



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMENGARUHI MINAT NASABAH
NON MUSLIM MENGGUNAKAN
BANK SYARIAH DI KOTA BINJAI**

SKRIPSI

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

Oleh

HANNA FADILLAH
NIM 18 401 00058

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2022**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMENGARUHI MINAT NASABAH
NON MUSLIM MENGGUNAKAN
BANK SYARIAH DI KOTA BINJAI**

SKRIPSI

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

Oleh

**HANNA FADILLAH
NIM 18 401 00058**

PEMBIMBING I

**Azwar Hamid, M.A.
NIP. 198603112015031005**

PEMBIMBING II

**Indah Permatasari Siregar, M.Si.
NIP. 199305242020122005**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2022**

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **Hanna Fadillah**
NIM : **18 401 00058**
Fakultas/Prodi : **Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **Analisi Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menggunakan Bank Syariah Di Kota Binjai**

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, Desember 2022

Saya yang Menyatakan,



HANNA FADILLAH
NIM. 18 401 00058

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **Hanna Fadillah**
NIM : **18 401 00058**
Program Studi : **Perbankan Syariah**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**
Jenis Karya : **Skripsi**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Analisi Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menggunakan Bank Syariah Di Kota Binjai”**.

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Padangsidempuan
Pada tanggal: Desember 2022

atakan,



Hanna Fadillah
NIM. 18 401 00078




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5SihitangPadangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Hanna Fadillah
NIM : 18 401 00058
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
JudulSkripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menggunakan Bank Syariah Di Kota Binjai

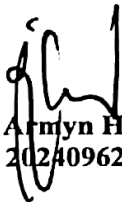
Ketua,


Sekretaris,


Dr. H. Armyn Hasibuan, M.Ag.
NIDN. 2024096201



Irdi Aini, M.E
NIDN. 2025128903

Anggota


Dr. H. Armyn Hasibuan, M.Ag.
NIDN. 2024096201


Irdi Aini, M.E
NIDN. 2025128903


Ja'far Nasution, M.E.I.
NIDN. 2004088205


Aliman Syahuri Zein
NIDN. 2028048201

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis, 13 Desember 2022
Pukul : 08.30 WIB s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus / 67,00 (C)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.67
Predikat : Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp. (0634)22080Fax. (0634)24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH NON MUSLIM MENGGUNAKAN BANK SYARIAH DI
KOTA BINJAI**

NAMA : HANNA FADILAH
NIM : 18 401 0058
Tgl Yudisium : 28 Januari 2023
IPK : 3,67
Predikat : PUJIAN

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 1 Februari 2023

Dekan,


Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP: 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : HANNA FADILLAH
NIM : 1840100058
Prodi : PERBANKAN SYARIAH
Judul : Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai

Salah satu faktor yang memengaruhi nasabah Non Muslim Kota Binjai menjadi nasabah pada disebabkan oleh faktor produk, lokasi dan keuntungan administratif. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh produk, lokasi dan keuntungan administratif secara parsial dan simultan terhadap minat nasabah. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui terdapat pengaruh produk, lokasi dan keuntungan administratif secara parsial dan simultan terhadap minat nasabah. Kegunaan penelitian ini adalah bagi UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bank Syariah, masyarakat dan peneliti selanjutnya.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan teori-teori yang digunakan antara lain: teori minat, produk, lokasi, keuntungan administratif, dan bank syariah. Perspektif dalam Islam dan hubungan antara minat nasabah terhadap produk, lokasi serta keuntungan administratif.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, angket, dan dokumentasi. Jumlah sampel penelitian sebanyak 69 responden dengan rumus sampel tidak diketahui. Teknik analisis data menggunakan *statistic* yaitu SPSS versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel produk berpengaruh positif terhadap minat nasabah dengan Thitung (6,880) > Ttabel (1,668). Variabel lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap minat nasabah dengan (0,715) > Ttabel (1,668), dan variabel keuntungan administratif berpengaruh positif terhadap minat nasabah dengan nilai Thitung (4,335) > Ttabel (1,668). Sementara variabel produk, lokasi dan keuntungan administratif secara bersama-sama (simultan) terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai dengan nilai Fhitung (23,360) > Ftabel (2,75).

Kata kunci : Minat Nasabah, Produk, Lokasi, dan Administratif

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul penelitian “**Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah Di Kota Binjai (Studi Kasus Nasabah Non Muslim)**”. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

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

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan dan Ibu Dra. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, serta seluruh Civitas Akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
4. Ibu Hamni Fadillah Nasution, M.Pd. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak membantu dan mempermudah dalam urusan surat-menyurat bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Azwar Hamid, M.A. selaku Pembimbing I dan Ibu Indah Permatasari Siregar, M.Si. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak serta Ibu Dosen UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
8. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Bambang Kusuma dan Ibunda tercinta Suryani, yang tanpa pamrih memberikan cinta dan kasih sayang, dukungan moril dan materil, kesabaran, keikhlasan, perhatian serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang. Semoga Allah SWT senantiasa membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya. Tidak lupa kepada ketiga saudara saya kakanda Novita Maya Sari, Abangda Muhammad Zulfadlan Husaini serta adik kesayangan saya Muhammad Ridho Syahbani yang telah memberikan dukungan demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai perkuliahan akhir di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
9. Terima kasih untuk saudara Ryan Ardiansyah Lubis yang telah memberikan dukungan dan doa demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih untuk para sahabat-sahabat peneliti Shella Fransiska Mahwalda, Erina Dewi, Sheyla Hairati, Wita Lestari, Nurkholila Harahap, Indah Hofifah Harahap, Desi Ramadani Nasution, Fitri Handayani, Alifia Dinanti Ginting, Nadya Rizki Utami Lubis. dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu Peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

11. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2018 khususnya Program Studi Perbankan Syariah (Perbankan Syariah-2) dan rekan-rekan Asrama Putri IAIN Padangsidempuan khususnya Asrama F2 yang telah berjuang bersama-sama untuk meraih gelar S.E (Sarjana Ekonomi), semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

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

Padangsidempuan, Oktober 2022

Peneliti

HANNA FADILLAH
NIM. 18 401 00058

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Fia	Fi	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
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

B. Vokal

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

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

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

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

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

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ى	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	I dan garis di bawah
.....و	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

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

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

D. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam 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 diberitanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

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

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

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

F. Hamzah

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

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

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

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

I. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Defenisi Operasional Variabel	7
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian.....	9
G. Kegunaan Penelitian.....	10
H. Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori	13
1. Minat.....	13
a. Pengertian Minat.....	14
b. Indikator Minat	14
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat	14
d. Membeli dalam Perspektif Islam.....	15
2. Produk.....	16
a. Pengertian Produk.....	16
b. Hubungan Produk dengan Minat	18
3. Lokasi	18
a. Pengertian Lokasi	18
b. Tujuan Lokasi	20
c. Hubungan Lokasi dengan Minat Membeli Konsumen.....	21
4. Keuntungan Administratif	22
a. Pengertian Keuntungan Administratif	22
b. Hubungan Keuntungan Administratif	22
5. Bank Syariah.....	24
a. Pengertian Bank Syariah	24

b. Persamaan dan Perbedaan Bank Syariah dengan Konvensional	25
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Pikir.....	36
D. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
B. Jenis Penelitian.....	39
C. Populasi dan Sampel	40
1. Populasi	40
2. Sampel.....	40
D. Sumber Data Penelitian.....	41
E. Instrumen Pengumpulan Data	42
1. Wawancara	42
2. Angket	43
3. Dokumentasi	45
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas	46
G. Analisis Data	46
1. Asumsi Klasik	46
a. Uji Normalitas	47
b. Uji Multikolonieritas	47
c. Uji Linieritas.....	47
d. Uji Heterokedastisitas	48
e. Uji Autokolerasi	48
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3. Uji Hipotesis.....	49
a. Uji Kuefisien Determinasi R^2	49
b. Uji Parsial.....	50
c. Uji Simultan.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Kecamatan Kota Binjai	51
B. Hasil Analisi Data	53
1. Hasil Uji Validitas.....	53
2. Hasil Uji Reabilitas	56
3. Uji Asumsi Klasik	58
a. Hasil Uji Normalitas	58
b. Hasil Uji Multikolonieritas	58
c. Hasil Uji Heterokedastisitas	59
d. Hasil Uji Linieritas	60
e. Hasil Uji Autokolerasi.....	62

4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	63
5. Uji Hipotesis	64
a. Hasil Uji R^2	64
b. Hasil Uji Parsial	65
c. Hasil Uji Simultan.....	66
C. Pembahasan Hasil Penelitian	67
D. Keterbatasan Penelitian.....	72
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Tabel I.1 Data Agama yang Dianut di Kota Binjai	3
Tabel I.2 Data Nasabah Muslim dan Non Muslim.....	4
Tabel I.3 Definisi Operasional Variabel.....	8
Tabel II.1 Perbedaan Prinsip Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	27
Tabel II.2 Penelitian Terdahulu	28
Tabel III.1 Skala Likert.....	43
Tabel III.2 Kisi-Kisi Minat Nasabah (Y)	43
Tabel III.3 Kisi-Kisi Produk (X ₁)	44
Tabel III.4 Kisi-Kisi Lokasi (X ₂)	44
Tabel III.5 Kisi-Kisi Keuntungan Administratif (X ₃)	45
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Minat Nasabah.....	53
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Produk	54
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Lokasi	54
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Keuntungan Administratif	55
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas Minat Nasabah.....	56
Tabel IV.6 Hasil Uji Reliabilitas Produk	56
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas Lokasi	57
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas Keuntungan Administratif	57
Tabel IV.9 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel IV.11 Hasil Uji Heteroskedasitas	59
Tabel IV.12 Hasil Uji Linearitas Produk.....	60
Tabel IV.13 Hasil Uji Linearitas Lokasi	61
Tabel IV.14 Uji Linearitas Keuntungan Adminitratif	62
Tabel IV.15 Hasil Uji Autokolerasi	62
Tabel IV.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel IV.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	64
Tabel IV.18 Hasil Uji Uji Signifikan Parsial (Uji t)	65
Tabel IV.19 Hasil Uji Simultan (Uji F)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Pikir	37
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup Peneliti
- Lampiran 2 : Surat Validasi Angket
- Lampiran 3 : Lembar Kuesioner
- Lampiran 4 : Daftar Pernyataan Angket
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Heterokedastisitas
- Lampiran 8 : Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 10 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 11 : Hasil Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan salah satu lembaga yang amanah bagi masyarakat. Kegiatan bank pada umumnya, menghimpun dana masyarakat dalam bentuk giro, tabungan, simpanan, deposito dan menyalurkan dana masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Pada umumnya kegiatan utama bank sebagai lembaga keuangan yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dan kegiatan pendukungnya yaitu memberikan pelayanan jasa kepada nasabahnya. Pelayanan jasa yang diberikan berupa jasa pengiriman uang (transfer), pemindahbukuan, penagihan surat-surat berharga, dan jasa pelayanan lainnya.¹

Terdapat dua jenis bank berdasarkan prinsipnya yaitu Bank Konvensional dan Bank Syariah. Bank Konvensional merupakan bank yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dengan menerapkan sistem bunga dalam setiap kegiatan transaksi bank tersebut. Sementara Bank Syariah merupakan bank yang menghimpun dan menyalurkan dana dan memberikan pelayanan jasa berdasarkan prinsip sosial yang berlandaskan pada Al-qur'an dan hadits. Kedua jenis bank berdasarkan kinerja atau operasionalnya hampir serupa hanya saja prinsip kedua bank tersebut berbeda.

