoordinasikan dan memonitor proses pengikatan pembiayaan dalam rangka mendukung tersedianya legalitas dokumen permohonan pembiayaan yang lengkap dan sah.
- 3) Mengkoordinasikan proses pemantauan peningkatan status kepemilikan dokumen barang agunan untuk pengikatan pembiayaan.
- 4) Mengkoordinasikan permintaan penyimpanan dan pengambilan barang agunan agar terciptanya keamanan barang agunan sesuai dengan prosedur.
- 5) Mengkoordinasikan dan menindaklanjuti proses *monitoring* pembayaran pembiayaan oleh debitur agar terciptanya pembayaran pembiayaan yang lancar.
- 6) Mengkoordinasikan dan memonitor program penagihan agar tercapainya target perbaikan kualitas pembiayaan.
- 7) Mengkoordinasikan dan memonitor proses penyelamatan pembiayaan untuk mencegah pembiayaan macet yang semakin meningkat.
- 8) Mengkoordinasikan program kunjungan ke debitur dalam rangka penanganan restrukturisasi pembiayaan bermasalah berjalan dengan efektif.

- 9) Mengkoordinasikan dan menilai hasil proses permohonan restrukturisasi dalam rangka mencegah penurunan kualitas pembiayaan.
- 10) Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
- 11) Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *Standard Operating Procedure* di unit kerjanya.
- 12) Menerapkan dan memonitor prinsip-prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola GCG di unit kerjanya.
- 13) Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
- 14) Menerapkan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya.
- 15) Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan asset unit kerjanya.
- 16) Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.

Adapun wewenang dari pemimpin seksi APP adalah sebagai berikut:

- 1) Menolak realisasi pembiayaan apabila tidak memenuhi legal aspek atau ketantuan yang berlaku (disamakan dengan piisi APK cabang lainnya)
- 2) Penilaian kinerja bawahannya, pembinaan dan pengembangan.

- 3) Memaraf atau menandatangani surat-surat dan laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Adapun tanggung jawab dari seksi APP diantaranya adalah sebagaimana berikut ini:

- 1) Terlaksananya proses realisasi pembiayaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 2) Memastikan legal aspek dokumen pembiayaan yang akan direalisasi.
- 3) Tersedianya laporan administrasi pembiayaan.
- 4) Terlaksananya proses pengelolaan barang agunan sesuai ketentuan yang berlaku.
- 5) Terlaksananya kegiatan *monitoring* pembayaran pembiayaan oleh debitur.
- 6) Terlaksananya kegiatan penagihan.
- 7) Terlaksananya analisis dan administrasi restrukturisasi pembiayaan.
- 8) Terlaksananya pengembangan dan pembinaan SDM di unit kerjanya.
- 9) Terlaksananya kebijakan, sistem dan prosedur di unit kerjanya.
- 10) Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya.
- 11) Terlaksananya pengelolaan risiko di unit kerjanya.
- 12) Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya.
- 13) Terlaksananya budaya layanan di unit kerjanya.

e. Pimpinan Seksi Pelayanan Nasabah

Adapun tugas dari seorang pimpinan seksi pelayanan nasabah diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Mengkoordinasikan rekapitulasi kebutuhan/kelebihan uang tunai kantor dibawah kantor cabang kelas I agar sesuai dengan kebutuhan dan regulasi.
- 2) Mengkoordinasikan distribusi uang internal sesuai dengan kebutuhann dan regulasi.
- 3) Mengkoordinasikan perhitungan posisi keuangan agar sesuai dengan target.
- 4) Mengkoordinasikan pengisian uang tunai di mesin ATM untuk meningkatkan pelayanan nasabah.
- 5) Mengkoordinasikan keamanan brankas bersama wakil pimpinan cabang untuk meningkatkan keamanan isi brankas.
- 6) Mengkoordinasikan otorisasi tunai, dan non tunai agar sesuai dengan ketentuan (*Teller, Teller non tunai*).
- 7) Me-review proses administrasi transaksi untuk memastikan keakuratan transaksi.
- 8) Me-review proses administrasi SP 2D (bank sumut dan bank lain) termasuk dengan dokumen pembanding unutm memastikan keakuratan transaksi.
- 9) Mengkoordinasikan rekonsiasi rekening pemda untuk memastikan keakuratan transaksi.
- 10) Mengkoordinasi proses pemberian kartu ATM untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

- 11) Mengkoordinasi penjualan warkat/bilyet/sesuai regulasi.
- 12) Mengkoordinasi penyelesaian pengaduan nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
- 13) Mengkoordinasi proses pengkinian informasi data dan rekening nasabah agar sesuai regulasi.
- 14) Mengkoordinasikan pemeriksaan reputasi nasabah dalam rangka APU-PPT.
- 15) Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
- 16) Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standard operating procedure* di unit kerjanya.
- 17) Menerapkan dan memonitor prinsip-prinsip GCG dalam rangka terciptanya standard tata kelola *Good Corporate Governance* di unit kerjanya.
- 18) Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
- 19) Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya.
- 20) Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan asset di unit kerjanya.
- 21) Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.

Adapun wewenang pimpinan seksi pelayanan nasabah adalah sebagai berikut:

- 1) Wewenang fiat bayar dan pengesahan/penandatanganan warkat sesuai wewenangnya.
- 2) Membuka dan menutup brankas sesuai dengan wewenangnya.
- 3) Penilaian kinerja bawahannya, pembinaan dan pengembangan.
- 4) Memaraf atau menandatangani surat-surat dan laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Adapun tanggung jawab dari seorang pimpinan seksi pelayanan nasabah adalah sebagai berikut:

- 1) Terlaksananya pengelolaan uang tunai.
- 2) Terlaksananya pengamanan brankas.
- 3) Terlaksananya transaksi pembukuan tunai dan non tunai.
- 4) Terlaksananya pelayanan pemda.
- 5) Terlaksananya administrasi pelayanan nasabah.
- 6) Terlaksananya pelayanan informasi.
- 7) Tersedianya data nasabah yang akurat.
- 8) Terlaksananya pengembangan dan pembinaan SDM di unit kerjanya.
- 9) Kebijakan, sistem dan prosedur di unit kerjanya.
- 10) Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya.
- 11) Terlaksananya pengelolaan risiko di unit kerjanya.
- 12) Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya.
- 13) Terlaksananya budaya layanan di unit kerjanya.

f. Pimpinan Seksi Operasional

Adapun tugas dari seorang pimpinan seksi operasional diantaranya sebagaimana berikut ini:

- 1) Mengkoordinasikan pengelolaan infrastruktur untuk mendukung operasional kantor.
- 2) Mengkoordinasikan pengadaan fasilitas kerja untuk mendukung operasional bank.
- 3) Mengkoordinasikan proses pengamanan kantor sesuai regulasi bank.
- 4) Mengkoordinasikan pengamanan distribusi uang untuk memastikan keamanan.
- 5) Mengkoordinasikan administrasi kepegawaian untuk mendukung operasional.
- 6) Mengatur rotasi tenaga alih daya/tenaga honor untuk memenuhi kebutuhan SDM bank.
- 7) Me-review sistem jaringan informasi agar berfungsi secara optimal.
- 8) Mengkoordinasikan administrasi surat menyurat.
- 9) Mengkoordinasikan pengelolaan kebutuhan operasional (ATK,BBC) unit kerja untuk mendukung operasional.
- 10) Mengkoordinasikan kerjasama dengan rekan/mitra kerja untuk mendukung operasional bank.
- 11) Mengkoordinasikan kegiatan pengiriman/transfer uang agar sesuai regulasi dan meningkatkan kepuasan nasabah.

- 12) Mengkoordinasikan administrasi, evaluasi dan klarifikasi pelimpahan dan pelaporan penerimaan Negara agar memastikan keakuratan transaksi dan regulasi.
- 13) Mengkoordinasikan proses penerimaan dan pembukuan untuk memastikan keakuratan transaksi.
- 14) Me-review nota pembukuan untuk memastikan keabsahan transaksi.
- 15) Me-review kegiatan verifikasi melalui sistem aplikasi *core banking* bank sumut agar terjadi kesesuaian data.
- 16) Menindak lanjuti rekonsiliasi dengan kantor terkait untuk menjamin keakuratan transaksi.
- 17) Mengkoordinasikan laporan konsolidasi keuangan bulanan untuk internal dan bank Indonesia untuk menjamin keakuratan transaksi dan kepatuhan pada regulasi.
- 18) Me-review laporan keuangan dan *performance* untuk memastikan keakuratan laporan.
- 19) Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
- 20) Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standard operating procedure* di unit kerjanya.
- 21) Menerapkan dan memonitor prinsip-prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governance* di unit kerjanya.

- 22) Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
- 23) Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya.
- 24) Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan asset di unit kerjanya.
- 25) Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.

Adapun wewenang dari pimpinan seksi operasional adalah sebagai berikut:

- 1) Penetapan pembagian tugas dan pembinaan alih daya/tenaga honor.
- 2) Wewenang fiat bayar sesuai wewenangnya.
- 3) Penilaian kinerja bawahannya, pembinaan dan pengembangan.

Adapun tanggung jawab dari seksi operasional diantaranya adalah sebagaimana berikut ini:

- 1) Tersedianya fasilitas kerja yang memadai.
- 2) Terlaksananya pengamanan kantor dan pengiriman uang.
- 3) Terlaksananya administrasi kepegawaian.
- 4) Terlaksananya administrasi perkantoran.
- 5) Terlaksananya administrasi pengiriman uang, kliring, RTGS dan inkaso.
- 6) Terlaksananya administrasi penerimaan Negara.
- 7) Terlaksananya proses pelimpahan pajak.

- 8) Terlaksananya proses *contingency plan*.
- 9) Terlaksananya rekonsiliasi transaksi antar kantor.
- 10) Terlaksananya pembukuan transaksi (*amortisasi, posting*).
- 11) Terlaksananya konsolidasi laporan keuangan cabang dan unit kerja dibawahnya.
- 12) Terlaksananya pengembangan dan pembinaan SDM di unit kerjanya.
- 13) Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya.
- 14) Terlaksananya pengelolaan risiko di unit kerjanya.
- 15) Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya.
- 16) Terlaksananya budaya layanan di unit kerjanya.

g. *Unit Control Intern Cabang*

Adapun tugas dari unit kontrol intern cabang adalah sebagaimana berikut ini:

- 1) Melaksanakan kegiatan pemeriksaan harian dan secara berkala atas kegiatan seluruh transaksi nasabah agar sesuai dengan prosedur yang berlaku.
- 2) Melakukan komunikasi dan sosialisasi kepada unit operasional yang terkait hasil temuan dan tindak lanjut oleh manajemen dalam upaya perbaikan hasil temuan.
- 3) Membuat laporan hasil analisa harian sebagai tindak lanjut laporan perbaikan hasil temuan.

- 4) Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standard operating procedure* di unit kerjanya.
- 5) Menerapkan dan memonitor prinsip-prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governance* di unit kerjanya.
- 6) Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
- 7) Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan di unit kerjanya.
- 8) Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan asset di unit kerjanya.
- 9) Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.

Adapun wewenang dari seorang unit kontrol intern cabang adalah sebagai berikut:

- 1) Terlaksananya kegiatan pengawasan harian usaha unit operasional Bank sumut di wilayah I & II.
- 2) Terlaksananya proses tindak lanjut atas proses temuan.
- 3) Tersedianya bahan evaluasi tindak lanjut hasil temuan harian.
- 4) Terciptanya penerapan GCG di unit kerjanya.
- 5) Terlaksananya pengelolaan risiko di unit kerjanya.
- 6) Terlaksananya budaya kepatuhan di unit kerjanya.
- 7) Terlaksananya budaya layanan di unit kerjanya.

6. Lokasi PT. Bank SUMUT KCP Syariah Ranatuprapat

Adapun lokasi dimana . PT. Bank SUMUT Syariah KCP Syariah Rantau Prapat berdiri yaitu di pusat kota Rantauprapat.