Perkembangan Perbankan Syariah memberikan pengaruh yang luas terhadap upaya perbaikan ekonomi umat, baik muslim maupun non muslim. Krisis perbankan yang terjadi sejak tahun 1997 telah membuktikan bahwa

¹Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2018), hal. 6.

bank yang beroperasi prinsip syariah dapat bertahan ditengah gejolak nilai tukar dan tingkat suku bunga yang tinggi. Kesadaran ini didukung oleh karakteristik kegiatan usaha Bank Syariah yang melarang bunga konvensional, dan pemberlakuan nisbah bagi hasil sebagai pengganti serta melarang transaksi keuangan yang bersifat spekulatif (*Al-Gharar*).²

Sistem Perbankan Syariah memiliki kesamaan dengan sistem Perbankan Konvensional dalam hal mencari keuntungan serta pelayanan terhadap masyarakat bisnis keuangan. Namun keduanya tetap memiliki perbedaan dalam hal sistem balas jasa yang diberikan kepada para nasabah. Prinsip balas jasa dari kedua sistem perbankan ini bersaing bebas dalam pasar uang yang mana jutaan nasabah diperebutkan dengan berbagai strategi bisnis Perbankan Syariah yang tidak hanya dilakukan oleh bank-bank murni berbasis syariah, tetapi hampir seluruh Bank Konvensional juga membuka bisnis Perbankan Syariah. Hal ini menarik minat nasabah non muslim untuk menggunakan jasa bank syariah, dilihat dari banyak nya nasabah non muslim setiap daerah yang menggunakan bank syariah.

Perkembangan dunia usaha dalam berbagai jenis industri, seakan tidak pernah berhenti seiring dengan perubahan zaman. Perkembangan industri perbankan yang tidak jauh berbeda tingkat perkembangannya dengan industri-industri yang lain. Munculnya Perbankan Syariah di Indonesia dengan beroperasinya Bank Indonesia pada tahun 1992 yang mempunyai bentuk operasionalisasi jauh berbeda dengan Perbankan Konvensional diharapkan

²*Ibid.*, hal. 11.

akan memenuhi kebutuhan yang sangat *urgent* bagi umat Islam di Indonesia dalam menggunakan jasa perbankan secara syariah.³

Perbankan Syariah yang telah terbukti lebih adil dan menguntungkan kini semakin berkembang serta memperoleh kepercayaan dari masyarakat luas, dalam hal ini tidak hanya masyarakat Muslim saja tetapi juga masyarakat non muslim yang mempercayakan aktivitas perekonomian masyarakat tersebut kepada pihak Bank Syariah. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan masyarakat Kota Binjai terdapat banyak nasabah Non Muslim berminat menjadi nasabah Bank Syariah. Kehidupan sosial masyarakat di Kota Binjai memiliki aneka ragam jenis agama. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan melalui data penduduk masyarakat di Kota Binjai sebagai berikut :

Tabel I.1
Data Penduduk Menurut Agama yang Dianut
di Kota Binjai Tahun 2021

No	Agama	Jumlah
1	Islam	240.829 orang
2	Protestan	5.873 orang
3	Katolik	4.251 orang
4	Hindu	630 orang
5	Budha	14.248 orang
6	Khonghucu	380 orang
Jumlah		266.211 orang

Sumber: binjaikota.bps.go.id.⁴

Berdasarkan tabel I.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa Kota Binjai memiliki aneka ragam jenis agama. Pada agama yang dianut di Kota Binjai memiliki jumlah yang berbeda. Agama Islam terdapat 240.829 orang yang

³Zainul Arifin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alfabet, 2012), hal. 34.

⁴binjaikota.bps.go.id, Diakses 4 Maret 2022. Pukul 19.00.

menganut agama tersebut. Agama Protestan berjumlah 5.873 orang, agama Katolik berjumlah 4.251 orang, agama Hindu berjumlah 630 orang, agama Budha berjumlah 14.248 orang, dan agama Khonghucu berjumlah 380 orang. Sehingga jumlah keseluruhan agama di Kota Binjai yaitu 266.211 orang. Kota Binjai memiliki lima Kecamatan meliputi Kecamatan Binjai Selatan, Binjai Kota, Binjai Timur, Binjai Utara, dan Binjai Barat.

Data penduduk berdasarkan agama yang dianut pada Kota Binjai. Selain itu, terdapat banyak jumlah nasabah Bank Syariah yang mempunyai nasabah Non Muslim. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan data yang diperoleh melalui Bank Syariah Indonesia Kota Binjai sebagai berikut:

Tabel I.2
Data Jumlah Nasabah Muslim dan Non Muslim
pada Tahun 2021 di Bank Syariah Indonesia Kota Binjai

Tahun	Jumlah Nasabah	Muslim	Non Muslim
2021	4.867 orang	2.563 orang	2.304 orang

Sumber : Hasil Wawancara Bank Syariah Indonesia (BSI) Binjai Kota

Pada tabel I.2 tersebut, jumlah nasabah yang bergabung pada tahun 2021 di Bank Syariah Indonesia Kota Binjai mencapai 4.867 nasabah. Jumlah nasabah Muslim yaitu berjumlah 2.563 nasabah sementara jumlah nasabah non Muslim 2.304 nasabah. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah Non Muslim hampir mencapai jumlah nasabah Muslim.

Salah satu faktor yang memengaruhi masyarakat Kota Binjai berminat menjadi nasabah di Bank Syariah salah satunya disebabkan oleh faktor produk, lokasi dan keuntungan administrasi. Produk perbankan menjadi instrumen yang dibeli dan dijual oleh Bank Syariah. Produk yang ditawarkan

terdiri berbagai jenis produk yang disesuaikan dengan keinginan nasabah. Salah satu produk yang paling diminati oleh nasabah non muslim yaitu pembiayaan. Bunga juga memberikan keuntungan kepada pemilik dana atau investor. Namun keuntungan yang diperoleh pemilik dana atas bunga tentunya berbeda dengan keuntungan yang diperoleh dari bagi hasil. Keuntungan yang berasal dari bunga sifatnya tetap tanpa memperhatikan hasil usaha pihak yang dibiayai, sebaliknya keuntungan yang berasal dari bagi hasil akan berubah mengikuti hasil usaha pihak yang mendapatkan dana. Dengan sistem bagi hasil, kedua pihak antara pihak investor dan pihak penerima dana akan menikmati keuntungan dengan pembagian yang adil.

Selain itu, lokasi yang strategi atau tepat sasaran dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. Lokasi Bank Syariah tersebut strategis yang mana berada pada pusat perbelanjaan sehingga mempermudah bagi nasabah yang ingin bertransaksi dan memenuhi kebutuhan nasabah. Para nasabah juga memilih jasa Perbankan Syariah beranggapan biaya administrasi ataupun biaya layanan relatif lebih rendah dibandingkan dengan Bank Konvensional. Misalnya biaya administrasi pada tabungan wadiah versi kartu atau *Card Gold* hanya dikenai sebesar Rp 2000 per bulan dibandingkan dengan bank konvensional dikenai sebesar Rp. 10.000 keatas.⁵ Minat masyarakat Non Muslim dalam bertransaksi di Bank Syariah dapat diketahui dari hasil wawancara dengan salah satu nasabah non Muslim atas nama Ibu Meri. Ibu Meri merasa bahwa bergabung dalam Bank Syariah mempermudah

⁵Hasil wawancara dengan Teti, Nasabah, 03 Maret 2022 pukul 15:20 WIB.

belia ketika bertransaksi. Selain pelayanan yang baik diberikan, biaya-biaya yang dikenakan tidak memberatkan para nasabah.⁶

Bank Syariah telah menarik perhatian nasabah Non Muslim dengan berbagai produk dan jasa yang ditawarkan. Produk dan jasa pada Bank Syariah yang dikenakan tidak begitu membebani oleh nasabah. Hal tersebut tentu saja menjadi point penting bagi pihak Bank Syariah lebih mengutamakan kenyamanan para nasabah ketika bertransaksi. Nasabah Muslim dan nasabah Non Muslim mencapai jumlah yang hampir seimbang. Hal tersebut dapat dibuktikan oleh hasil data perkembangan nasabah yang bergabung di Bank Syariah Indonesia Kota Binjai pada tahun 2021 yang mana jumlah nasabah muslim mencapai 2.563 orang sementara jumlah nasabah Non Muslim mencapai 2.304 orang.

Nasabah Muslim dan Non Muslim yang berminat di Bank Syariah tentu terdapat faktor yang memengaruhi diantaranya: produk-produk bank yang ditawarkan, lokasi bank, dan keuntungan administrasi yang dikenakan pada Bank Syariah tersebut. Oleh sebab itu, berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sehingga peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai.**

⁶Hasil Wawancara dengan Meri, Nasabah, pada Tanggal 03 Maret pukul 10:43 WIIB.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, dapat diidentifikasi permasalahan pada “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai”, yaitu:

1. Terdapat banyak masyarakat Non Muslim Kota Binjai berminat menjadi nasabah di Bank Syariah.
2. Faktor produk dan lokasi sebagai daya tarik nasabah Non Muslim Kota Binjai menjadi nasabah di Bank Syariah.
3. Keuntungan dalam bertransaksi dan biaya administrasi yang masih terjangkau menjadi daya tarik masyarakat Non Muslim Kota Binjai.
4. Terdapat data jumlah nasabah Non Muslim mencapai nasabah Muslim.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai”, dibatasi hanya tiga variabel meliputi: lokasi, produk, dan keuntungan administratif. Selain itu, batasan masalah pada penelitian ini juga dilakukan hanya kepada masyarakat Non Muslim Kecamatan Kota Binjai.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dilakukan untuk memudahkan pengukuran dan penilaian terhadap variabel-variabel yang akan dikaji pada “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai”. Definisi operasional variabel pada penelitian sebagai berikut :

Tabel I.3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Minat Masyarakat (Y)	Minat adalah suatu rasa suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang memengaruhinya. ⁷	a. Minat transaksional b. Minat referensial c. Minat eksploratif	Ordinal
2	Produk (X ₁)	Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. ⁸	a. Produk penghimpunan dana b. Produk penyaluran dana c. Produk jasa	Ordinal
3	Lokasi (X ₂)	Tempat dimana diperjualbelikannya atau penawaran suatu produk. ⁹	a. Visibilitas b. Nyaman c. Strategis	Ordinal
4	Keuntungan Administratif (X ₃)	Keuntungan administratif merupakan biaya yang dibebankan kepada nasabah setiap bulannya. ¹⁰	a. Lebih terjangkau b. Biaya pelayanan c. Biaya transfer	Ordinal

⁷Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 58.

⁸A. Fitria Arliana Mallawa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus BRI Syariah dan BNI Syariah Mikro Kota Palopo)", (*Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, Vol. 2 No. 3 Juli 2021), hal. 20

⁹Wahyunita S, Dkk., *Pengantar Bisnis (Konsep E-Marketing)*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), hal. 8.

¹⁰Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 19-20.

E. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh produk secara parsial terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Binjai?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi secara parsial terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Binjai?
3. Apakah terdapat pengaruh keuntungan administratif secara parsial terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Binjai?
4. Apakah terdapat pengaruh lokasi, produk, dan keuntungan administratif secara simultan terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Binjai?

F. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui terdapat pengaruh produk secara parsial terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Binjai.
2. Untuk mengetahui terdapat pengaruh lokasi secara parsial terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Binjai.
3. Untuk mengetahui terdapat pengaruh keuntungan administratif secara parsial terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Binjai.

4. Untuk mengetahui terdapat pengaruh produk, lokasi, dan keuntungan administratif secara simultan terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Binjai.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian dilakukan secara objektif yang mana akan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti di bidang Perbankan Syariah khususnya mengenai “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai. Serta penelitian ini dilakukan sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidimpuan.

2. Bagi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidimpuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah *literature* di perpustakaan UIN SYAHADA Padangsidimpuan serta dapat disajikan bahan bacaan atau *literature* penelitian-penelitian selanjutnya bilamana perlu.

3. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Hasil ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan pada lembaga keuangan syariah di Kota

Binjai dalam menerapkan “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai”.

4. Bagi Masyarakat

Manfaat penelitian bagi masyarakat yakni dapat menguji suatu teori masyarakat yang ada sebelumnya dan dapat pula memecahkan suatu permasalahan yang ada di masyarakat dan dapat memberikan solusi atas permasalahan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dilakukan untuk memperjelas susunan penulisan dan mempermudah pembaca dalam memahami penelitian. Adapun sistematika penulisan pada penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai”, yaitu:

Bab I pendahuluan, meliputi pembahasan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II landasan teori, meliputi kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis. Secara umum, seluruh sub pembahasan yang terdapat pada landasan teori mengkaji tentang penjelasan-penjelasan secara teori mengenai setiap variabel penelitian. Kemudian teori-teori yang berkaitan dengan penelitian tersebut yang mana akan dibandingkan dengan

pengaplikasiannya. Sementara itu, hipotesis merupakan jawaban sementara mengenai penelitian yang dikaji.

Bab III metode penelitian, yakni pembahasan mengenai lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrumen pengumpulan data, dan analisis data.

Bab IV hasil penelitian dan pembahasan, yakni menguraikan hasil yang diperoleh melalui pengelolaan data-data yang disusun. Hasil penelitian dan pembahasan berkaitan dengan hasil yang diperkirakan.

Bab V Penutup, yakni menguraikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang diperoleh.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu kesukaan, keinginan, ataupun kecenderungan hati kepada semua.¹ Minat merupakan kecenderungan untuk memperhatikan orang lain dan bertindak terhadap situasi, aktivitas, dan orang yang menjadi objek minat tersebut disertai dengan perasaan senang.² Menurut Andi Mappiare, minat merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari perasaan, keyakinan, prasangka, harapan, ketakutan, dan kecenderungan lain yang mengarahkan individu pada suatu pilihan tertentu. Menurut Penitasari, minat merupakan suatu perilaku kecenderungan merasa tertarik atau terdorong untuk melakukan suatu aktivitas untuk mendapatkan dan memiliki barang dan jasa. Sementara menurut Barry dan Evans, minat merupakan suatu perilaku manusia yang tumbuh melalui tahapan rangsangan, kesadaran, dan pencarian informasi mengenai produk yang ingin dibeli. Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa minat adalah respon terhadap objek yang

¹KBBI, Edisi V, dipublikasikan 28 Oktober 2016.

²Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 58.

menunjukkan keinginan seseorang untuk membeli yang muncul secara eksternal.³

Jadi dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu perilaku pelanggan yang mengarah untuk melakukan transaksi ulang atau rutin terhadap produk dan jasa yang telah ditawarkan.

b. Indikator Minat

Berikut indikator minat terdiri atas empat sebagai berikut:⁴

- 1) Minat Transaksional, yaitu menggambarkan kecenderungan konsumen untuk membeli produk (barang atau jasa).
- 2) Minat Refrensial, yaitu menggambarkan kecenderungan konsumen untuk mereferensikan produk (barang atau jasa) kepada orang lain.
- 3) Minat Preferensial, yaitu menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki prefrensi utama pada produk (barang atau jasa) tersebut.
- 4) Minat Eksploratif, yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk (barang atau jasa) tersebut.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan jasa Bank Syariah menurut Evi Yupitri dan Raina Linda Sari yaitu tidak ada bunga (riba). Semua produk sesuai syariah, sistem

³Bobby Hartono, dan Leni Indriyani, *Minat Beli di Marketplace Shopee*, (Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), hal. 9.

⁴*Ibid.*, hal. 26.

bagi hasil yang adil dan meyakinkan. Berinvestasi dalam pekerjaan yang halal dan berkah, diinvestasikan dalam meningkatkan ekonomi miskin (lemah). Pelayanan yang cepat dan efisien, sumber daya manusia yang profesional dan transparan, sikap dan perilaku pegawai yang ramah dan santun, jaminan keamanan dana nasabah, produk yang beragam, menarik dan inovatif. Lokasi yang mudah dijangkau dan strategis, proses bagi bagi hasil saling menguntungkan, fasilitas ATM dan cabang mudah ditemukan, pelayanan mudah dan lugas, gedung dan kamar bank bersih dan nyaman, promosi dari bank, penyemangat dari pihak lain. Sosialisasi melalui tokoh masyarakat dan ulama.⁵

d. Minat dalam Perspektif Islam

Minat dalam pandangan Islam, Al-Qur'an menerangkan tentang minat adalah sesuatu keinginan yang timbul dari diri sendiri disertai perasaan senang tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Berikut ini ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan minat yang terdapat surah Al-Isra' ayat 84:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ

سَبِيلًا

84. Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.

⁵Kasmir, *Pemasaran Bank, Edisi II*, (Jakarta: Kencana. 2012), hal, 163.

Menurut tafsir Al- Misbah, tiap-tiap orang yang bersyukur dan sehat jiwanya demikian dengan orang yang kufur karena jiwanya sakit berbuat menurut keadaan jiwa, pembawaan, dan kecenderungan serta budi pekertinya masing-masing. Allah maha mengetahui siapa yang lebih sesat jalannya dan akan memberi balasan sesuai dengan apa yang mereka perbuat.⁶ Adapun kaitan ayat tersebut dengan penelitian ini adalah bahwa setiap orang bertindak menurut pembawaan bakatnya atau minatnya masing-masing tanpa ada unsur paksaan dan memilih sesuatu yang baik dan bermanfaat baginya tetap mengharapkan ridha dari Allah.

2. Produk

a. Pengertian Produk

Produk menurut Hariadi adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan melalui barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi dan gagasan.⁷ Produk menurut Stanton adalah sekumpulan atribut yang nyata, didalamnya sudah tercakup harga, *brand*, pelayanan yang diterima pembeli sebagai sesuatu yang mungkin memuaskan keinginannya. Menurut Kotler dan Armstrong, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat

⁶M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah (Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an)*, (Jakarta: Lentera Hati 2002), hal. 535-537.

⁷A. Fitria Arliana Mallawa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus BRI Syariah dan BNI Syariah Mikro Kota Palopo)", (*Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, Vol. 2 No. 3 Juli 2021), hal. 20

perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan masyarakat.⁸

Kegiatan usaha dan produk Bank Umum Syariah dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Kegiatan menghimpun dana dengan akad *wadiah* berupa giro, tabungan, atau bentuk lain yang sama.
- 2) Kegiatan menghimpun dana dalam bentuk investasi berdasarkan akad *mudharabah*.
- 3) Penyaluran pembiayaan bagi hasil dengan akad *mudharabah*, *musyarakah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 4) Penyaluran pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, *salam*, *istisna*, atau akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah.
- 5) Penyaluran pembiayaan melalui akad *qardh*.
- 6) Kegiatan menyalurkan pembiayaan penyewaan barang dalam bentuk *ijarah* atau *ijarah muntahia bittamlik*.
- 7) Kegiatan jasa berdasarkan akad *hawalah*, kartu pembiayaan, *wakalah*, *kafalah*, dan kartu hasanah.
- 8) Kegiatan dalam bidang sosial seperti zakat, infak, dan shadaqah.
- 9) Produk-Produk lain yang tetap sesuai dengan prinsip syariah.⁹

⁸Tengku Firli, *Manajemen Produk dan Merek*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), hal. 9-10.