Alamat : Jl. Ahmad Yani No. 137 F Kelurahan Bakaran
Batu

Kecamatan : Rantau Selatan

Kabupaten : Labuhan Batu

B. Analisis Deskriptif

Di dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui sejauh mana pengaruh bauran pemasaran terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya melalui penyebaran kuisioner kepada 42 responden yang menjadi sampel penelitian. Pada analisis Deskriptif ini, data responden dijelaskan melalui data tunggal. Data responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari penelitian. Adapun proses penelitian dan penyebaran angket yang dilakukan peneliti yaitu dari tanggal 27 Mei 2016 sampai dengan 15 April 2016. Untuk menjelaskan identitas responden maka peneliti membuat analisis data responden ini dari 3 tabel tunggal dengan data sebagai berikut :

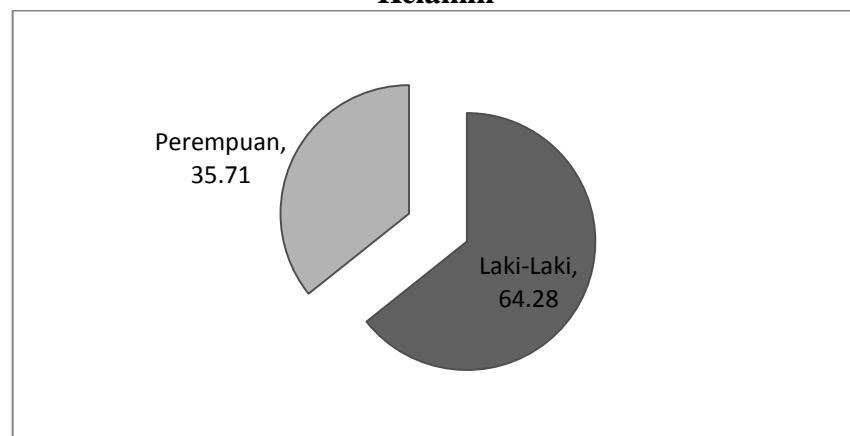
1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	27	64,28%
2	Perempuan	15	35,71%
Total		42	100%

Tabel 4.1 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan jenis kelamin. Dari hasil penelitian, mayoritas responden sebanyak 27 orang atau sebesar 64,28% adalah responden laki-laki dan sisanya adalah responden perempuan yakni sebanyak 15 orang atau sebesar 35,71%.

Gambar 4.2
Diagram Gambar Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Peneliti (Komputerisasi Gambar 4.1)

2. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.2
Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

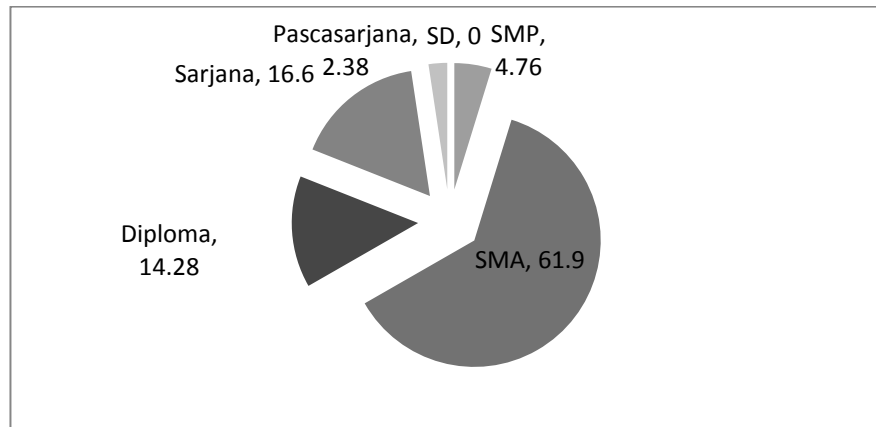
No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SD	0	0%
2	SMP	2	4,76%
3	SMA	26	61,90%
4	Diploma	6	14,28%
5	Sarjana	7	16,66%
6	Pascasarjana	1	2,38%
Total		42	100%

Sumber: Hasil Penelitian (Angket) 2016 (data diolah)

Tabel 4.2 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan Pendidikan Terakhir. Mayoritas responden sebanyak 26 Orang atau sebesar 61,90% adalah responden yang pendidikan terakhirnya SMA, Sarjana sebanyak 7 Orang atau 16,66%, Diploma Sebanyak 6 Orang

atau 14,28%, SMP sebanyak 2 Orang atau 4,76% dan yang paling sedikit adalah pascasarja sebanyak 1 Orang atau 2,38%.

Gambar 4.3
Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Sumber: Peneliti (Komputerisasi Gambar 4.2)

3. Profesi atau Pekerjaan

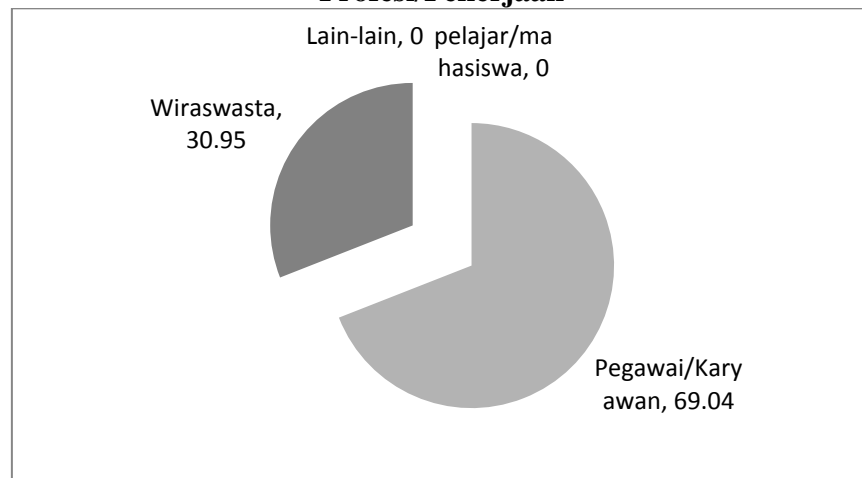
Tabel 4.3
Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Profesi atau Pekerjaan

No	Profesi atau Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	0	0%
2	Pegawai/Karyawan	29	69,04%
3	Wiraswasta	13	30,95%
4	Lain-lain	0	0%
Total		42	100%

Sumber: Hasil Penelitian (Angket) 2016 (data diolah)

Tabel 4.3 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan Profesi atau Pekerjaan. Mayoritas responden sebanyak 29 Orang atau sebesar 69,04% adalah pegawai atau karyawan dan responden yang berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 13 Orang atau sebesar 30,95%.

Gambar 4.4
Diagram Berdasarkan Banyaknya Responden Berdasarkan
Profesi/Pekerjaan



Sumber: Peneliti (Komputerisasi Gambar 4.3)

C. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Sebelum angket diberikan kepada responden, terlebih dahulu divalidasi kepada 2 Orang validator yang ahli dibidangnya untuk memperoleh data yang layak dan mudah dipahami oleh responden. Setelah dinyatakan valid oleh validator, angket tersebut diuji coba terlebih dahulu kepada 35 Orang responden dari populasi yang bukan sampel penelitian.

1. Uji Validitas

Untuk mengetahui validitas dari pernyataan-pernyataan dalam angket penelitian dapat dilihat dari nilai *Correlated* pada *output* SPSS Versi 22.0 yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

a. Uji Validitas Product (X1)

Tabel 4.4
Uji Validitas Produk

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	10,12	2,205	,499	,379	,670
Item2	10,74	1,954	,617	,407	,597
Item3	10,93	1,873	,624	,392	,590
Item4	11,14	2,418	,328	,183	,764

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

Dari hasil uji validitas *product* dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1-4 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $df = n - 2$ ($42 - 2 = 40$) adalah 0,257. Dimana r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *corrected item total correlation* (pada tabel diatas).

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Product

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item 1	0,499	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 42 - 2 = 40$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh tabel = 0,257	Valid
Item 2	0,617		Valid
Item 3	0,624		Valid
Item 4	0,328		Valid

Sumber: Data Diolah, 2016

b. Uji Validitas Price (X2)

Tabel 4.6
Uji Validitas *price*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	10,07	2,361	,377	,153	,658
Item2	10,57	2,202	,411	,176	,639
Item3	11,02	1,682	,591	,356	,509
Item4	11,40	2,003	,464	,256	,605

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

Dari hasil uji validitas *price* dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1-4 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $df = n - 2$ ($42 - 2 = 40$) adalah 0,257. Dimana r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *corrected item total correlation* (pada tabel diatas).

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Price

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item 1	0,377	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 =$ $42 - 2 = 40$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh tabel = 0,257	Valid
Item 2	0,411		Valid
Item 3	0,591		Valid
Item 4	0,464		Valid

Sumber: Data Diolah, 201

c. Uji Validitas Place (X3)

Tabel 4.8
Uji Validitas Place

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	13,98	2,951	,488	,308	,700
Item2	14,29	3,331	,535	,318	,684
Item3	14,38	2,925	,668	,465	,629
Item4	14,55	3,278	,520	,334	,686
Item5	14,71	3,233	,351	,154	,756

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

Dari hasil uji validitas *Place* dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1-5 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $df = n - 2$ ($42 - 2$) = 40 adalah 0,257. Dimana r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *corrected item total correlation* (pada tabel diatas).

Tabel 4.9
Uji Validitas Place

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item 1	0,488	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 42 - 2 = 40$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh tabel = 0,257	Valid
Item 2	0,535		Valid
Item 3	0,668		Valid
Item 4	0,520		Valid
Item 5	0,351		Valid

Sumber: Data Diolah, 2016

d. Uji Validitas Promotion (X4)

Tabel 4.10
Uji Validitas Promotion

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	10,33	2,569	,356	,254	,729
Item2	10,48	2,451	,525	,409	,636
Item3	10,55	1,864	,662	,478	,531
Item4	10,93	2,361	,469	,270	,664

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

Dari hasil uji validitas bagi hasil dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1-4 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $df = n - 2$ ($42 - 2 = 40$) adalah 0,257. Dimana r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *corrected item total correlation* (pada tabel diatas).

Tabel 4.11
Uji Validitas Promotion

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item 1	0,356	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 =$ $42 - 2 = 40$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh tabel = 0,257	Valid
Item 2	0,525		Valid
Item 3	0,662		Valid
Item 4	0,469		Valid

Sumber: Data Diolah, 2016

e. Uji Validitas People (X5)

Tabel 4.12
Uji Validitas People

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	8,93	2,653	,461	,321	,743
Item2	9,45	2,351	,651	,473	,637
Item3	9,90	2,283	,595	,451	,669
Item4	10,43	2,787	,502	,326	,721

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

Dari hasil uji validitas *people* dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1-4 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $df = n-2$ ($42-2$)= 40 adalah $0,257$. Dimana r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *corrected item total correlation* (pada tabel diatas).

Tabel 4.13
Uji Validitas People

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item 1	0,461	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 =$ $42-2=40$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh tabel = $0,257$	Valid
Item 2	0,651		Valid
Item 3	0,595		Valid
Item 4	0,502		Valid

Sumber: Data Diolah,2016

f. Uji Validitas Physical Evidence (X6)

Tabel 4.14
Uji Validitas Physical Evidence

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	10,19	3,865	,560	,573	,838
Item2	10,57	3,373	,782	,702	,747
Item3	10,90	3,405	,806	,693	,740
Item4	11,33	3,203	,586	,572	,848

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

Dari hasil uji validitas *Physical Evidence* dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1-4 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $df = n - 2$ ($42 - 2 = 40$) adalah 0,257. Dimana r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *corrected item total correlation* (pada tabel diatas).

Tabel 4.15
Uji Validitas Physical Evidence

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item 1	0,560	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 =$ $42 - 2 = 40$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh tabel = 0,257	Valid
Item 2	0,782		Valid
Item 3	0,806		Valid
Item 4	0,586		Valid

Sumber: Data Diolah, 2016.

g. Uji Validitas Process (X7)

Tabel 4.16
Uji Validitas Process

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	8,74	1,710	,577	,434	,624
Item2	9,10	1,991	,590	,447	,626
Item3	9,29	1,868	,507	,279	,669
Item4	9,67	2,228	,401	,193	,723

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

Dari hasil uji validitas *Process* dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1-4 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $df = n - 2$ ($42 - 2 = 40$) adalah 0,257. Dimana r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *corrected item total correlation* (pada tabel diatas).