⁹Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, (Jakarta: Duta Medai Publishing, 2020), hal. 11-12.

b. Hubungan Produk Bank Syariah dengan Minat Nasabah

Produk merupakan salah satu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah harus berbeda dengan bank konvensional agar menjadi nilai jual tersendiri bagi bank syariah karena apabila tidak ada perbedaan tentunya orang akan lebih memilih menggunakan produk bank konvensional lebih mempunyai *branding* dibandingkan bank syariah. Disamping itu produk-produk bank syariah juga terbebas dari *riba* yang dimana itu diharamkan tidak hanya agama Islam saja, tetapi agama lain juga sama. Oleh sebab itu, produk berkaitan khusus dengan minat masyarakat yang mana apabila produk tersebut memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan produk lain. Maka hal tersebut mendorong ketertarikan pelanggan atau nasabah untuk memperolehnya.¹⁰

3. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi (*Place*) merupakan salah satu tempat dalam menjalankan aktivitas usaha. Menurut Kotler, lokasi dapat diartikan sebagai sarana aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan oleh konsumen sarannya. Menurut Tjiptono, menyatakan bahwa lokasi bisnis atau usaha memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berupa akses, lalu lintas, visibilitas,

¹⁰Agung A. Adhipratama, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non Muslim untuk Menggunakan Bank Syariah", (Skripsi Universitas Islam Indonesia, 2018), hal. 41.

lingkungan, persaingan, peraturan pemerintah dan lain-lain. Sementara menurut Tarigan, lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang kegiatan ekonomi atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai jenis bisnis lain baik secara ekonomi maupun sosial.¹¹

Penentuan lokasi dalam suatu usaha merupakan kebijakan yang sangat penting. Lokasi merupakan tempat saluran penyebarluasan atas produk yang akan dijual. Dalam memilih lokasi, harus sesuai dengan kebutuhan bisnis tersebut. Penentuan lokasi harus dilakukan pertimbangan sesuai dengan keperluan perusahaan. Misalnya untuk lokasi gudang, lokasi untuk kantor cabang, lokasi kantor pusat dan lain-lain.¹²

Menurut Kasmir, lokasi bank adalah tempat di mana di perjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu kantor kas dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Misalnya untuk lokasi gudang, lokasi untuk kantor cabang, lokasi kantor pusat dan lain-lain.¹³ Salah satu faktor yang perlu dilakukan pertimbangan dalam

¹¹Wahyunita S, Dkk., *Pengantar Bisnis (Konsep E-Marketing)*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), hal. 8.

¹²*Ibid.*, hal. 9.

¹³Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014) hal. 207.

pemilihan tempat lokasi bisnis diantaranya: akses, lalu lintas, ekspansi, lingkungan, dan lainnya.

b. Tujuan Lokasi

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

- 1) Mudahkan pelayanan nasabah dengan mendekati dan memudahkan pencapaiannya (akseibilitas). Termasuk dalam pengertian akseibilitas ini adalah bukan hanya dekat jaraknya, tetapi juga kemudahan menjangkauanya dari angkatan umum, terletak dijalan yang mudah dijangkau dari arah mana saja, terletak ditengah kota, dan banya dilewati angkutan kota sepanjang jam kerja kantor bank. Termasuk dalam hal parkir kendaraan.
- 2) Kemudahan pemasangan dan ketersambungan dengan jejaring.
- 3) Lokasi memungkinkan bank menata kantor dan tata letak *in/outdoor* dengan leluasa sehingga mendukung ketersediaan parkir ruang layanan, ruang tunggu dan sarana lainnya sehingga mampu membuat kenyamanan dan kepuasan nasabah dalam memanfaatkan produk dan jasa bank.
- 4) Tata letak didalam kantor memungkinkan sistem antrian yang fektif tapi sekaligus efisien. Dukungan udara ruangan, kelapangan

lokasi antrian, dukungan hiburan ditempat antrian audio-video) adalah hal yang perlu diperhatikan.

- 5) Memudahkan tenaga kerja penggerak kantor bank dalam mencapainya. Hal ini diharapkan dapat mempermudah karyawan dalam melayani nasabah dengan baik tanpa diganggu dengan keterlambatan masuk kantor dengan alasan jalanan ramai dan padat.¹⁴

c. Hubungan Lokasi dengan Minat Nasabah

Penempatan tempat bisnis didekat daerah nasabah dengan adanya penempatan lokasi yang tepat sehingga kemudahan untuk mengetahui perubahan selera nasabah. Menentukan lokasi bisnis adalah suatu keputusan penting yang harus dilakukan secara seksama. Lokasi yang strategis dapat mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan transaksi karena lokasinya yang strategis. Tempat usaha atau bisnis yang dekat dengan nasabah akan mempengaruhi nasabah memperoleh produk dan jasa yang dibutuhkan. Lokasi bisnis sangat mempengaruhi minat nasabah. Semakin dekat lokasi bisnis dengan lingkungan nasabah maka semakin mudah nasabah melakukan transaksi dalam memenuhi kebutuhan hidup.¹⁵

¹⁴Tandi Larasati Putri, Pengaruh Lokasi, Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah (Skripsi, Program Strata 1 IAIN Salatiga, 2017), hlm. 28-40.

¹⁵*Ibid.*, hal. 85.

4. Keuntungan Administratif

a. Pengertian Keuntungan Administratif

Biaya administrasi, adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan yang berhubungan dengan kegiatan operasional bank seperti alat tulis kantor dan lain-lain. Keuntungan administratif dapat juga dimaknai dengan bagi hasil. Bagi hasil menurut terminologi asing (Bahasa Inggris) dikenal dengan *profit sharing*. *Profit* dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara istilah *profit sharing* diartikan sebagai distribusi beberapa bagian laba pada pegawai perusahaan. Menurut Syafii Antonio, bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul mal*) dan pengelola (*mudharib*). Secara umum prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu *al-musyarakah*, *al-mudharabah*, *al-muzarra*, dan *al-muqassah*.¹⁶

b. Hubungan Keuntungan Administratif dengan Minat Nasabah

Bagi hasil menurut Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia merupakan kesepakatan besarnya masingmasing porsi bagi hasil yang akan diperoleh oleh pemilik dana (*shahibul maal*) dan pengelola dana (*mudharib*) yang tertuang dalam akad/perjanjian yang telah disepakati atau ditandatangani pada awal

¹⁶Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 19-20.

sebelum dilaksanakannya kerjasama.¹⁷ Nasabah yang menggunakan produk dan jasa perbankan syariah berarti lebih memilih menggunakan sistem bagi hasil dari pada bunga di bank konvensional. Dalam hal ini nasabah lebih memilih sistem bagi hasil dari pada bunga bank dikarenakan menghindari dosa riba, karena bagi hasil juga menguntungkan baik pihak bank nasabah, serta terdapat transparansi pada bagi hasil, sehingga nasabah mengetahui transaksi serta perolehan bagi hasil yang didapat dari bank. Semakin menguntungkan sebuah kesepakatan bagi hasil yang disepakati pada akad dan terhindar dari riba, semakin tinggi pula minat nasabah untuk menabung. Berdasarkan penjelasan di atas biasanya penggunaan bank syariah bermuara pada nasabah yang beragama muslim. Saat ini sudah mulai banyak nasabah bank konvensional yang malah berpaling pada bank syariah. Selain menghindari dosa riba, nasabah juga lebih percaya dengan penetapan akad diawal yang telah disepakati sebelumnya dan akan meningkat seiring dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan dari sistem bagi hasil. Jadi semakin masyarakat mengenal dan mengetahui keuntungan dari sistem bagi hasil, maka akan memberikan pengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung atau bermitra dengan bank syariah.

¹⁷M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: PT. Raja Gafindo Persada) 2012, hlm. 48.

5. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang berdasarkan prinsip syariah, dalam penentuan harga produknya sangat berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah secara operasionalnya sesuai hukum Islam yang berlandaskan Al-qur'an dan Hadis. Dalam menyimpan dana atau menyalurkan dana (pembiayaan) dan kegiatan lainnya sesuai dengan aturan hukum Islam. Dalam menentukan harga dan mencari keuntungan bagi bank syariah berlaku pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*Mudharabah*), pembiayaan berdasarkan penyertaan modal (*Musharakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*Murabahah*) atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*Ijarah*) atau adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*Ijarah Wa Iqtina*).

Dalam peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 72 tahun 1992 bahwa bank yang berdasarkan konsep bagi hasil berdasarkan syariat yang dipergunakan oleh suatu bank dalam hal pertama, menetapkan imbalan yang akan diberikan kepada masyarakat. Sehubungan dengan penggunaan dana masyarakat yang dipercayakan kepadanya. Kedua, menetapkan imbalan yang akan diberinya sehubungan dengan penyediaan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan baik untuk keperluan investasi maupun modal kerja.

Sementara, bank konvensional merupakan bank yang secara operasionalnya mencari keuntungan dan menentukan harga kepada para nasabahnya menetapkan bunga sebagai harga. Penetapan harga pada produk simpanan seperti giro, tabungan, maupun deposito. Harga produk pinjamannya (kredit) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga tertentu. Sistem operasional yang digunakan bank konvensional adalah menggunakan sistem perhitungan bunga kredit atau pinjaman (*Invest Note*), sedangkan yang dimaksud dengan bunga itu adalah sebagai balas jasa yang diberikan bank kepada nasabah karena membeli atau menjual produknya, atau dengan kata lain bahwa bunga itu sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah karena memiliki simpanan dan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank karena nasabah sebagai pihak peminjam atau debitur.¹⁸

b. Persamaan dan Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan pelayanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Persamaan antara sistem bunga dan sistem bagi hasil, dilihat dari perannya adalah keduanya merupakan sistem yang dipergunakan oleh lembaga-lembaga perbankan dalam penyaluran dana kepada masyarakat. Pihak kreditur (Bank) dan debitur (Nasabah) masing-

¹⁸Alexander Thian, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: CV Andi, 2021), hal. 14-15.

masing mendapatkan keuntungan Pihak debitur (Nasabah) memanfaatkan fasilitas yang telah diberikan oleh Bank dan membayarnya dengan cara berangsur. Sedangkan pihak kreditur juga mendapatkan keuntungan dengan sejumlah dana dari pihak debitur berdasarkan perhitungan sistem bunga dan sistem bagi hasil. Namun antara kedua sistem tersebut ada perbedaan persepsi terhadap kemungkinan keuntungan yang hendak di raih.

Perbedaan sangat mendasar antara sistem bunga dengan bagi hasil adalah pada sistem bunga dalam bank konvensional, penentuan bunga dibuat pada waktu akad tanpa berpedoman pada kesepakatan bersama (pihak bank yang menentukan) dan apakah perhitungan sistem bunga dapat menyulitkan nasabah untuk membayar angsuran atau tidak. Sedangkan pada sistem bagi hasil penentuan resiko keuntungan berdasarkan kesepakatan bersama antara pihak bank dengan nasabah dengan berpedoman pada kemungkinan tidak memberatkan pihak nasabah dalam mengangsur dana tidak merugikan pihak bank.

Perbankan syariah dalam operasionalnya tidak menerapkan sistem bunga bank seperti perbankan konvensional, melainkan menerapkan sistem bagi hasil dan risiko (*Profit And Loss Sharing*). Sistem bagi hasil ini akan menghindarkan resiko kerugian yang harus ditanggung oleh salah satu pihak. Terdapat perbedaan prinsip dalam

operasionalisasi antara bank syariah dan bank konvensional. Perbedaan prinsip tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :¹⁹

Tabel II. 1
Perbedaan Prinsip antara Bank Syariah
dan Bank Konvensional

No	Prinsip	Bank Syariah	Bank Konvensional
1.	Falsafah	Tidak berdasarkan pada sistem bunga bank, spekulasi, dan ketidakjelasan.	Berdasarkan sistem bunga bank.
2.	Operasional	Berupa titipan (<i>wadiah</i>). Investasi baru akan mendapatkan hasil jika telah diusahakan terlebih dahulu.	a. Dana masyarakat adalah simpanan yang harus dibayarkan bunganya pada saat telah jatuh tempo. b. Penyaluran dana ada sektor yang menguntungkan. Aspek halal bukanlah menjadi pertimbangan yang utama.
3.	Aspek Sosial	Dinyatakan secara eksplisit dan tegas yang tertuang dalam visi dan misi.	Tidak diketahui secara jelas.
4.	Organisasi	Wajib memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS).	Tidak memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS).

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dan acuan perbandingan dalam landasan penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai”, yang akan dilakukan oleh peneliti. Maka penelitian ini menerapkan acuan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh :

¹⁹Muammar Arafat Yusmad, *Op. Cit.*, hal. 17-18.

Tabel II.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1	Lina Marlina, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.7 No.1 Tahun 2020.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Tasikmalaya.	Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel lokasi, pelayanan, <i>religius stimuli</i> , promosi, reputasi, dan <i>profit sharing</i> tidak berpengaruh terhadap minat non Muslim menjadi nasabah di BNI Syariah cabang Tasikmalaya. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui uji F yang mana $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($1,619 < 2,17$). ²⁰
2	Ikin Ainul Yakin, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol.1 No.2 Tahun 2018.	Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Muslim dan Non Muslim Terhadap Transaksi Pembiayaan Pada Perbankan Syariah.	Hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara minat muslim dan non muslim terhadap transaksi BRI Syariah adalah berjumlah 72,8 % minat nasabah muslim dan minat nasabah nonmuslim sebesar 70,5%. ²¹
3	Suci Nadhilah Rangkuti, Skripsi Universitas Sumatera Utara tahun 2018.	Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi minat masyarakat Non-Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Medan.	Hasil penelitian menyatakan bahwa Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Non-Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Medan yakni lokasi, produk, biaya administrasi, dan <i>brand image</i> secara simultan

²⁰Lina Marlina, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Tasikmalaya", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol.7 No.1, 2020, hlm. 40.

²¹Ikin Ainul Yakin, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Muslim dan Non Muslim Terhadap Transaksi Pembiayaan Pada Perbankan Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.1 No.2, 2018, hlm. 99.

			bersama-sama mempengaruhi minat masyarakat dengan nilai signifikan 0,003 < 0,05. ²²
4	Nurul Fadilah, Skripsi IAIN Padangsidimpuan Tahun 2019.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Padangsidimpuan.	Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri (BSM) cabang Padangsidimpuan dipengaruhi oleh pelayanan, produk dan bagi hasil secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah non muslim dengan nilai > (56,416 > 2,36). ²³
5	Dewi Silviana, Skripsi UIN Surabaya Tahun 2018.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo.	Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor-faktor yang paling mempengaruhi terhadap minat nasabah non muslim adalah variabel reputasi dengan nilai 51,599 dibandingkan dengan variabel lokasi, citra perusahaan, populasi dan lainnya. ²⁴
6	Akhmad Darmawan, Dkk., Jurnal Fokus Bisnis, Vol. 18 No. 01 Tahun	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank	Hasil penelitian menyatakan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap

²²Suci Nadhilah Rangkuti, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi minat masyarakat Non-Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Medan", (Skripsi Universitas Sumatera Utara, 2018), hlm. 103.

²³Nurul Fadilah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Padangsidimpuan", (Skripsi IAIN Padangsidimpuan, 2019), hlm. 8.

²⁴Dewi Silviana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo", (Skripsi UIN Surabaya, 2018), hlm. 6.

	2019.	Jateng Syariah.	minat nasabah. Sementara pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah. Dan variabel promosi dan harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank tersebut. ²⁵
7	Anjur Perkasa Alam dan Jureid, Jurnal Islamic Circle, Vol.2 No. 1 Tahun 2021.	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Medan.	Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor yang paling kuat memengaruhi non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia adalah lokasi, produk dan promosi. Ketiga variabel tersebut berpengaruh kuat terhadap minat nasabah. ²⁶
8	Ana Maulida Sundari, Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yoyakarta Tahun 2017.	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Mahasiswa Non Muslim pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta).	Hasil penelitian bahwa variabel pengetahuan, produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi. Sementara variabel lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim. ²⁷
9	Siti Mawaddah,	Analisis Faktor-	Hasil penelitian

²⁵Akhmad Darmawan, Dkk., “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah”, (*Jurnal Fokus Bisnis*, Vol. 18 No. 01, 2019), hlm. 50.

²⁶Anjur Perkasa Alam dan Jureid, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Medan”, (*Jurnal Islamic Circle*, Vol.2 No. 1, 2021), hlm. 16.

²⁷Ana Maulida Sundari, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Mahasiswa Non Muslim pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta)”, (Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yoyakarta, 2017), hlm. 2.

	Skripsi UIM Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2019.	Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banda Aceh.	menyatakan bahwa variabel reputasi, <i>profit sharing</i> , dan produk berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat non muslim menjadi nasabah. ²⁸
10	Puji Hadiyati dan Dicky Fatkhurozi, <i>Jurnal Perbanas Review</i> , Vol. 3 No. 2 Tahun 2018.	Pengaruh Promosi, Produk, dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Non Muslim Berbank Syariah.	Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor produk, promosi dan pelayanan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat non muslim berbank syariah. ²⁹
11	Ayu Wahid, Skripsi UIN Alaudin Makassar Tahun 2021.	Pengaruh Faktor-Faktor terhadap Minat Nasabah Non Muslim dalam Menggunakan Produk Tabungan Bank Muamalat di Kota Makassar.	Hasil penelitian bahwa variabel kualitas produk, lokasi, kualitas layanan, reputasi, dan religius berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim dalam membuka tabungan di bank syariah muamalat di Kota Makassar. ³⁰
12	Anggi Fadhilah, Skripsi UIN Yogyakarta Tahun 2018.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Kantor Cabang BCA Syariah Yogyakarta.	Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor lokasi, <i>profit sharing</i> , dan promosi mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah. ³¹
13	Alfi Kaukab,	Pengaruh Lokasi,	Hasil penelitian

²⁸Siti Mawaddah, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banda Aceh", (Skripsi UIM Ar-Raniry Banda Aceh, 2019), hlm. 62.

²⁹Puji Hadiyati dan Dicky Fatkhurozi, "Pengaruh Promosi, Produk, dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Non Muslim Berbank Syariah", (*Jurnal Perbanas Review*, Vol. 3 No. 2, 2018), hlm. 34.

³⁰Ayu Wahid, "Pengaruh Faktor-Faktor terhadap Minat Nasabah Non Muslim dalam Menggunakan Produk Tabungan Bank Muamalat di Kota Makassar", (Skripsi UIN Alaudin Makassar, 2021), hlm. 68.

³¹Anggi Fadhilah, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Kantor Cabang BCA Syariah Yogyakarta", (Skripsi UIN Yogyakarta, 2018), hlm. 18.

	Skripsi IAIN Palopo Tahun 2021.	Promosi, Produk, dan Stimuli Religius terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.	menyatakan bahwa variabel lokasi, promosi, produk dan religius secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah. ³²
14	Rifani Anggraini dan Nurul Inayah, <i>Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah</i> , Vol. 4 No. 1 Tahun 2022.	Analisis Minat Nasabah Non-Muslim untuk Melakukan Pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima Medan.	Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah yaitu faktor eksternal dan internal yang mana faktor internal meliputi pekerjaan dan motivasi. Sementara faktor eksternal meliputi promosi, pelayanan, dan lokasi. ³³
15	Dian Purwaningsih, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2018.	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Wilayah Tangerang Selatan).	Hasil penelitian menyatakan bahwa secara budaya, sosial, pribadi, dan psikologis memiliki pengaruh besar terhadap minat nasabah non muslim menggunakan jasa perbankan syariah. ³⁴

³²Alfi Kaukab, "Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk, dan Religius Stimuli terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo", (Skripsi IAIN Palopo, 2021), hlm 19.

³³Rifani Anggraini dan Nurul Inayah, "Analisis Minat Nasabah Non-Muslim untuk Melakukan Pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima Medan", (*Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 4 No. 1, 2022), hlm .89.

³⁴Dian Purwaningsih, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Wilayah Tangerang Selatan)", (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), hlm.8.

Berdasarkan tabel diatas, terdapat perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sebagai berikut :

- a. Penelitian Lina Marlina, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji yakni sama-sama meneliti faktor variabel lokasi dan minat. Sementara, perbedaan pada penelitian ini terdapat faktor variabel yang lebih difokuskan meliputi keuntungan administrasi, lokasi dan produk.
- b. Penelitian Ikin Ainul Yakin, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji yakni sama-sama meneliti variabel minat non muslim. Sementara, perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian Ikin Ainul Yakin lebih fokus pada kegiatan transaksi pada Bank Syariah.
- c. Penelitian Suci Nadhilah Rangkuti, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji yakni sama-sama meneliti variabel minat, produk, lokasi, biaya administrasi. Sementara, perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian Suci Nadhilah Rangkuti yang mana peneliti menggunakan empat faktor variabel.
- d. Nurul Fadilah, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji yakni sama-sama meneliti variabel minat nasabah non muslim dan produk. Sementara, perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian Nurul Fadilah menggunakan faktor variabel bagi hasil, produk, dan pelayanan.
- e. Dewi Silviana, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji yakni sama-sama meneliti faktor variabel lokasi dan minat nasabah

non muslim. Sementara, perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian Dewi Silviana melakukan penelitian pada lembaga keuangan pegadaian.

- f. Akhmad Darmawan Dkk., memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji yakni sama-sama meneliti variabel lokasi (x) dan minat nasabah (y). Sementara, perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian Akhmad Darmawan menggunakan variabel (x) promosi, harga, dan pelayanan.
- g. Anjur P. Alam dan Jureid, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji yakni sama-sama meneliti variabel (x) lokasi dan produk serta (y) minat nasabah non muslim. Sementara, perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian Anjur P. Alam dan Jureid menggunakan variabel keuntungan administratif sebagai variabel (x).
- h. Ana Maulida Sundari, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji yakni sama-sama meneliti variabel (x) produk dan lokasi serta variabel (y) minat nasabah non muslim. Sementara, perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian Ana Maulida Sundari, lebih memfokuskan pada variabel (x) pengetahuan, harga dan promosi.
- i. Siti Mawaddah, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji yakni sama-sama meneliti variabel produk dan *profit sharing* pada variabel (x) dan minat nasabah non muslim variabel (y). Sementara, perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian Siti Mawaddah memfokuskan variabel (x) yaitu reputasi.