Tabel 4.17
Uji Validitas Process

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item 1	0,577	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 =$ $42 - 2 = 40$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh tabel = 0,257	Valid
Item 2	0,590		Valid
Item 3	0,507		Valid
Item 4	0,401		Valid

Sumber: Data diolah (2016)

h. Uji Validitas Minat (Y)

Tabel 4.18
Uji validitas Minat

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	9,74	2,003	,488	,317	,656
Item2	10,17	1,654	,603	,411	,579
Item3	10,36	2,040	,644	,430	,589
Item4	10,81	2,060	,331	,143	,759

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

Dari hasil uji validitas bagi hasil dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1-4 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $df = n-2$ ($42-2$)=40 adalah 0,257 Dimana r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *corrected item total corrolation* (pada tabel diatas).

Tabel 4.19
Uji Validitas Minat

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item 1	0,488	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 =$ $42-2=40$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh tabel = 0,257	Valid
Item 2	0,603		Valid
Item 3	0,644		Valid
Item 4	0,331		Valid

Sumber: Data Diolah,2016

2. Uji Reliabilitas

Realibilitas instrumen angket yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program aplikasi SPSS Versi 22.0 dengan rumus *Cronbach Alpha* yang jika *Cronbach Alpha* > 0.60 maka semua item

pertanyaan yang dianalisis dengan metode *Alpha* adalah reliabel. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

a. Uji Reliabilitas *Product* (X₁)

Tabel 4.20
Uji Reliabilitas *Product*

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,723	,722	4

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

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel *product* adalah $0,723 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *product* (X₁) adalah reliabel.

b. Uji Reliabilitas *Price* (X₂)

Tabel 4.21
Uji Reliabilitas *Price*

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,676	,671	4

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

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel *price* adalah $0,676 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *price* (X₂) adalah reliabel.

c. Uji Reliabilitas *Place* (X3)

Tabel 4.22
Uji Reliabilitas *Place*

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,737	,751	5

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

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel *place* adalah $0,737 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *place* (X₃) adalah reliabel.

d. Uji Reliabilitas *Promotion* (X4)

Tabel 4.23
Uji Reliabilitas *Promotion*

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,710	,709	4

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

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel *promotion* adalah $0,710 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *promotion* (X₄) adalah reliabel.

e. Uji Reliabilitas *People* (X5)

Tabel 4.24
Uji Reliabilitas *People*

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,753	,753	4

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

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel *people* adalah $0,753 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *people* (X₅) adalah reliabel.

f. Uji Reliabilitas *Physical Evidance* (X6)

Tabel 4.25
Uji Reliabilitas *Physical Evidance*

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,837	,848	4

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

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel *physical evidance* adalah $0,837 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *physical evidance* (X₆) adalah reliabel.

g. Uji Reliabilitas *Process* (X_7)

Tabel 4.26
Uji Reliabilitas *Process*

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,725	,726	4

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

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel *process* adalah $0,725 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *process* (X_7) adalah reliabel.

h. Uji Reliabilitas *Minat* (Y)

Tabel 4.27
Uji Reliabilitas *Minat*

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,712	,730	4

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

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel *minat* adalah $0,712 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *minat* (Y) adalah reliabel.

Dari hasil uji realibiltas secara keseluruhan dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.28
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Tingkat Kepercayaan	Keterangan
<i>Product (X₁)</i>	0,723	0,60	Reliabel
<i>Price (X₂)</i>	0,676		Reliabel
<i>Place (X₃)</i>	0,737		Reliabel
<i>Promotion (X₄)</i>	0,710		Reliabel
<i>People (X₅)</i>	0,753		Reliabel
<i>Physical Evidance (X₆)</i>	0,837		Reliabel
<i>Process (X₇)</i>	0,725		Reliabel
<i>Minat(Y)</i>	0,712		Reliabel

Sumber : data diolah,2016

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data noormal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Untuk mencari normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode grafik, apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan

pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.29
Uji Normalitas Kolmogrov- Smirnov

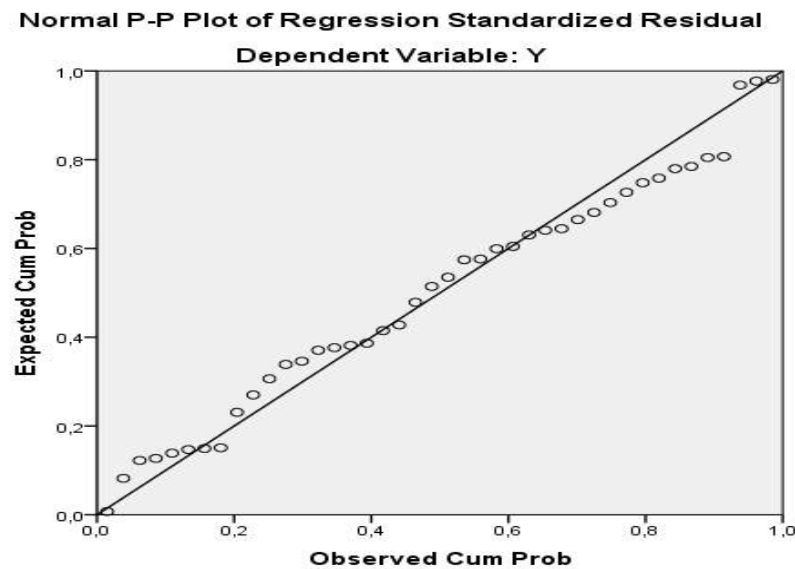
		Unstandardized Residual
N		42
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,66463580
Most Extreme Differences	Absolute	,099
	Positive	,099
	Negative	-,062
Test Statistic		,099
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

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

Berdasarkan tabel diatas terlihat nilai *Asymp.Sig* adalah 0,200 dan lebih besar dari nilai signifikan 0,10 ($0,200 > 0,10$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Selain itu data yang baik juga dapat dilihat melalui kurva. Data yang memiliki kurva dengan pola titik mengikuti garis diagonal dapat dikatakan normal. Seperti yang terlihat pada kurva dibawah ini :

Gambar 4.4
Metode Grafik Uji Normalitas



Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22.

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal maka data tersebut dapat dikatakan normal.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel penjelasan (bebas) dari model regresi berganda. Peneliti akan mengujinya melalui SPSS 22. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah: “
Jika nilai *Variance Inflation Factor* $VIF < 5$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$.”

Tabel 4.30
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,239	1,158		3,661	,001		
	X1	,575	,124	,601	4,642	,000	,246	4,059
	X2	-,382	,123	-,392	-3,098	,004	,258	3,880
	X3	-,455	,118	-,551	-3,857	,000	,202	4,939
	X4	,931	,112	1,016	8,304	,000	,276	3,623
	X5	-,271	,070	-,311	-3,884	,000	,644	1,554
	X6	,122	,057	,166	2,131	,040	,682	1,466
	X7	,288	,087	,289	3,301	,002	,537	1,861

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai VIF dari variabel *product* adalah $4,059 < 5$, variabel *price* adalah $3,880 < 5$, variabel *place* adalah $4,939 < 5$, variabel *promotion* adalah $3,623 < 5$, variabel *people* adalah $1,554 < 5$, variabel *physical evidence* adalah $1,466 < 5$ dan variabel *process* adalah $1,861 < 5$. kesimpulan dari tabel diatas adalah nilai VIF dari ketujuh variabel diatas lebih kecil dari 5 ($VIF < 5$).

Sementara itu nilai *Tolerance* dari variabel *product* adalah $0,246 > 0,1$, variabel *price* adalah $0,258 > 0,1$, variabel *place* adalah $0,202 > 0,1$, variabel *promotion* adalah $0,276 > 0,1$, variabel *people* adalah $0,644 > 0,1$, variabel *physical evidence* adalah $0,682 > 0,1$ dan variabel *process* adalah $0,537 > 0,1$ Jadi dapat disimpulkan nilai

Tolerance dari ketujuh variabel diatas lebih besar dari 0,1 (*tolerance* > 0,1). Berdasarkan penilaian dari tabel diatas maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas

Tabel 4.31
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Tingkat Kepercayaan	Keterangan
Product (X1)	4,059	< 5	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Price(X2)	3,880		Tidak Terjadi Multikolinearitas
Place(X3)	4,939		Tidak Terjadi Multikolinearitas
Promotion(X4)	3,623		Tidak Terjadi Multikolinearitas
People (X5)	1,554		Tidak Terjadi Multikolinearitas
Physical Evidance (X6)	1,466		Tidak Terjadi Multikolinearitas
Process (X7)	1.861		Tidak Terjadi Multikolinearitas

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan peneliti untuk mengetahui apakah terjadi kolerasi antar variabel yang satu dengan variabel yang lain. Data yang baik adalah dtaa yang bebas dari asumsi autokorelasi.

Tabel 4.32
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,927 ^a	,860	,831	,730	1,484

a. Predictors: (Constant), X7, X4, X6, X5, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

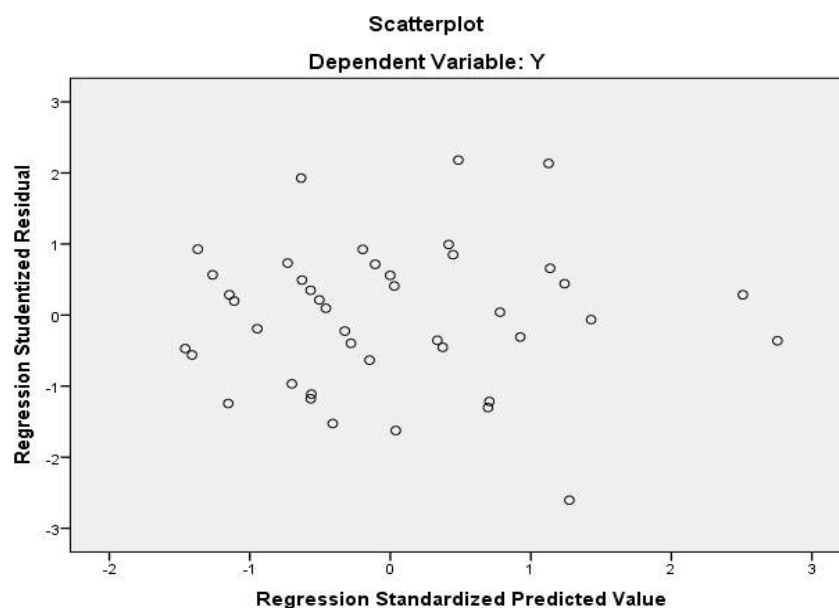
Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah).

Berdasarkan tabel diatas nilai *Durbin Watson* sebesar 1,484 artinya tidak terjadi autokorelasi karena lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari +2. ($-2 < 1,484 < +2$).

4. Uji Heteroskedastisitas

Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitasnya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu.

Gambar 4.5
Hasil Heteroskedastisitas



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

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa diagram pencar residual tidak membentuk suatu pola tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas.

E. Hasil Analisis Data

Analisis data dilakukan peneliti untuk mengetahui pengaruh sekelompok variabel yang saling berhubungan yang terdapat dalam penelitian ini. Uji analisis data dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.33
Uji R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,927 ^a	,860	,831	,730

a. Predictors: (Constant), X7, X4, X6, X5, X1, X2, X3

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

Berdasarkan output diatas diperoleh angka *adjusted R Square* adalah 0,831 atau 83,1%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* sebesar 83,1% sedangkan sisanya sebesar 16,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

2. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun hasil analisis regresi *output* sebagai berikut :

Tabel 4.34
Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,239	1,158		3,661	,001
	X1	,575	,124	,601	4,642	,000
	X2	-,382	,123	-,392	-3,098	,004
	X3	-,455	,118	-,551	-3,857	,000
	X4	,931	,112	1,016	8,304	,000
	X5	-,271	,070	-,311	-3,884	,000
	X6	,122	,057	,166	2,131	,040
	X7	,288	,087	,289	3,301	,002

a. Dependent Variable: Y

Uji parsial dengan T-test digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process* memiliki pengaruh atau tidak terhadap minat. Pengujian yang dilakukan peneliti berdasarkan nilai t hitung. Hasil pengujian variabel-variabel penelitian secara parsial adalah sebagai berikut :

a. Pengaruh *product* terhadap minat

1) Perumusan Hipotesis

H_{o1} : *product* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

H_{a1} : *product* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

2) Penentuan t Hitung

Dari *output* diatas diperoleh t hitung sebesar 4,642

3) Penentuan t tabel

t tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai $\alpha = 0,10$, hasil diperoleh untuk t tabel adalah 1.681. (lihat pada lampiran t tabel).

4) Kriteria pengujian

a) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Jika $t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan kata lain, jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan kriteria pengujian di atas dapat diketahui bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($4,642 > 1.681$). artinya *product* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

5) Kesimpulan uji parsial *product*

Nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($4,642 > 1.681$) maka H_0 ditolak, jadi kesimpulan bahwa *product* secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

b. Pengaruh *price* terhadap minat

1) Perumusan Hipotesis

H_{01} : *price* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

H_{a1} : *price* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

2) Penentuan t hitung

Dari *output* diatas diperoleh t hitung sebesar -3,098

3) Penentuan t Tabel

t tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai $\alpha = 0,10$, hasil diperoleh untuk t tabel adalah 1.681. (lihat pada lampiran t tabel).

4) Kriteria pengujian

a) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Jika $t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan kata lain, jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan kriteria pengujian di atas dapat diketahui bahwa $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($-3,098 < 1.681$). artinya *price* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

5) Kesimpulan uji parsial *price*

Nilai $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($-3,098 < 1.681$) maka H_0 diterima, jadi kesimpulan bahwa *price* secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah. Nilai $t \text{ hitung}$ Negatif artinya *price* berpengaruh negatif.

c. Pengaruh *place* terhadap minat

1) Perumusan Hipotesis

H_{o1} : *place* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

H_{a1} : *place* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

2) Penentuan t hitung

Dari *output* diatas diperoleh t hitung sebesar -3,857

3) t tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai $\alpha = 0,10$, hasil diperoleh untuk t tabel adalah 1.681. (lihat pada lampiran t tabel

4) Kriteria pengujian

a) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Jika $t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan kata lain, jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan kriteria pengujian di atas dapat diketahui bahwa $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($-3,857 < 1.681$). artinya *place* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

5) Kesimpulan uji parsial *place*

Nilai $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($-3,857 < 1.681$) maka H_0 diterima, jadi kesimpulan bahwa *place* secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah. Nilai $t \text{ hitung}$ negatif.

d. *Promotion* terhadap minat nasabah

1) Perumusan Hipotesis

H_{01} : *promotion* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

H_{a1} : *promotion* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

2) Penentuan t hitung

Dari *output* diatas diperoleh t hitung sebesar 8,304

3) t tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai $\alpha = 0,10$, hasil diperoleh untuk t tabel adalah 1.681. (lihat pada lampiran t tabel

4) Kriteria pengujian

a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $T_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Jika $t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan kata lain, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Berdasarkan kriteria pengujian di atas dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,304 > 1.681$). artinya *promotion* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

5) Kesimpulan uji parsial *promotion*

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,304 > 1.681$) maka H_0 ditolak, jadi kesimpulan bahwa *promotion* secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

e. *People* terhadap minat nasabah

1) Perumusan Hipotesis

H_{01} : *people* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

H_{a1} : *people* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

2) Penentuan t hitung

Dari *output* diatas diperoleh t hitung sebesar -3,884

3) t tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai $\alpha = 0,10$, hasil diperoleh untuk t tabel adalah 1.681. (lihat pada lampiran t tabel

4) Kriteria pengujian

a) Jika t hitung $<$ t tabel atau t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Jika t tabel $<$ t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan kata lain, jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Berdasarkan kriteria pengujian di atas dapat diketahui bahwa t hitung $<$ t tabel ($-3,884 < 1.681$). artinya *people* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

5) Kesimpulan uji parsial *people*

Nilai t hitung $<$ t tabel ($-3,884 < 1.681$) maka H_0 diterima, jadi kesimpulan bahwa *people* secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah. Nilai t hitung Negatif.

f. *Physical evidence* terhadap minat

1) Perumusan Hipotesis

H_{01} : *physical evidence* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

H_{a1} : *physical evidence* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

2) Penentuan t hitung

Dari *output* diatas diperoleh T hitung sebesar 2,131

3) t tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai $\alpha = 0,10$, hasil diperoleh untuk t tabel adalah 1.681. (lihat pada lampiran t tabel

4) Kriteria pengujian

a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

b) Jika $t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan kata lain, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Berdasarkan kriteria pengujian di atas dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,131 > 1.681$). artinya *physical evidence* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

5) Kesimpulan uji parsial *physical evidence*

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,131 > 1.681$) maka H_0 ditolak, jadi kesimpulan bahwa *physical evidence* secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

g. *Process* terhadap minat nasabah

1) Pengujian Hipotesis

H_{01} : *process* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

H_{a1} : *process* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah

2) Penentuan t hitung

Dari *output* diatas diperoleh t hitung sebesar 3,301

3) t tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai $\alpha = 0,10$, hasil diperoleh untuk t tabel adalah 1.681. (lihat pada lampiran t tabel

4) Kriteria pengujian

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

b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan kata lain, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

ˆ Berdasarkan kriteria pengujian di atas dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,301 > 1,681$). artinya *process* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

5) Kesimpulan uji parsial *process*

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,301 > 1,681$) maka H_0 ditolak, jadi kesimpulan bahwa *process* secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

3. Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan dengan F-Test digunakan untuk mengetahui apakah *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process* secara simultan memiliki pengaruh positif atau negatif yang signifikan atau tidak memiliki pengaruh positif atau negatif terhadap minat. Pengujian yang dilakukan peneliti pada tingkat signifikan 0,10 dan berdasarkan nilai F hitung. Pengujian variabel-variabel penelitian secara simultan dilakukan peneliti melalui *output* ANOVA (SPSS Versi 22).

Tabel 4.35
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110,865	7	15,838	29,732	,000 ^b
	Residual	18,111	34	,533		
	Total	128,976	41			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X7, X4, X6, X5, X1, X2, X3

Dari *output* ANOVA di atas peneliti akan melakukan pengujian variabel penelitian secara simultan melalui langkah-langkah berikut ini.

a. Perumusan Hipotesis

Ho : *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* secara simultan tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

Ha : *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

b. Penentuan F hitung

Dari *output* ANOVA diatas diperoleh F hitung sebesar 29,732

c. F tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikan 0,10 = dengan df 7 = $n-k-1$ atau $42-7-1 = 34$, hasil diperoleh untuk F tabel sebesar 1,90 (Lihat pada lampiran F tabel)

d. Kriteria pengujian

1) Jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima

2) Jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak

Berdasarkan kriteria pengujian di atas dapat diketahui bahwa F hitung > dari F tabel ($29,732 > 1,90$), artinya *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

- e. Kesimpulan uji simultan (*product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process*)

F hitung > F tabel ($29,732 > 1,90$) maka H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

F. Hasil Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.36
Hasil Regresi berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,239	1,158		3,661	,001
	X1	,575	,124	,601	4,642	,000
	X2	-,382	,123	-,392	-3,098	,004
	X3	-,455	,118	-,551	-3,857	,000
	X4	,931	,112	1,016	8,304	,000
	X5	-,271	,070	-,311	-3,884	,000
	X6	,122	,057	,166	2,131	,040
	X7	,288	,087	,289	3,301	,002

a. Dependent Variable: Y

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \text{product} + b_2 \text{price} + b_3 \text{place} + b_4 \text{promotion} + b_5 \text{people} + b_6 \text{p.evidence} + b_7 \text{process}$$

Sehingga persamaan regresinya :

$$Y = 4,239 + 0,575 \text{product} + (-0,382 \text{price}) + (-0,455 \text{place}) + 0,931 \text{promotion} + (-0,27 \text{people}) + 0,122 \text{p.evidence} + 0,288 \text{process}$$

$$\text{Atau } Y = 4,239 + 0,575 \textit{ product} - 0,382 \textit{ price} - 0,455 \textit{ place} + \\ 0,931 \textit{ promotion} - 0,271 \textit{ people} + 0,122 \textit{ p.evidence} + 0,288 \\ \textit{ process}$$

Keterangan :

MN	= Minat Nasabah
a	= Konstanta
b1,b2,b3,b4,b5,b6.b7	= Koefisien regresi
X1	= <i>product</i>
X2	= <i>price</i>
X3	= <i>place</i>
X4	= <i>promotion</i>
X5	= <i>people</i>
X6	= <i>physical evidence</i>
X7	= <i>process</i>

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Konstanta sebesar 4,239, artinya apabila variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process* dianggap konstan atau 0 maka minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat sebesar 4,239.
- b) Koefisien regresi variabel *product* sebesar 0,575 artinya apabila variabel *product* ditambah 1% dan variabel yang lain dianggap tetap maka minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya meningkat sebesar 57,5%.

- c) Koefisien regresi variabel *price* sebesar -0,382, artinya apabila variabel *price* ditambah 1% dan variabel yang lain dianggap tetap maka minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya menurun sebesar 38,2%.
- d) Koefisien regresi variabel *Place* sebesar -0,455, artinya apabila variabel lokasi ditambah 1% dan variabel yang lain dianggap tetap maka minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya menurun sebesar 45,5%.
- e) Koefisien regresi variabel *Promotion* sebesar 0,931, artinya apabila variabel pelayanan ditambah 1% dan variabel yang lain dianggap tetap maka minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya meningkat sebesar 93,1%..
- f) Koefisien regresi variabel *People* sebesar -0,271, artinya apabila variabel *people* ditambah 1% dan variabel yang lain dianggap tetap maka minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya menurun sebesar 27,1%.
- g) Koefisien regresi variabel *Physical Evidence* sebesar 0,122, artinya apabila variabel pelayanan ditambah 1% dan variabel yang lain dianggap tetap. maka minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya meningkat sebesar 12,2%.
- h) Koefisien regresi variabel *Process* sebesar 0,288, artinya apabila variabel pelayanan ditambah 1% dan variabel yang lain dianggap tetap maka minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya meningkat sebesar 28,8%..

G. Pembahasan Hasil Penelitian

- a. Pengaruh *product* terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

Product merupakan semua yang ditawarkan pada pasar untuk dipertahankan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pemakainya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *product* terhadap minat nasabah dalam melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat bersifat positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan semakin baik *product* maka akan menarik minat nasabah. Hal ini sependapat dengan Tjiptono yang mengungkapkan bahwa *product* dapat berupa manfaat *tangible* maupun *intangibile* yang dapat memuaskan pelanggan.

Dari hasil penelitian, Pengaruh *product* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya berdasarkan kriteria pengujian dapat diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel ($4,642 > 2.018$). Artinya *product* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian Heni Husni Muasyaroh dalam penelitiannya, bahwa *product* berpengaruh terhadap minat nasabah.

- b. Pengaruh *price* terhadap minat nasbaah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

Menurut Djasmin Saladin, harga merupakan alat tukar yang digunakan untuk mendapatkan produk atau jasa dengan sejumlah uang. Dari hasil penelitian, Pengaruh *price* terhadap minat nasabah melakukan

pembiayaan KPR iB Griya Berdasarkan kriteria pengujian dapat diketahui bahwa t hitung $<$ t tabel ($-3,098 < 2.018$). Artinya *price* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian Heni Husni Muasyaroh, bahwa *price* tidak memiliki pengaruh terhadap minat dan bernilai negatif.

- c. Pengaruh *place* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

Distribusi atau *place* adalah suatu usaha/upaya agar suatu produk dapat tersedia di tempat-tempat yang memudahkan konsumen membelinya setiap saat konsumen membutuhkan. Menurut Swastha, distribusi atau *place* adalah suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan juga diluar perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, perdagangan besar dan pengecer sebagai jalur yang digunakan komoditi, produk, sampai dipasaran.

Dari hasil penelitian ini, Pengaruh *place* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya berdasarkan kriteria pengujian dapat diketahui bahwa t hitung $<$ t tabel ($-3,857 < 2.018$). Artinya *place* tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah..