- j. Puji Hadiyati dan Dicky Fatkhurozi, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji yakni sama-sama meneliti variabel (x) produk dan variabel (y) minat masyarakat non muslim. Sementara perbedaan penelitian ini dengan penelitian Puji Hadiyati lebih memfokuskan pada variabel (x) promosi dan pelayanan.
- k. Ayu Wahid, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji sama-sama meneliti variabel (x) lokasi dan produk dan variabel (y) minat nasabah non muslim. Sementara, perbedaan penelitian ini dengan penelitian Ayu Wahid lebih memfokuskan variabel (x) mencakup reputasi, kualitas pelayanan, dan religius.
- l. Anggi Fadhilah, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji sama-sama meneliti variabel (x) *profit sharing* dan variabel (y) minat nasabah non muslim. Sementara, perbedaan penelitian ini dengan penelitian Anggi Fadhilah lebih memfokuskan penelitiannya pada variabel (x) yaitu reputasi dan pelayanan.
- m. Alfi Kaukab, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji yaitu sama-sama meneliti variabel (x) lokasi dan produk serta variabel (y) minat nasabah non muslim. Sementara, perbedaan penelitian ini dengan penelitian Alfi Kaukab, lebih memfokuskan variabel (x) yaitu promosi dan religius.
- n. Rifani Anggraini dan Nurul Inayah, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji yaitu sama-sama meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank

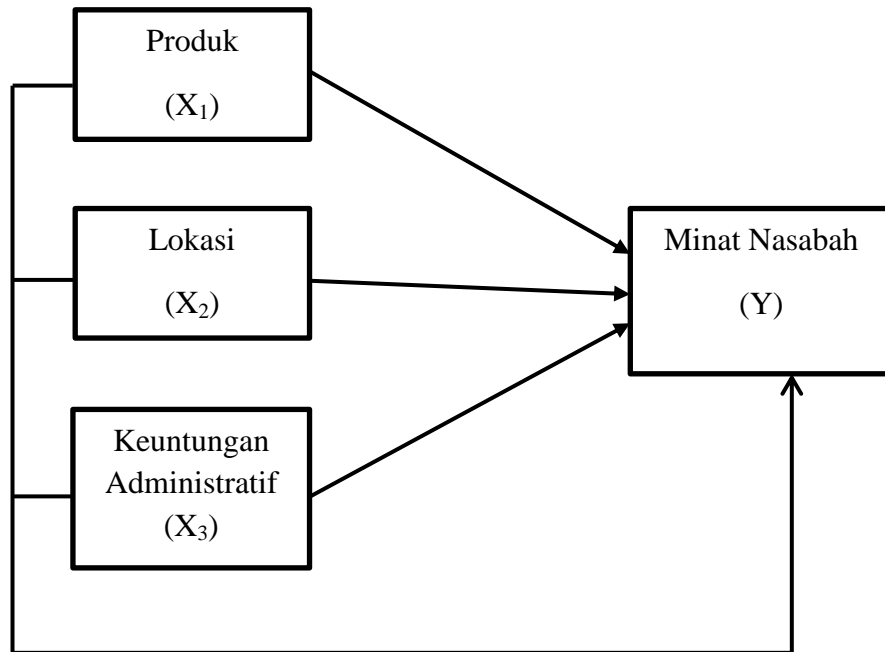
Syariah salah satunya lokasi. Sementara perbedaan penelitian ini dengan penelitian Rifani Anggraini dan Nurul Inayah memperoleh hasil bahwa faktor yang paling dominan memengaruhi minat nasabah diantaranya pelayanan, promosi, pekerjaan dan motivasi.

- o. Dian Purwaningsih, memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji yaitu sama-sama meneliti minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah. Sementara, perbedaan penelitian ini dengan penelitian Dian Purwaningsih lebih memfokuskan variabel (x) yaitu faktor pribadi, sosial, dan psikologis.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir pada penelitian ini yaitu menggambarkan hubungan variabel independen dan untuk mengetahui secara parsial dan simultan variabel bebas meliputi, produk (X_1), lokasi (X_2), dan keuntungan administratif (X_3) apakah ada hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah (Y). Oleh sebab itu, peneliti dapat menyusun kerangka pikir penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai”, sebagai berikut :

Gambar II. 1
Kerangka Pikir



Keterangan:

X₁ : Produk (Variabel Bebas)

X₂ : Lokasi (Variabel Bebas)

X₃ : Keuntungan Administratif (Variabel Bebas)

Y : Minat Nasabah (Variabel Terikat)

⌈ ↑ : Menjelaskan hubungan/pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel Y Secara keseluruhan atau secara simultan

→ : Menjelaskan hubungan/pengaruh masing-masing Variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau secara parsial.

Berdasarkan gambar diatas, variabel independen (X) pada penelitian ini yaitu produk, lokasi, dan keuntungan administratif secara parsial dan simultan memengaruhi variabel dependen (Y) yaitu minat masyarakat non muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Binjai.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis penelitian dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan masih didasarkan pada pengumpulan data. Berdasarkan teori dan konseptual, maka hipotesis penelitian ini adalah:

Berdasarkan penjelasan diatas, yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: Terdapat pengaruh produk (X₁) secara parsial terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Binjai.

H₂: Terdapat pengaruh lokasi (X₂) secara parsial terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Binjai.

H₃: Terdapat pengaruh keuntungan administratif (X₃) terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Binjai.

H₄: Terdapat pengaruh lokasi, produk, keuntungan administratif secara simultan terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Binjai.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat Kecamatan Binjai Kota dan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Binjai tepatnya beralamat di Jln. Soekarno Hatta, No.21-23, Nangka, Binjai, Kota Binjai, Provinsi Sumatera Utara, Kode Pos 20351, Indonesia. Sementara waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2022 hingga Bulan Desember 2022.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang menerapkan analisis data yang berbentuk numerik atau angka. Penelitian kuantitatif menggunakan alat bantu statistik yang mana alat tersebut dapat memberikan gambaran atas suatu peristiwa, baik statistik inferensial maupun deskriptif.¹ Berdasarkan pernyataan diatas, sehingga peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini karena instrumen pengumpulan datanya menggunakan kuesioner (angket) sehingga analisis datanya menggunakan SPSS versi 23

¹Wiratna Sujarni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 39.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan di teliti.² Populasi pada penelitian ini yakni pada nasabah Non Muslim Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Binjai. Adapun jumlah populasi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Non Muslim di Kota Binjai berjumlah 2.304 orang pada tahun 2021.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang sesungguhnya yang akan menjadi objek penelitian.³ Untuk mengetahui jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, maka digunakan rumus sampel tidak diketahui sesuai dengan pendapat Husein Umar berikut:

$$n = Z^2P(1-P)/e^2$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = Mengacu pada tingkat kepercayaan. Dalam penelitian ini ditentukan sebesar 90% maka nilai Z adalah 1,65.

²Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2012), hlm. 58.

³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 123.

P = Variasi populasi. Variasi populasi disini dinyatakan dalam bentuk proporsi, Karena tidak ada data pendahuluan mengenai populasi, variasi populasi diasumsikan heterogen (dengan proporsi 50:50).

Jadi, $0,5 (1-p) = 0,5 \times 0,5 = 0,25$

e = Kesalahan sampel yang ditolelir, dalam penelitian ini sebesar 10% dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = Z^2 P (1-P)/e^2$$

$$n = (1,65)^2 (0,5) (1 - 0,5) / (0,1)^2$$

$$n = 69$$

Jadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 69 orang.⁴

D. Sumber Data Penelitian

Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan oleh peneliti ada dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Berikut penjelasan tentang data primer dan data sekunder yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian dengan menggunakan alat pengambilan

⁴Umar, Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal.175.

data langsung pada subjek sebagai sumber yang informasi yang dicari.⁵

Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara langsung pada saat pengisian koesioner/angket kepada masyarakat Kecamatan Kota Binjai yang Muslim maupun non Muslim.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari sumber asli lapangan atau lokasi. Data sekunder diperoleh melalui media perantara terkait dengan topik penelitian berupa buku, jurnal, artikel, dan dokumen penting lainnya.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrument merupakan alat bantu bagi peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data atau informasi dari responden. Pada umumnya, cara pengumpulan data dapat menggunakan teknik seperti:⁶

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati objek penelitian secara langsung di hadapan responden. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada pihak yang diwawancarai untuk memberikan jawaban atas pertanyaan atau pernyataan tersebut. Hasil jawaban dari kegiatan wawancara tersebut sangat dibutuhkan oleh peneliti untuk merumuskan suatu permasalahan penelitian.

⁵Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm.132.

⁶Juliansyah Noor, *Kupas Tuntas Data Penelitian Spss 22* (Jakarta: PT Elev Media Komputindo, 2014), hlm. 41.

2. Angket (kuesioner)

Menurut Sugiyono “kuesioner” merupakan serangkaian daftar pertanyaan ataupun pernyataan yang disusun secara sistematis, kemudian diberi kepada responden untuk dilakukan pengisian jawaban angket. Angket pada penelitian ini berkaitan dengan indikator pada kajian penelitian. Adapun skala yang paling sering digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor yang berisi lima tingkat preferensi jawaban yaitu, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS) Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel III.1
Skala Likert

Pernyataan	Sikap				
	SS	S	KS	TS	STS
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

Tabel III. 2
Kisi-Kisi Angket tentang Minat Nasabah (Y)

No	Indikator	Nomor Soal
1	Minat Transaksional	1,2,3, dan 4
2	Minat Refrensial	5,6,7, dan 8
3	Minat Preferensial	9,10,11, dan 12

Dari tabel III.2 diatas, dapat dijelaskan bahwa pada variabel minat nasabah terdapat tiga indikator minat transaksional, minat refrensial, dan

minat preferensial. Pada indikator minat transaksional terdapat pada nomor soal 1,2,3, dan 4. Indikator minat refrensial terdapat pada nomor 5,6, 7, dan 8. Sedangkan indikator minat preferensial terdapat pada nomor 9,10, 11, dan 12.

Tabel III.3
Kisi-Kisi Angket tentang Produk (X₁)

No	Indikator	Nomor Soal
1	Produk Penghimpun	1,2,3,4
2	Produk Penyaluran	5,6,7,8
3	Produk Jasa	9,10,11,12

Dari tabel III.3 diatas, dapat dijelaskan bahwa pada variabel produk terdapat tiga indikator produk penghimpun, produk penyaluran, dan produk jasa. Pada indikator produk penghimpun terdapat pada nomor soal 1,2,3, dan 4. Indikator produk penyaluran terdapat pada nomor 5,6, 7, dan 8. Sedangkan indikator produk jasa terdapat pada nomor 9,10, 11, dan 12.