- d. Pengaruh *promotion* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

Salah satu kegiatan yang dilakukan agar produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan laku dijual kemasyarakat atau nasabah adalah kegiatan promosi.

- Menurut Kasmir promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Dari hasil penelitian bahwa Pengaruh *promotion* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya dengan Nilai t hitung $>$ t tabel ($8,304 > 2,018$) maka H_0 ditolak, jadi kesimpulan bahwa *promotion* secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini sejalan dengan Jeliana Lubis dengan penelitiannya, bahwa Promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah.
- e. Pengaruh *people* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

Menurut Nur Rianto Al Arif dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Dalam penelitian ini Pengaruh *people* atau pelayanan terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya dengan nilai t hitung $<$ t tabel ($-3,884 < 2,018$) maka H_0 diterima, jadi kesimpulan bahwa *people* secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

Hal ini sejalan dengan Amir Hamzah menyatakan dalam penelitiannya bahwa faktor pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

- f. Pengaruh *physical evidence* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

Bentuk gedung kantor dan ruangan kerja serta *layout* yang menarik maupun kelengkapan fasilitasnya dapat mempengaruhi *image* masyarakat atau nasabah. Dalam penelitian ini pengaruh *physical evidence* terhadap

minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($2,131 > 2,018$) maka H_0 ditolak, jadi kesimpulan bahwa *physical evidence* secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat nasabah. hal ini sejalan dengan penelitian Ayyub Pranata Rifai bahwa *physical Evidence* berpengaruh terhadap minat nasabah.

- g. Pengaruh *process* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang pembantu Syariah Rantauprapat.

Yazid menjelaskan bahwa Proses terjadi dimana jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan merupakan faktor yang utama pada bauran pemasaran dalam pemasaran jasa. Dengan demikian keputusan mengenai manajemen operasi sangat penting guna menunjang keberhasilan pemasaran jasa.

Proses pelayanan juga sangat menentukan keberhasilan bank untuk memikat nasabah. dalam penelitian ini pengaruh *process* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya t hitung $> t$ tabel ($3,301 > 2,018$). artinya *process* memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian Heni Husni Muasyaroh bahwa *process* berpengaruh terhadap minat nasabah.

- h. Pengaruh *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

Untuk uji F dapat dinyatakan bahwa variabel X_1 (*Product*), X_2 (*Price*), X_3 (*Place*), X_4 (*Promotion*), X_5 (*People*), X_6 (*Physical*

Evidence), X7 (*Process*) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Minat). Hal ini dapat dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($29,732 > 2.29$).

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh *adjusted R square* 0,831 atau sebesar 83,1%. Artinya Bauran Pemasaran dapat mempengaruhi Minat Nasabah yang melakukan Pembiayaan KPR iB Griya Di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantauparapat sebesar 83,1% dan sisanya 16,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

Model regresi ini juga dinyatakan lulus dari uji asumsi klasik. Nilai VIF yang diketahui antar variabel independent tidak terdapat multikolinearitas. Untuk uji Heteroskedastisitas, grafik *scatter plot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar dibatas dan dibawah sumbu Y sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan dari grafik *normal plot* distribusi normal,

Dari hasil analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa, dari keempat variabel yang berpengaruh terhadap minat nasabah melakukan pembiayaan KPR iB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauparapat, yang lebih dominan adalah variabel X1 (product) signifikan 0,00, X4 (Promotion) signifikan 0,00 dan X7 (Process) signifikan 0,02 dengan probabilitas 0,10.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Bauran Penmasaran terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR IB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat” dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial variabel X1 (*Product*) memiliki pengaruh terhadap minat nasabah. Dimana nilai t hitung lebih > t tabel ($4,642 > 1,681$) yang artinya *product* berpengaruh positif, yaitu jika *product* meningkat maka minat juga akan meningkat.
2. Secara parsial variabel X2 (*Price*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Minat). Hal ini dapat dibuktikan melalui t hitung < t tabel ($-3,098 < 1,681$). Dimana nilai t hitung negatif artinya, jika *price* menurun maka minat meningkat.
3. Secara parsial variabel X3 (*Place*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Minat). Hal ini dapat dibuktikan melalui t hitung < t tabel ($-3,857 < 1,681$). Dimana nilai t hitung negatif artinya jika *place* menurun maka minat meningkat. .
4. Secara parsial variabel X4 (*Promotion*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Minat). Hal ini dapat dibuktikan melalui t hitung > t tabel ($8,304 > 1,681$). Dimana nilai t hitung positif artinya jika *promotion* meningkat maka minat juga meningkat.

5. Secara parsial variabel X5 (*People*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Minat). Hal ini dapat dibuktikan melalui t hitung $< t$ tabel ($-3,884 < 1,681$). Dimana nilai t hitung negatif artinya jika *people* menurun maka minat meningkat.
6. Secara parsial variabel X6 (*Physical Evidance*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Minat). Hal ini dapat dibuktikan melalui t hitung $> t$ tabel ($2,131 > 1,681$). Dimana t hitung bernilai positif yang artinya jika *physical evidence* meningkat maka minat juga meningkat.
7. Secara parsial variabel X7 (*Process*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Minat). Hal ini dapat dibuktikan melalui t hitung $> t$ tabel ($3,301 > 1,681$). Dimana t hitung bernilai positif yang artinya jika *process* meningkat maka minat juga akan meningkat.
8. Untuk uji F dapat dinyatakan bahwa variabel X1 (*Product*), X2 (*Price*), X3 (*Place*), X4 (*Promotion*), X5 (*People*), X6 (*Physical Evidance*), X7 (*Process*) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Minat). Hal ini dapat dibuktikan dengan F hitung $> F$ tabel ($29,732 > 1,90$).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti ingin mengemukakan beberapa saran untuk pihak-pihak yang berkepentingan di masa yang akan datang demi pencapaian manfaat yang optimal dan pengembangan dari hasil penelitian ini. Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk pneneliti selanjutnya yang tertarik dengan judul “ Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya agar lebih menggali lagi bagaimana konsep pemasaran yang dimuat dalam penelitian ini.
2. Untuk pihak bank agar lebih meningkatkan jumlah nasabah sesuai dengan jumlah penduduk yang setiap tahunnya bertambah.
3. Untuk calon nasabah ada baiknya memperhatikan konsep bauran pemasaran sebelum melakukan pembiayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ahmdi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998)
- Al-Qur'an dan Terjemahan Ayat Pojok Bergaris*, (Semarang: Asy-Syfa, 1998)
- Andrie Soemitra, *bank & lembaga keuangan Syariah*,(Jakarta:Kencana, 2009)
- Ascarya, *akad & Produk bank Syariah*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2013)
- Dwi Prayatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008)
- Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Total Media, 2009)
- Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*,(Bandung: Pustaka Setia, 2013)
- Iqbal Hasan , *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*,
(Jakarta : Ghalia Indonesia, 2002)
- Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif) Edisi Kedua*
(Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003),
- Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011)
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004),
- Jonathan Sarwono, *Rumus- Rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Tesis dan Skripsi*
(Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015),
- Karnaen Perwataatmadja & muhammad Syafi'i Antonio, *apa dan bagaimana Bank Islam* (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf. 1992)
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta:Raja Grafindo, 2003)
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010)
- Khaerul Umam , *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung:Pustaka Setia,2013)
- Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen. Edisi ketujuh*,
(Jakarta: PT Index puri Media Kembangan, 2008),
- Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Eonomi Edisi 3*
(Jakarta:Erlangga, 2009)
- Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank Revisi I*, (Diktat, 2014)

- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari teori ke praktis*, (Jakarta:Gema Insani,2005)
- Nur Al Arif Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004)
- Sugiyono & Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel* (Bandung:Alfabeta, 2015),
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 2005(Bandung:IKAPI)
- Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2011)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010)
- Sunardi dan Anita Primatiwi, *Bisnis Pengantar Konsep, Strategi & Kasus*, (Yogyakarta: Caps, 2012)
- Sutojo, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka, 2009)
- Swastha dan Anwar Prabu, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Revika Aditama, 2002)
- Syarizal Helmi,dkk, *Analisis Data Penelitian* (Medan: USU Pers,2008)
- Trisdani P. Usanti & Abdul Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta:Bumi Aksara,2013)
- WS, Winkel.. *Psikologi dan Evaluasi Belajar*. (Jakarta : Gramedia.,1993)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Anggi Wahyudi
2. Tempat/Tgl. Lahir : Padangsidempuan/ 06 April 1994
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Alamat : Palopat Pijorkoling
6. No. Telepon/HP : 0821 6579 1158
7. Email : Anggijaya04@gmail.com

II. PENDIDIKAN

1. TK Aisyiah , Padangsidempuan. (1998-2000)
2. SD Negeri 200501, Padangsidempuan. (2000-2006)
3. SMP Negeri 8 Padangsidempuan. (2006-2009)
4. SMA Negeri 3 Padangsidempuan. (2009-2012)
5. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.(2012-2016)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihatang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22090 Faksimile (0634) 24022

Nomor : B-011/In.14/G/G.4b/TL.00/05/2016
Lamp. : -
Hal : Mohon Izin Riset

Padangsidimpuan, 24 Mei 2016

Kepada :
Yth. Pimpinan PT. Bank SUMUT
Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat
di-
Rantauprapat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Anggi Wahyudi
NIM : 12 220 0136
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

Adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR IB Griya di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat".

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dekan,

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

KANTOR PUSAT

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 4155100 - 4515
Facsimile : (061) 4142937 - 4512

Medan, 28 Juni 2016

No. : 404 /DSDM-PSDM/L/2016
Lamp. : --

Kepada :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN P. Sidimpuan
Jln. T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang
di -

Tempat

Hal : Izin Riset

Sehubungan dengan Surat Bapak No. B-941/In.14/G/G.4b/TL.00/05/2016 tanggal 25 Mei 2016 hal Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan izin Riset atas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN P. Sidimpuan, dengan data dibawah ini :


> Nama : Anggi Wahyudi
> NIM : 122200136
> Jurusan : Perbankan Syariah
> Judul Skripsi : "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah R. Prapat"

dsetujui untuk melaksanakan Riset di Cabang Pembantu Syariah R. Prapat yang dilaksanakan maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.

2. Selama melaksanakan Riset mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin Cabang Pembantu Syariah R. Prapat serta menjaga rahasia bank dan diharapkan mensosialisasikan keberadaan PT. Bank Sumut di lingkungannya.
3. Selesai penulisan Skripsi, mahasiswa bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank Sumut Cq. Divisi Sumber Daya Manusia.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Divisi Sumber Daya Manusia
Pls. Pemimpin


Rahmat Khairul
NPP. 632.281266.010394

Tembusan :

- Pemimpin Cabang Syariah P. Siantar
- Pemimpin Capem Syariah R. Prapat
- Sdri. Anggi Wahyudi

KANTOR CABANG SYARIAH:

RANTAUPRAPAT

KANTOR PUSAT

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 4515100
Facsimile : (061) 414 2937 - 415 2652

Nomor : 378/KCSy05-KCPSy17/L/2016
Lamp : ---

Rantauprapat, 28 Juni 2016

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan
di-Tempat

Perihal : Keterangan Penelitian

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Aamiin.

Menindaklanjuti surat yang kami terima No. B-941/In.14/G/G.4b/TL.00/05/2016 tanggal 25 Mei 2016 perihal Izin Riset, maka dengan ini dapat kami sampaikan :

Nama : Anggi Wahyudi
NIM : 12.220.0136
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Adalah benar telah mengadakan penelitian di PT. Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat pada tanggal 27 Mei 2016 sampai dengan 27 Juni 2016 dengan judul skripsi "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya di PT. Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

Demikian yang dapat kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Hormat kami,
Pemimpin Cabang Pembantu



NAJAMUDDIN
NPP. 1249.201080.110804

CC : - File

14032 002

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwasaya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama: Rodame Monitorir Napitupuluh, M.M

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket *Product, Price, Place* dan *Promotion* Hasil untuk kelengkapan penelitian yang berjudul :

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah melakukan Pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut cabang Pembantu Syariah Rantauprapat

Yang disusun oleh:

Nama : Anggi Wahyudi

NIM : 12 220 0136

Fakultas :Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan :Perbankan Syariah-4

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket Faktor Bagi Hasil yang baik.

Padangsidimpuan,

2016

Rodame Monitorir Napitupuluh, M.M

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwasaya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama: Hamni Fadlila Nasution M.Pd

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket *Product, Price, Place* dan *Promotion* Hasil untuk kelengkapan penelitian yang berjudul :

**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah melakukan
Pembiayaan KPR iB Griya di Bank Sumut cabang Pembantu Syariah
Rantauprapat**

Yang disusun oleh:

Nama : Anggi Wahyudi
NIM : 12 220 0136
Fakultas :Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan :Perbankan Syariah-4

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket Faktor Bagi Hasil yang baik.

Padangsidempuan, 2016

Hamni Fadlila Nasution M.Pd

LEMBAR VALIDASI ANGKET Product

Petunjuk:

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

Variabel	Pernyataan	No. Soal	V	VR	TV
<i>Product</i>	KPR iB Griya dapat membantu nasabah dalam pemilikan rumah	1			
	KPR iB Griya memberikan kemudahan dalam pemilikan rumah	2			
	Saya memilih KPR iB Griya karena sesuai harapan	3			
	KPR iB Griya sesuai kebutuhan dan keinginan nasabah	4			
<i>Price</i>	Saya melakukan pembiayaan KPR iB Griya karena margin yang sesuai	5			
	Saya melakukan pembiayaan KPR iB Griya karena biaya administrasinya murah	6			
	Harga yang ditawarkan KPR iB Griya bersaing dengan bank lain	7			
	Denda yang tidak terlalu memberatkan	8			

Catatan:

.....

Padangsidempuan,
Validator

2016

Rodame Monitorir Napitupuluh, M.M

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET Place**

Petunjuk:

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

Variabel	Pernyataan	No. Soal	V	VR	TV
<i>Place</i>	Posisi/letak Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat mudah dijangkau	9			
	Lokasi Bank SUMUT KCP Rantauprapat berada di lingkungan yang aman.	10			
	Lokasi Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat dilalui kendaraan umum	11			
	Tersedianya lokasi parkir yang luas	12			
	Lokasi Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat berada di area perkantoran	13			

Catatan

.....
.....

Padangsidempuan,
Validator

2016

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET Promotion**

Petunjuk:

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

Variabel	Pernyataan	No. Soal	V	VR	TV
<i>Promotion</i>	Saya mengenal KPR iB melalui pihak bank	14			
	Saya mengenal KPR iB Griya melalui mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>)	15			
	Pihak bank dapat memberikan informasi tentang KPR iB Griya secara jelas dan terperinci	16			
	Saya mengenal KPR iB Griya melalui brosur dan pamflet produk Bank SUMUT Syariah sangat menarik dan informative	17			

Catatan:

.....
.....

Rodame Monitorir Napitupuluh, M.M

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET People dan Physical evidence**

Petunjuk:

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

Variabel	Pernyataan	No. Soal	V	VR	TV
<i>People</i>	Semua karyawan mempunyai integritas yang tinggi	18			
	Semua karyawan profesional dalam bekerja	19			
	Semua karyawan mengutamakan kepuasan nasabah	20			
	Semua karyawan bersikap ramah terhadap nasabah	21			
<i>Physical Evidence</i>	Ruang tunggu yang disediakan nyaman	22			
	Fasilitas yang mendukung untuk bertransaksi	23			
	Ruangan yang tersusun rapi	24			
	Tersedianya kamar mandi untuk nasabah	25			

Catatan:

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

Rodame Monitorir Napitupuluh, M.M

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET Proses dan Minat**

Petunjuk:

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

Variabel	Pernyataan	No. Soal	V	VR	TV
<i>Process</i>	Setiap nasabah diberikan informasi yang tepat dan akurat	26			
	Teliti dalam pencatatan data transaksi tanpa ada kesalahan	27			
	Prosedur dan syarat yang mudah dalam bertransaksi	28			
	Prosedur yang cepat, tepat dan nyaman	29			
Minat	Saya menggunakan KPR iB Griya karena merupakan suatu kebutuhan	1			
	Saya akan mengajak teman-teman untuk melakukan pembiayaan KPR iB Griya	2			
	Saya tetap berkeinginan dalam melakukan pembiayaan KPR iB Griya	3			
	Saya akan merekomendasikan KPR iB Griya kepada orang lain	4			

Catatan:

.....
.....

Padangsidimpuan,
Validator

2016

Rodame Monitorir Napitupuluh, M.M

DAFTAR ANGKET

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Sdr/i

Di Tempat

1. Dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
2. Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah. Dengan Judul: Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan KPR iB Griya di PT. Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat.
3. Untuk mencapai maksud tersebut, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.
4. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i meluangkan waktu membantu kami mengisi kuesioner ini kami ucapkan terimakasih.

Peneliti

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. JenisKelamin :
 - a. Pria
 - b. Wanita
4. Alamat :
5. PendidikanTerakhir :
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Diploma
 - e. Sarjana
 - f. Pascasarjana
6. Pekerjaan :
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai/karyawan
 - c. Wiraswasta
 - d. Lainnya

B. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda benar (√) pada jawaban yang dipilih dengan memperhatikan nilai dan arti sebagai berikut :

1. Sangat Setuju (SS) bernilai 5
2. Setuju (S) bernilai 4
3. Kurang Setuju (KS) bernilai 3
4. Tidak Setuju (TS) bernilai 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) bernilai 1

DAFTAR PERNYATAAN

A. Angket Variabel X_1 (Produk)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	KPR iB Griya dapat membantu nasabah dalam pemilikan rumah	SS	S	KS	TS	STS
2	KPR iB Griya memberikan kemudahan dalam pemilikan rumah	SS	S	KS	TS	STS
3	Saya memilih KPR iB Griya karena sesuai harapan	SS	S	KS	TS	STS
4	KPR iB Griya sesuai kebutuhan nasabah	SS	S	KS	TS	STS

B. Angket Variabel X_2 (Harga)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
5	Pembiayaan KPR iB Griya memberikan keuntungan yang sesuai	SS	S	KS	TS	STS
6	Pembiayaan KPR iB Griya memiliki biaya administrasi yang murah	SS	S	KS	TS	STS
7	Harga yang ditawarkan KPR iB Griya bersaing dengan bank lain	SS	S	KS	TS	STS
8	Denda yang tidak terlalu memberatkan	SS	S	KS	TS	STS

Angket Variabel X_3 (Tempat)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
9	Letak Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat mudah dijangkau	SS	S	KS	TS	STS
10	Lokasi Bank SUMUT KCP Rantauprapat berada di lingkungan yang aman.	SS	S	KS	TS	STS
11	Lokasi Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat dilalui kendaraan umum	SS	S	KS	TS	STS
12	Tersedianya lokasi parkir yang luas	SS	S	KS	TS	STS
13	Lokasi Bank SUMUT KCP Syariah Rantauprapat berada di area perkantoran	SS	S	KS	TS	STS

D. Angket Variabel X₄ (Promosi)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
14	Mengenal KPR iB melalui pihak bank	SS	S	KS	TS	STS
15	Mengenal KPR iB Griya melalui mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>)	SS	S	KS	TS	STS
16	Pihak bank dapat memberikan informasi tentang KPR iB Griya secara jelas	SS	S	KS	TS	STS
17	Mengenal KPR iB Griya melalui brosur produk Bank SUMUT Syariah	SS	S	KS	TS	STS

E. Angket Variabel X₅ (*people*)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
18	Karyawan memberikan pelayanan yang baik	SS	S	KS	TS	STS
19	Karyawan profesional dalam bekerja	SS	S	KS	TS	STS
20	Karyawan mengutamakan kepuasan nasabah	SS	S	KS	TS	STS
21	Karyawan bersikap ramah terhadap nasabah	SS	S	KS	TS	STS

F. Angket Variabel X₆ (*Physical Evedence*)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
22	Ruang tunggu yang disediakan nyaman	SS	S	KS	TS	STS
23	Fasilitas yang mendukung untuk bertransaksi	SS	S	KS	TS	STS
24	Ruangan yang tersusun rapi	SS	S	KS	TS	STS
25	Tersedianya kamar mandi untuk nasabah	SS	S	KS	TS	STS

G. Angket Variabel X₇ (*Process*)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
26	Nasabah diberikan informasi yang akurat	SS	S	KS	TS	STS
27	Teliti dalam pencatatan data transaksi	SS	S	KS	TS	STS
28	Prosedur dan syarat yang mudah dalam bertransaksi	SS	S	KS	TS	STS
29	Prosedur yang cepat, tepat dan nyaman	SS	S	KS	TS	STS

E. Angket Variabel Y (Minat Nasabah)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Menggunakan KPR iB Griya karena sesuai kebutuhan	SS	S	KS	TS	STS
2	Mengajak teman-teman untuk melakukan pembiayaan KPR iB Griya	SS	S	KS	TS	STS
3	Berkeinginan dalam melakukan pembiayaan KPR iB Griya	SS	S	KS	TS	STS
4	Merekomendasikan KPR iB Griya kepada orang lain	SS	S	KS	TS	STS

RESPONDEN	PERNYATAAN (PRODUCT) X1				Total
	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	
1	4	3	3	3	13
2	4	2	2	2	10
3	3	3	3	3	12
4	5	4	4	4	17
5	4	4	4	3	15
6	4	4	3	2	13
7	4	4	3	4	15
8	5	4	4	3	16
9	4	3	4	4	15
10	4	3	3	2	12
11	5	5	5	3	18
12	4	3	4	4	15
13	5	4	4	3	16
14	5	4	4	3	16
15	4	5	4	4	17
16	4	3	4	3	14
17	4	4	3	2	13
18	4	4	4	4	16
19	4	3	3	3	13
20	5	4	4	3	16
21	4	3	3	3	13
22	4	4	3	3	14
23	5	4	3	3	15
24	5	4	3	3	15
25	4	4	3	3	14
26	4	3	3	4	14
27	4	3	3	2	12
28	4	3	3	3	13
29	4	3	3	3	13
30	4	4	2	4	14
31	3	3	3	3	12
32	3	3	2	3	11
33	4	3	3	3	13
34	5	4	4	4	17
35	4	3	4	3	14
36	3	3	3	3	12
37	4	4	4	4	16
38	5	4	4	3	16
39	4	4	4	4	16
40	4	3	3	3	13
41	5	4	4	4	17
42	5	4	3	3	15

PERNYATAAN (PRICE)X2				total
ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	
4	4	4	4	16
3	3	3	2	11
4	4	3	3	14
5	4	4	4	17
4	5	3	2	14
4	4	3	3	14
5	4	4	3	16
5	4	4	3	16
4	4	4	3	15
4	4	3	3	14
5	4	4	4	17
4	3	3	3	13
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
5	4	3	3	15
4	3	3	2	12
5	4	4	3	16
4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
4	4	3	2	13
4	3	3	3	13
5	4	4	3	16
5	4	2	3	14
4	4	4	2	14
4	4	3	3	14
4	3	3	3	13
4	3	3	3	13
5	3	3	2	13
5	2	3	2	12
4	3	2	3	12
3	3	2	3	11
4	4	4	2	14
5	4	4	4	17
4	4	3	3	14
4	4	2	2	12
5	5	3	3	16
5	4	4	3	16
4	4	4	4	16
4	4	2	2	12
4	4	4	3	15
5	5	5	4	19

PERNYATAAN (PLACE) X3					total
ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	
4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	3	16
4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	5	21
5	4	4	3	4	20
3	3	3	3	4	16
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	4	18
4	3	3	2	3	15
5	4	4	4	4	21
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	2	18
4	3	3	4	3	17
5	4	4	3	4	20
4	3	3	3	3	16
5	4	4	4	3	20
4	4	3	3	3	17
4	4	3	3	3	17
5	4	3	3	3	18
3	4	4	3	4	18
5	3	3	3	3	17
4	3	5	3	3	18
3	3	3	3	2	14
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	2	14
4	4	3	4	2	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	4	3	3	3	17
5	4	4	4	4	21
5	4	4	3	2	18
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	19
3	4	3	3	3	16
5	5	5	4	4	23
5	4	4	4	3	20