Tabel III.4
Kisi-Kisi Angket tentang Lokasi (X₂)

No	Indikator	Nomor Soal
1	Visitabilitas	1,2,3,4
2	Akses	5,6,7,8
3	Strategis	9,10,11,12

Dari tabel III.4 diatas, dapat dijelaskan bahwa pada variabel lokasi terdapat tiga indikator visitabilitas, akses, dan strategis. Pada indikator visitabilitas terdapat pada nomor soal 1,2,3, dan 4. Indikator akses

terdapat pada nomor 5,6, 7, dan 8. Sedangkan indikator strategis terdapat pada nomor 9,10, 11, dan 12.

Tabel III.5
Kisi-Kisi Angket tentang
Keuntungan Administratif (X₃)

No	Indikator	Nomor Soal
1	Biaya Terjangkau	1,2,3,4,
2	Biaya Pelayanan	5,6,7,8
3	Biaya Transfer	9,10,11,12

Dari tabel III.5 diatas, dapat dijelaskan bahwa pada variabel keuntungan administratif terdapat tiga indikator biaya terjangkau, biaya pelayanan, dan biaya transfer. Pada indikator biaya terjangkau terdapat pada nomor soal 1,2,3, dan 4. Indikator biaya pelayanan terdapat pada nomor 5,6, 7, dan 8. Sedangkan indikator biaya transfer terdapat pada nomor 9,10, 11, dan 12.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan yang tersimpan, baik itu berupa catatan transkrip buku, surat kabar, arsip photo, dan lainnya.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Berikut penjelasan mengenai uraian uji validitas dan reliabilitas yaitu :

1. Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur.⁷ Uji validitas merupakan suatu *instrument* dinyatakan valid jika instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang akan di ukur.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel tertentu.⁸

G. Analisis Data

Adapun metode yang digunakan pada pelaksanaan analisis penelitian ini dengan menerapkan alat bantu SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 23 sebagai alat hitung. Berikut teknik analisis data pada penelitian ini meliputi :

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis berdasarkan analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini harus memenuhi asumsi klasik. Untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak bisa dan efisien dari suatu persamaan regresi

⁷Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana Pramedia Group, 2012), hlm.168.

⁸Sujeweni V,W, *Spss Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2014), hlm. 192.

linear berganda dengan metode kuadrat terkecil. Berikut komponen pengujian pada asumsi klasik yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan menguji normal atau tidaknya sampel dari data yang telah terkumpul. Kemudian pengolahannya menggunakan bantuan aplikasi *software* SPSS 23 for windows. Pengambilan keputusan untuk uji normalitas yang menggunakan metode uji *kolmogorov-smoironov* maka kriteria pengujiannya yaitu, jika nilai signifikan $< 0,10$ maka variabel produk, lokasi, dan keuntungan administrasi ditolak, dan jika nilai signifikan $> 0,10$ maka ketiga variabel tersebut diterima.⁹

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi.¹⁰ Pada penelitian ini yang mana terdapat adanya hubungan linear antara variabel produk, lokasi dan keuntungan administrasi dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari hasil residual pada suatu

⁹Husein Umar, *Metodr Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali PERS, 2013), hlm. 181.

¹⁰Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2013), hlm. 90.

pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.¹¹

d. Uji Linearitas

Secara umum uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila nilai signifikan $< 0,1$. Uji linearitas merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi jika hendak melakukan perhitungan regresi linear sederhana dan berganda antar variabel.¹²

e. Uji Autokolerasi

Uji Autokolerasi merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya kolerasi antara variabel pengganggu pada waktu tertentu dengan periode waktu sebelumnya, metode yang diterapkan untuk mendeteksi adanya autokolerasi yaitu uji *Durbin Watson* (DW). Model ini dikatakan bebas autikolerasi jika memenuhi syarat $-2 < DW < + 2$.¹³

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan suatu analisis atau teknik statistika untuk menjelaskan hubungan statistik antar dua variabel atau lebih. Analisis regresi merupakan analisis mengkaji hubungan ketergantungan antara variabel dependen terhadap satu atau lebih variabel independen.

¹¹*Ibid.*, hlm. 90.

¹²Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014, hlm. 79).

¹³Andang Sunarto, Dkk., *Statistik Pembiayaan Bermaasalah pada Bank*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018), hlm. 60.

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen pada penelitian ini. Persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Variabel dependen
A	= konstanta
$b_1 b_2 b_3$	= Koefisien Variabel Independen
$X_1 X_2 X_3$	= Variabel Independen
e	= Standar error

3. Uji Hipotesis

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

Berikut komponen dari uji hipotesis sebagai berikut :¹⁴

a. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

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 yang tinggi. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen terhadap variabel independen.

¹⁴Mudjarat Kuncoro Umar, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 240-241.

Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji t dikenal dengan uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian ini menggunakan taraf signifikansi 10%, dengan derajat kebebasan atau $df = (n-k-1)$.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua *independent variable* terhadap *dependent variable*. Menentukan F_{tabel} dan F_{hitung} dengan taraf signifikan sebesar 10% (0,1) dengan $df = (n-k-1)$.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kecamatan Binjai Kota

Binjai salah satu kota yang berstatus Kotamadya dalam wilayah Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Binjai terletak 22 km di sebelah Barat Ibukota Provinsi Sumatera Utara, Medan. Sebelum berstatus Kotamadya, Binjai adalah Ibukota Kabupaten Langkat yang kemudian dipindahkan ke Stabat. Binjai berbatasan langsung dengan Kabupaten Langkat di sebelah Barat dan Utara serta Kabupaten Deli Serdang di sebelah Timur dan Selatan. Letak geografis Binjai 03°03'40''-03°40'02'' LU dan 98°27'03''-98°39'32'' BT. Ketinggian rata-rata adalah 28 meter di atas permukaan laut.

Sebenarnya Binjai hanya berjarak 8 km dari Medan bilang dihitung dari perbatasan di antara kedua wilayah yang dipisahkan oleh Kabupaten Deli Serdang. Jalan Raya Medan Binjai yang panjangnya 22 km, 9 km pertama berada di dalam wilayah Kota Medan, Km 10 sampai Km 17 berada dalam wilayah Kabupaten Deli Serdang dan mulai km 17 adalah berada dalam wilayah Kota Binjai.¹

Kota Binjai merupakan kota multi etnis, yang dihuni oleh suku Melayu, Batak, termasuk Toba, Karo, Mandailing, Angkola, kemudian Jawa, Tionghoa, dan suku lainnya. Kemajemukan etnis ini menjadikan Binjai kaya akan kebudayaan yang beragam. Jumlah penduduk kota Binjai sampai pada adalah 267.901 jiwa dengan kepadatan penduduk 2.961,86 jiwa/km². Tenaga

¹Pemerintah Kota Binjai, “*Tentang Kota Binjai*” <http://www.binjaikotaku.go.id/tentang-kota-binjai> di unduh pada tanggal 27 September 2022 pukul 10:00 WIB.

kerja produktif sekitar 160.000 jiwa. Banyak juga penduduk Binjai yang bekerja di Medan karena transportasi dan jarak yang relatif dekat. Agama di Binjai terutama:

1. Islam mayoritas suku Melayu, Jawa, Batak Mandailing dan sebagian suku Karo dan Toba.
2. Kristen sebagian besar suku Karo, Batak Toba, Nias, dan sebagian Tionghoa.
3. Buddha mayoritas suku Tionghoa yang berdomisili di Binjai Kota dan Binjai Barat serta hindu/pura.

Kota Binjai terbagi atas 5 Kecamatan yang kemudian dibagi lagi menjadi 37 Kelurahan dan Desa. Sedianya Binjai hanyalah sebuah kecamatan di dalam lingkup Kabupaten Langkat. Lima kecamatan tersebut masing-masing adalah: Binjai Kota, Binjai Utara, Binjai Selatan, Binjai Barat dan Binjai Timur.²

B. Hasil Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian untuk mendeskripsikan data sehingga dapat dipahami. Untuk membuat kesimpulan mengenai karakteristik populasi berdasarkan data yang di dapatkan dari sampel. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data menggunakan SPSS 23 sebagai berikut:

²Pemerintah Kota Binjai, “*Tentang Kota Binjai*” <http://www.binjaikotaku.go.id/tentang-kota-binjai> di unduh pada tanggal 27 September 2022, Pukul 12:14 WIB.

1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

a. Hasil Uji Validitas

1) Hasil Uji Validitas Minat Nasabah (Y)

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas
Minat Nasabah (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,568	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=69-2=67$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1997	Valid
2	0,678		Valid
3	0,520		Valid
4	0,665		Valid
5	0,664		Valid
6	0,540		Valid
7	0,412		Valid
8	0,751		Valid
9	0,710		Valid
10	0,727		Valid
11	0,774		Valid
12	0,874		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Uji validitas minat masyarakat pada tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai minat masyarakat dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 12 adalah valid karena kedua belas item memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 67$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,1997, sehingga kedua belas item angket minat masyarakat valid.

2) Hasil Uji Validitas Produk (X_1)

Tabel IV. 2
Hasil Uji Validitas Produk (X_1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,675	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=69-2=67$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1997	Valid
2	0,539		Valid
3	0,595		Valid
4	0,478		Valid
5	0,549		Valid
6	0,472		Valid
7	0,489		Valid
8	0,637		Valid
9	0,411		Valid
10	0,600		Valid
11	0,448		Valid
12	0,425		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Uji validitas produk pada tabel IV.2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai produk dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 12 adalah valid karena kedua belas item memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 67$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,1997, sehingga kedua belas item angket produk dinyatakan valid.

3) Hasil Uji Validitas Lokasi (X_2)

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Lokasi (X_2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,524	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=69-2=67$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh	Valid
2	0,649		Valid
3	0,418		Valid
4	0,716		Valid
5	0,691		Valid
6	0,643		Valid
7	0,356		Valid
8	0,395		Valid
9	0,701		Valid
10	0,651		Valid

11	0,653	r_{tabel} sebesar 0,1997	Valid
12	0,268		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Uji validitas lokasi (X_2) pada tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai lokasi dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 12 adalah valid karena kedua belas item memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n = 67$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,1997, sehinggakedua belas item angket lokasi dinyatakan valid.

4) Hasil Uji Validitas Keuntungan Administratif (X_3)

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas
Keuntungan Administratif (X_3)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,275	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ untuk $df=n-2=69-2=67$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1997	Valid
2	0,565		Valid
3	0,462		Valid
4	0,810		Valid
5	0,488		Valid
6	0,541		Valid
7	0,416		Valid
8	0,537		Valid
9	0,565		Valid
10	0,462		Valid
11	0,810		Valid
12	0,488		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Uji validitas keuntungan administratif (X_3) pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai keuntungan administratif dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 12 adalah valid karena kedua belas item memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n = 67$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,1997, sehingga kedua belas item angket keuntungan administratif dinyatakan valid

2. Hasil Uji Reliabilitas

1) Hasil Uji Reliabilitas Minat Masyarakat (Y)

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas Minat Masyarakat (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.875	12

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV. 5 dapat disimpulkan bahwa minat nasabah dapat dikatakan reliable, jika nilai *cronbach alpha* $0,875 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat masyarakat dinyatakan reliable dan dapat diterima.