PERNYATAAN (PROMOTION) X4				TOTAL
ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	

4	4	4	3	15
3	3	3	3	12
3	4	3	3	13
4	5	5	4	18
3	3	3	3	12
4	3	3	2	12
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	3	4	3	14
4	3	2	4	13
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
3	4	3	4	14
4	4	4	4	16
4	3	4	3	14
4	4	3	3	14
5	3	3	2	13
4	4	4	4	16
4	3	4	3	14
4	3	3	3	13
4	4	3	3	14
3	4	3	3	13
3	3	3	3	12
4	3	3	3	13
3	4	3	3	13
3	4	4	3	14
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	4	2	12
3	3	2	3	11
4	3	3	3	13
5	4	5	4	18
4	3	3	2	12
3	4	3	2	12
4	5	4	3	16
5	4	5	3	17
3	4	4	3	14
4	3	3	2	12
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18

PERNYATAAN (PEOPLE) X5				TOTAL
ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	
4	4	4	3	15
3	3	3	2	11
4	3	2	2	11
3	3	2	2	10
4	4	4	3	15
4	3	4	3	14
3	4	3	2	12
4	4	4	3	15
5	5	3	2	15
4	3	3	3	13
4	4	4	2	14
4	3	2	2	11
5	3	3	3	14
4	3	3	2	12
5	4	3	3	15
4	3	3	3	13
5	3	3	3	14
4	3	2	2	11
5	4	3	2	14
4	3	2	2	11
3	3	2	2	10
3	3	3	2	11
4	3	3	2	12
4	3	3	2	12
3	3	3	3	12
3	3	2	3	11
4	3	3	2	12
3	3	3	2	11
3	2	3	2	10
4	3	3	3	13
5	5	5	4	19
3	3	3	2	11
4	3	2	2	11
5	4	2	2	13
4	4	3	3	14
4	4	3	3	14
4	3	2	2	11
5	4	4	2	15
4	4	3	3	14
4	4	3	2	13
4	4	4	4	16
5	5	4	3	17

PERNYATAAN (PHYSICAL EVIDENCE) X6				TOTAL
ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	
5	4	4	3	16
4	4	3	2	13
3	3	3	2	11
5	5	4	4	18
4	3	3	2	12
4	4	3	3	14
4	4	3	2	13
5	4	3	3	15
4	4	3	2	13
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	3	3	3	13
4	3	3	2	12
5	4	4	2	15
4	4	4	3	15
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
5	4	4	2	15
5	5	5	5	20
4	3	3	2	12
4	4	3	2	13
4	3	3	3	13
5	4	3	3	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	3	2	2	11
3	3	3	3	12
3	3	3	2	11
4	4	3	3	14
5	5	4	4	18
3	3	4	4	14
3	3	3	3	12
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	4	3	2	14
4	4	3	2	13
4	4	4	4	16

PERNYATAAN (PROCESS) X7				TOTAL
ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	
5	4	4	4	17
3	3	3	2	11
4	3	3	3	13
4	4	4	2	14
4	4	4	3	15
3	3	3	3	12
3	3	2	3	11
4	3	3	3	13
4	4	3	3	14
4	4	2	2	12
4	3	3	3	13
3	3	3	2	11
4	3	3	3	13
3	3	3	2	11
4	4	3	3	14
5	4	4	3	16
3	3	3	2	11
4	3	2	2	11
3	3	3	2	11
4	3	2	2	11
3	3	3	3	12
4	3	2	2	11
3	3	3	3	12
3	2	3	3	11
2	3	3	3	11
3	3	3	2	11
3	3	2	2	10
3	3	2	2	10
3	2	2	2	9
3	3	4	2	12
5	4	4	3	16
3	2	3	2	10
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
3	3	2	3	11
4	4	3	2	13
4	3	4	3	14
3	3	3	3	12
4	3	3	3	13
3	3	3	2	11

PERNYATAAN (MINAT) Y				TOTAL
ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	2	3	2	11
5	5	4	4	18
3	2	3	3	11
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	3	3	4	14
4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
4	4	4	2	14
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
4	3	4	3	14
4	3	3	2	12
4	3	3	3	13
5	4	4	3	16
4	4	3	3	14
4	4	3	2	13
4	4	3	3	14
5	3	3	2	13
4	3	3	2	12
4	4	3	2	13
4	3	3	3	13
4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
4	3	3	2	12
3	3	3	3	12
3	3	3	2	11
4	3	3	3	13
5	5	4	4	18
3	4	3	2	12
3	3	3	3	12
5	4	4	2	15
4	4	4	2	14
4	4	4	3	15
4	4	3	3	14
4	4	3	3	14
4	3	3	3	13

UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS Product

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	10,12	2,205	,499	,379	,670
Item2	10,74	1,954	,617	,407	,597
Item3	10,93	1,873	,624	,392	,590
Item4	11,14	2,418	,328	,183	,764

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,723	,722	4

UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS PRICE

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	10,07	2,361	,377	,153	,658
Item2	10,57	2,202	,411	,176	,639
Item3	11,02	1,682	,591	,356	,509
Item4	11,40	2,003	,464	,256	,605

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,676	,671	4

UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS PLACE

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	13,98	2,951	,488	,308	,700
Item2	14,29	3,331	,535	,318	,684
Item3	14,38	2,925	,668	,465	,629
Item4	14,55	3,278	,520	,334	,686
Item5	14,71	3,233	,351	,154	,756

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,737	,751	5

UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS PROMOTION

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	10,33	2,569	,356	,254	,729
Item2	10,48	2,451	,525	,409	,636
Item3	10,55	1,864	,662	,478	,531
Item4	10,93	2,361	,469	,270	,664

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,710	,709	4

UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS PEOPLE

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	8,93	2,653	,461	,321	,743
Item2	9,45	2,351	,651	,473	,637
Item3	9,90	2,283	,595	,451	,669
Item4	10,43	2,787	,502	,326	,721

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,753	,753	4

UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS PHYSICAL EVIDENCE

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	10,19	3,865	,560	,573	,838
Item2	10,57	3,373	,782	,702	,747
Item3	10,90	3,405	,806	,693	,740
Item4	11,33	3,203	,586	,572	,848

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,837	,848	4

UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS PROCESS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	8,74	1,710	,577	,434	,624
Item2	9,10	1,991	,590	,447	,626
Item3	9,29	1,868	,507	,279	,669
Item4	9,67	2,228	,401	,193	,723

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,725	,726	4

UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS MINAT

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	9,74	2,003	,488	,317	,656
Item2	10,17	1,654	,603	,411	,579
Item3	10,36	2,040	,644	,430	,589
Item4	10,81	2,060	,331	,143	,759

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,712	,730	4

HASIL UJI REGRESION

REGRESSION

```
/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N  
/MISSING LISTWISE  
/STATISTICS COEFF OUTS CI(90) R ANOVA COLLIN TOL ZPP  
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)  
/NOORIGIN  
/DEPENDENT Y  
/METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7  
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)  
/RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)  
/SAVE RESID.
```

Regression

Notes

Output Created		29-SEP-2016 10:54:17
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	42
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax

REGRESSION

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV
CORR SIG N

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS CI(90) R
ANOVA COLLIN TOL ZPP

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT Y

/METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4 X5
X6 X7

/SCATTERPLOT=(*SRESID
,*ZPRED)

/RESIDUALS DURBIN
HISTOGRAM(ZRESID)
NORMPROB(ZRESID)

/SAVE RESID.

Resources

Processor Time

00:00:00,58

Elapsed Time

00:00:00,61

Memory Required

3540 bytes

Additional Memory Required
for Residual Plots

864 bytes

Variables Created or
Modified

RES_1

Unstandardized Residual

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	13,69	1,774	42
X1	14,31	1,854	42
X2	14,36	1,819	42
X3	17,98	2,147	42
X4	14,10	1,936	42
X5	12,90	2,034	42
X6	14,33	2,416	42
X7	12,26	1,781	42

Correlations

		Y	X1	X2	X3	X4	X5
Pearson Correlation	Y	1,000	,653	,572	,536	,812	-,056
	X1	,653	1,000	,755	,841	,712	,150
	X2	,572	,755	1,000	,764	,821	,168
	X3	,536	,841	,764	1,000	,752	,201
	X4	,812	,712	,821	,752	1,000	,114
	X5	-,056	,150	,168	,201	,114	1,000
	X6	,452	,379	,400	,368	,410	,374
	X7	,242	,248	,287	,410	,247	,566
Sig. (1-tailed)	Y	.	,000	,000	,000	,000	,363
	X1	,000	.	,000	,000	,000	,171
	X2	,000	,000	.	,000	,000	,144
	X3	,000	,000	,000	.	,000	,101
	X4	,000	,000	,000	,000	.	,236

	X5	,363	,171	,144	,101	,236	.
	X6	,001	,007	,004	,008	,003	,007
	X7	,061	,057	,033	,004	,057	,000
N	Y	42	42	42	42	42	42
	X1	42	42	42	42	42	42
	X2	42	42	42	42	42	42
	X3	42	42	42	42	42	42
	X4	42	42	42	42	42	42
	X5	42	42	42	42	42	42
	X6	42	42	42	42	42	42
	X7	42	42	42	42	42	42

Correlations

		X6	X7
Pearson Correlation	Y	,452	,242
	X1	,379	,248
	X2	,400	,287
	X3	,368	,410
	X4	,410	,247
	X5	,374	,566
	X6	1,000	,404
	X7	,404	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	,001	,061
	X1	,007	,057
	X2	,004	,033
	X3	,008	,004

	X4	,003	,057
	X5	,007	,000
	X6	.	,004
	X7	,004	.
N	Y	42	42
	X1	42	42
	X2	42	42
	X3	42	42
	X4	42	42
	X5	42	42
	X6	42	42
	X7	42	42

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X7, X4, X6, X5, X1, X2, X3 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

HASIL UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,927 ^a	,860	,831	,730	1,484

a. Predictors: (Constant), X7, X4, X6, X5, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

HASIL UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110,865	7	15,838	29,732	,000 ^b
	Residual	18,111	34	,533		
	Total	128,976	41			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X7, X4, X6, X5, X1, X2, X3

HASIL UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,239	1,158		3,661	,001
	X1	,575	,124	,601	4,642	,000
	X2	-,382	,123	-,392	-3,098	,004
	X3	-,455	,118	-,551	-3,857	,000
	X4	,931	,112	1,016	8,304	,000
	X5	-,271	,070	-,311	-3,884	,000
	X6	,122	,057	,166	2,131	,040
	X7	,288	,087	,289	3,301	,002

Coefficients^a

Model		90,0% Confidence Interval for B		Correlations		
		Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	2,281	6,197			
	X1	,366	,784	,653	,623	,298
	X2	-,591	-,174	,572	-,469	-,199
	X3	-,655	-,256	,536	-,552	-,248
	X4	,741	1,120	,812	,818	,534
	X5	-,389	-,153	-,056	-,554	-,250
	X6	,025	,218	,452	,343	,137
	X7	,140	,436	,242	,493	,212

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,246	4,059
	X2	,258	3,880
	X3	,202	4,939
	X4	,276	3,623
	X5	,644	1,554
	X6	,682	1,466
	X7	,537	1,861

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	7,925	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,031	16,028	,00	,01	,01	,01
	3	,017	21,868	,02	,00	,00	,00
	4	,009	29,141	,06	,00	,00	,01
	5	,008	31,432	,91	,01	,01	,00
	6	,005	38,030	,01	,31	,07	,06
	7	,003	52,388	,00	,00	,88	,06
	8	,002	64,662	,00	,67	,02	,87

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Variance Proportions			
		X4	X5	X6	X7
1	1	,00	,00	,00	,00
	2	,02	,19	,02	,06
	3	,00	,05	,92	,03
	4	,00	,47	,00	,73
	5	,02	,27	,01	,00
	6	,32	,00	,02	,01
	7	,51	,01	,00	,01
	8	,12	,01	,03	,17

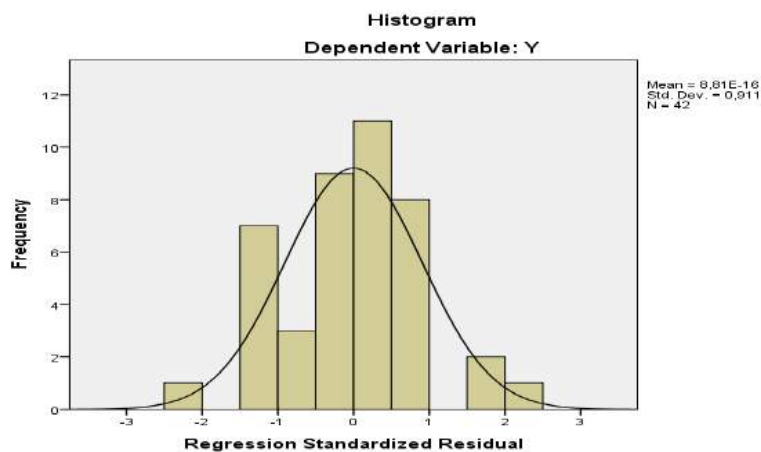
a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

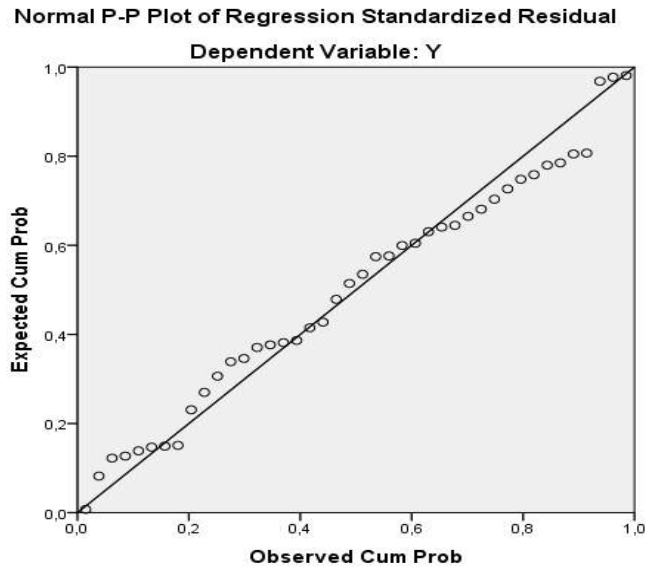
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	11,29	18,22	13,69	1,644	42
Std. Predicted Value	-1,460	2,755	,000	1,000	42
Standard Error of Predicted Value	,186	,563	,307	,087	42
Adjusted Predicted Value	11,19	18,32	13,73	1,649	42
Residual	-1,786	1,514	,000	,665	42
Std. Residual	-2,446	2,074	,000	,911	42
Stud. Residual	-2,604	2,180	-,020	1,004	42
Deleted Residual	-2,024	1,673	-,036	,825	42
Stud. Deleted Residual	-2,868	2,316	-,021	1,041	42
Mahal. Distance	1,673	23,458	6,833	4,670	42
Cook's Distance	,000	,487	,033	,077	42
Centered Leverage Value	,041	,572	,167	,114	42

a. Dependent Variable: Y

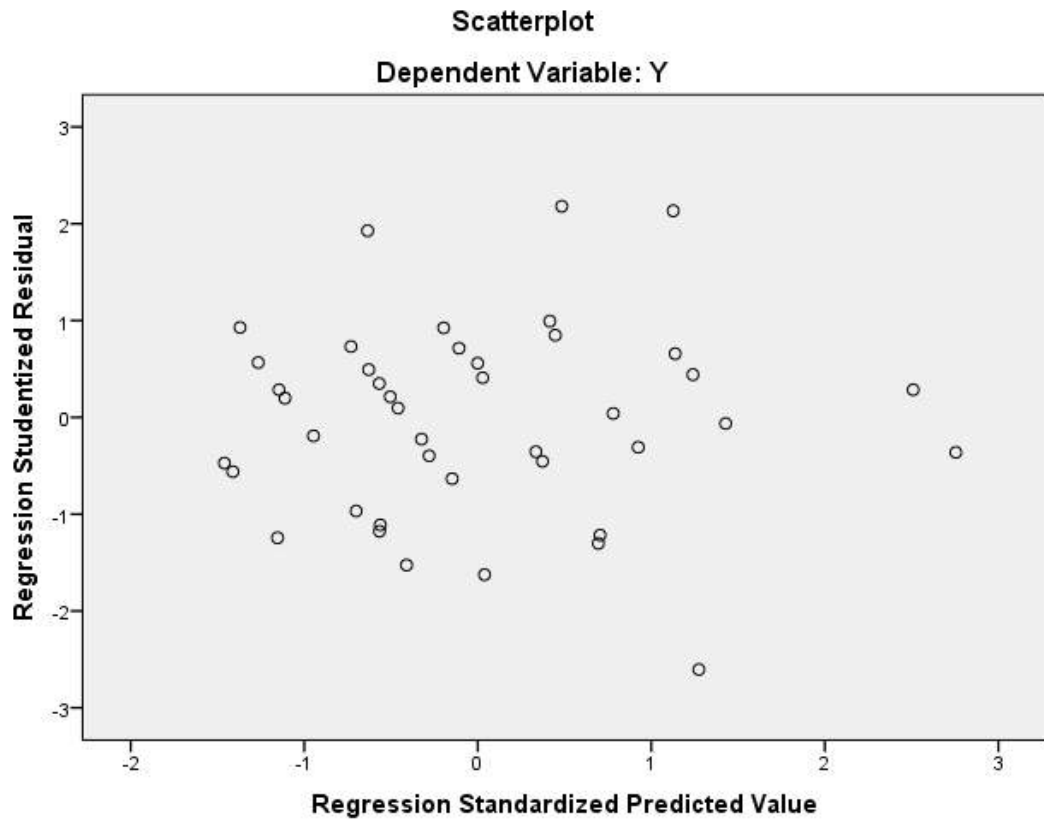
Kurva histogram



KURVA UJI NORMALITAS



HETEROKEDASTISITAS



Tabel r

df = (N-2)	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Satu Arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Dua Arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
df = (N-2)	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Satu Arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Dua Arah				

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

Tabel t

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

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

Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	39.86	49.50	53.59	55.83	57.24	58.20	58.91	59.44	59.86	60.19	60.47	60.71	60.90	61.07	61.22
2	8.53	9.00	9.16	9.24	9.29	9.33	9.35	9.37	9.38	9.39	9.40	9.41	9.41	9.42	9.42
3	5.54	5.46	5.39	5.34	5.31	5.28	5.27	5.25	5.24	5.23	5.22	5.22	5.21	5.20	5.20
4	4.54	4.32	4.19	4.11	4.05	4.01	3.98	3.95	3.94	3.92	3.91	3.90	3.89	3.88	3.87
5	4.06	3.78	3.62	3.52	3.45	3.40	3.37	3.34	3.32	3.30	3.28	3.27	3.26	3.25	3.24
6	3.78	3.46	3.29	3.18	3.11	3.05	3.01	2.98	2.96	2.94	2.92	2.90	2.89	2.88	2.87
7	3.59	3.26	3.07	2.96	2.88	2.83	2.78	2.75	2.72	2.70	2.68	2.67	2.65	2.64	2.63
8	3.46	3.11	2.92	2.81	2.73	2.67	2.62	2.59	2.56	2.54	2.52	2.50	2.49	2.48	2.46
9	3.36	3.01	2.81	2.69	2.61	2.55	2.51	2.47	2.44	2.42	2.40	2.38	2.36	2.35	2.34
10	3.29	2.92	2.73	2.61	2.52	2.46	2.41	2.38	2.35	2.32	2.30	2.28	2.27	2.26	2.24
11	3.23	2.86	2.66	2.54	2.45	2.39	2.34	2.30	2.27	2.25	2.23	2.21	2.19	2.18	2.17
12	3.18	2.81	2.61	2.48	2.39	2.33	2.28	2.24	2.21	2.19	2.17	2.15	2.13	2.12	2.10
13	3.14	2.76	2.56	2.43	2.35	2.28	2.23	2.20	2.16	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.05
14	3.10	2.73	2.52	2.39	2.31	2.24	2.19	2.15	2.12	2.10	2.07	2.05	2.04	2.02	2.01
15	3.07	2.70	2.49	2.36	2.27	2.21	2.16	2.12	2.09	2.06	2.04	2.02	2.00	1.99	1.97
16	3.05	2.67	2.46	2.33	2.24	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.01	1.99	1.97	1.95	1.94
17	3.03	2.64	2.44	2.31	2.22	2.15	2.10	2.06	2.03	2.00	1.98	1.96	1.94	1.93	1.91
18	3.01	2.62	2.42	2.29	2.20	2.13	2.08	2.04	2.00	1.98	1.95	1.93	1.92	1.90	1.89
19	2.99	2.61	2.40	2.27	2.18	2.11	2.06	2.02	1.98	1.96	1.93	1.91	1.89	1.88	1.86
20	2.97	2.59	2.38	2.25	2.16	2.09	2.04	2.00	1.96	1.94	1.91	1.89	1.87	1.86	1.84
21	2.96	2.57	2.36	2.23	2.14	2.08	2.02	1.98	1.95	1.92	1.90	1.87	1.86	1.84	1.83
22	2.95	2.56	2.35	2.22	2.13	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.86	1.84	1.83	1.81
23	2.94	2.55	2.34	2.21	2.11	2.05	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87	1.84	1.83	1.81	1.80
24	2.93	2.54	2.33	2.19	2.10	2.04	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83	1.81	1.80	1.78
25	2.92	2.53	2.32	2.18	2.09	2.02	1.97	1.93	1.89	1.87	1.84	1.82	1.80	1.79	1.77
26	2.91	2.52	2.31	2.17	2.08	2.01	1.96	1.92	1.88	1.86	1.83	1.81	1.79	1.77	1.76
27	2.90	2.51	2.30	2.17	2.07	2.00	1.95	1.91	1.87	1.85	1.82	1.80	1.78	1.76	1.75
28	2.89	2.50	2.29	2.16	2.06	2.00	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.74
29	2.89	2.50	2.28	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78	1.76	1.75	1.73
30	2.88	2.49	2.28	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77	1.75	1.74	1.72
31	2.87	2.48	2.27	2.14	2.04	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71
32	2.87	2.48	2.26	2.13	2.04	1.97	1.91	1.87	1.83	1.81	1.78	1.76	1.74	1.72	1.71
33	2.86	2.47	2.26	2.12	2.03	1.96	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75	1.73	1.72	1.70
34	2.86	2.47	2.25	2.12	2.02	1.96	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71	1.69
35	2.85	2.46	2.25	2.11	2.02	1.95	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74	1.72	1.70	1.69
36	2.85	2.46	2.24	2.11	2.01	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73	1.71	1.70	1.68
37	2.85	2.45	2.24	2.10	2.01	1.94	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.68
38	2.84	2.45	2.23	2.10	2.01	1.94	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72	1.70	1.69	1.67
39	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.67
40	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.87	1.83	1.79	1.76	1.74	1.71	1.70	1.68	1.66

41	2.83	2.44	2.22	2.09	1.99	1.92	1.87	1.82	1.79	1.76	1.73	1.71	1.69	1.67	1.66
42	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65
43	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.67	1.65
44	2.82	2.43	2.21	2.08	1.98	1.91	1.86	1.81	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65
45	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.66	1.64

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.71	1.68	1.66	1.65	1.63
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.63
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.62
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.63	1.62
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.62
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.69	1.66	1.64	1.63	1.61
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.62	1.60
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.61	1.60
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.60
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
68	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.73	1.69	1.67	1.64	1.62	1.61	1.59
69	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.72	1.69	1.67	1.64	1.62	1.60	1.59
70	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
71	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
72	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
73	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
74	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
75	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58
76	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.72	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
77	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
78	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
79	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
80	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
81	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
82	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
83	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
84	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.74	1.71	1.68	1.65	1.63	1.60	1.59	1.57
85	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.59	1.57
86	2.76	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
87	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
88	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57

89	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.57
90	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56