2) Hasil Uji Reliabilitas Produk (X₁)

Tabel IV.6
Hasil Uji Reliabilitas Produk (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.729	12

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV.6 dapat disimpulkan bahwa produk dapat dikatakan reliable, jika nilai *cronbach alpha* $0,729 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel produk dinyatakan reliable dan dapat diterima

3) Hasil Uji Reliabilitas Lokasi (X₂)

Tabel IV.7
Hasil Uji Reliabilitas Lokasi (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.780	12

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV.7 dapat disimpulkan bahwa produk dapat dikatakan reliable, jika nilai *cronbach alpha* $0,780 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dinyatakan reliable dan dapat diterima.

4) Hasil Uji Reliabilitas Keuntungan Administratif (X₃)

Tabel IV.8
Hasil Uji Reliabilitas
Keuntungan Administratif (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.782	12

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV.8 dapat disimpulkan bahwa dapat dikatakan reliable, jika nilai *cronbach alpha* $0,782 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keuntungan administratif dinyatakan reliable dan dapat diterima.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Tabel IV.9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.75690436
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.048
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
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: Data diolah dengan SPSS 23

Berdasarkan Tabel IV.9 nilai signifikan (*Asymp. Sig. 2-Tailed*) pada tabel *One-sample Kolmogorov-Smirnow Test* adalah sebesar 0,200 dan lebih besar dari signifikan 0,1 ($0,200 > 0,1$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel IV. 10
Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Produk	.992	1.008
	Lokasi	.993	1.007

Administratif	.994	1.006
---------------	------	-------

a. Dependent Variable: Minat Nasabah
 Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Berdasarkan tabel IV. 10 di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel produk $1,008 < 10$, lokasi $1,007 < 10$, dan keuntungan administratif $1,006 < 10$ maka dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$).

Sementara nilai *tolerance* untuk variabel produk adalah $0,992 > 0,1$, lokasi $0,993 > 0,1$, dan keuntungan administrasi $0,994 > 0,1$, maka dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ketiga variabel adalah lebih besar dari 0,1 (*tolerance* $> 0,1$), berdasarkan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel IV.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Produk	Lokasi	Administratif	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Produk	Correlation Coefficient	1.000	-.058	.044	-.013
		Sig. (2-tailed)	.	.635	.718	.913
		N	69	69	69	69
	Lokasi	Correlation Coefficient	-.058	1.000	-.052	.046
		Sig. (2-tailed)	.635	.	.674	.706
		N	69	69	69	69
	Administratif	Correlation Coefficient	.044	-.052	1.000	-.068

	Sig. (2-tailed)	.718	.674	.	.581
	N	69	69	69	69
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.013	.046	-.068	1.000
	Sig. (2-tailed)	.913	.706	.581	.
	N	69	69	69	69

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Dari tabel IV.11 dapat dilihat bahwa nilai variabel independen memiliki nilai signifikan lebih dari 0,1, dimana produk $0,913 > 0,1$, lokasi $0,706 > 0,1$, dan keuntungan administratif $0,581 > 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Hasil Uji Linearitas

1) Hasil Uji Linearitas Minat Nasabah dengan Produk (X_1)

Tabel IV.12
Hasil Uji Linearitas Minat
Nasabah dengan Produk (X_1)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Between (Combined)	1098.301	16	68.644	3.983	.000
Nasabah Groups Linearity	753.466	1	753.466	43.716	.000
* Produk Deviation from Linearity	344.834	15	22.989	1.334	.217
Within Groups	896.250	52	17.236		
Total	1994.551	68			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Hasil uji linearitas antara minat nasabah dengan produk tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear signifikan $0,000 < 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa antara

minat nasabah dengan variabel produk terdapat hubungan yang linear.

2) Hasil Uji Linearitas Minat Nasabah dengan Lokasi (X_2)

Tabel IV.13
Hasil Uji Linearitas Minat
Nasabah dengan Lokasi (X_2)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat	Between	(Combined)	722.367	20	36.118	1.363	.188
Nasabah	Groups	Linearity	.024	1	.024	.001	.976
*		Deviation from					
Lokasi		Linearity	722.343	19	38.018	1.434	.156
Within Groups			1272.183	48	26.504		
Total			1994.551	68			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Hasil uji linearitas antara minat nasabah dengan lokasi tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear signifikan $0,976 < 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa antara minat nasabah dengan variabel lokasi terdapat hubungan yang linear.

3) Hasil Uji Linearitas Minat Nasabah dengan Keuntungan Administratif (X_3)

Tabel IV.14
Hasil Uji Linearitas Minat Nasabah
dengan Keuntungan Administratif (X₃)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah * Administratif	Between Groups	(Combined) Linearity	787.917	20	39.396	1.567	.102
		Deviation from Linearity	334.625	1	334.625	13.311	.001
			453.293	19	23.858	.949	.532
	Within Groups		1206.633	48	25.138		
Total			1994.551	68			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Hasil uji linearitas antara minat nasabah dengan keuntungan administratif tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear signifikan $0,001 < 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa antara minat nasabah dengan variabel keuntungan administratif terdapat hubungan yang linear.

e. Hasil Uji Autokolerasi

Tabel IV.15
Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.720 ^a	.519	.497	3.843	2.242

a. Predictors: (Constant), Administratif, Lokasi, Produk

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Dari uji autokorelasi di atas dapat diketahui bahwa nilai DW 2,242 dan nilai tabel signifikan 0,10 dimana $n = 69$, dan $k = 3$ (k adalah jumlah variabel indeviden). Maka tabel DU dari tabel nilai signifikan 10% adalah 1, dan nilai hasil uji yang diperoleh sebesar 2,242 sedangkan 4-DW ($4-2,242$) sebesar 1,758. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi karena $2,242 > 1,7129 < 1,758$.

4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel IV.16
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6.400	8.603		-.744	.460
Produk	.687	.100	.594	6.880	.000
Lokasi	.065	.091	.062	.715	.477
Administratif	.376	.087	.374	4.335	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah
Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh produk, lokasi dan keuntungan administratif terhadap minat nasabah. Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = -6,400 + 0,687 + 0,065 + 0,376 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta sebesar 6,400, menyatakan bahwa produk, lokasi dan keuntungan administratif diasumsikan 0 maka minat minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai sebesar 6,400 satuan.

- b. Nilai koefisien regresi variabel produk (b1) bernilai positif sebesar 0,678 , artinya apabila tingkat nilai produk meningkat 1 satuan maka minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai akan meningkat sebesar $6,400 + 0,678 = 7,078$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel lokasi (b2) bernilai positif sebesar 0,065, artinya apabila tingkat nilai lokasi meningkat 1 satuan, maka minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai akan meningkat sebesar $6,400 + 0,065 = 6,465$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap.
- d. Nilai koefisien regresi variabel keuntungan administratif (b3) bernilai positif sebesar 0,376, artinya apabila tingkat nilai keuntungan administratif meningkat 1 satuan maka minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai akan menurun sebesar $6,400 + 0,376 = 6,776$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap.

5. Uji Hipotesis

- a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Tabel IV.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.519	.497	3.843

a. Predictors: (Constant), Administratif, Lokasi, Produk

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Berdasarkan tabel IV. 17 diperoleh kesimpulan bahwa nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,497. Menunjukkan bahwa 49,7% variabel produk, lokasi, dan keuntungan administratif berpengaruh minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kecamatan Binjai Kota. Sedangkan sisanya sebesar 0,503 atau 50,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak dibatasi dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Tabel IV.18
Hasil Uji Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-6.400	8.603		-.744	.460
Produk	.687	.100	.594	6.880	.000
Lokasi	.065	.091	.062	.715	.477
Administratif	.376	.087	.374	4.335	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Dari hasil uji parsial di atas, dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana T_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen jadi $df = 69 - 3 - 1 = 65$. Dengan pengujian dua sisi (signifikan 0,1) diperoleh T_{tabel} sebesar 1,668. Berdasarkan hasil uji signifikan parsial (uji t) dapat disimpulkan hasilnya sebagai berikut:

- 1) Variabel produk memiliki nilai T_{hitung} 6,880 sedangkan T_{tabel} 1,668. Sehingga T_{hitung} (6,880) > T_{tabel} (1,668). Maka variabel produk (H_1) diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai.
 - 2) Variabel lokasi memiliki nilai T_{hitung} 0,715 sedangkan T_{tabel} 1,668. Sehingga T_{hitung} (0,715) > T_{tabel} (1,668). Maka variabel lokasi (H_2) diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai.
 - 3) Variabel keuntungan administratif memiliki T_{hitung} 4,335 sedangkan T_{tabel} 1,668. Sehingga T_{hitung} (4,335) > T_{tabel} (1,668). Jadi dapat disimpulkan bahwa keuntungan administratif berpengaruh terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai.
- c. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel IV.19
Hasil Uji Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Si g.
1	Regression	1034.776	3	344.925	23.360	.000 ^b
	Residual	959.774	65	14.766		
	Total	1994.551	69			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Administratif, Lokasi, Produk

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Nilai F_{tabel} untuk nilai signifikan 0,1 dengan regression $df_1 = k-1$ atau $4-1=3$ (k jumlah variabel) dan residual $df_2 = 69-3-1 = 65$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen) maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} adalah sebesar 2,75.

Dari hasil uji signifikan simultan uji F diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 23,360 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,75 sehingga $F_{hitung} (23,360) > F_{tabel} (2,75)$ maka variabel minat nasabah (H_4) diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa produk, lokasi, dan keuntungan administratif berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Minat merupakan suatu perilaku kecenderungan merasa tertarik atau terdorong untuk melakukan suatu aktivitas untuk mendapatkan dan memiliki barang dan jasa. Salah satu faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam suatu bank yaitu produk, lokasi dan keuntungan administratif. Berdasarkan analisis linear berganda persamaan regresi didapatkan dari hasil perhitungan sebagai berikut: Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh produk, lokasi dan keuntungan administratif terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kecamatan Binjai Kota. Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = -6,400 + 0,687 X_1 + 0,065 X_2 + 0,376 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

Nilai konstanta sebesar 6,400, menyatakan bahwa produk, lokasi dan keuntungan administratif diasumsikan 0 maka minat minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai sebesar 6,400 satuan.

Nilai koefisien regresi variabel produk (b1) bernilai positif sebesar 0,678 , artinya apabila tingkat nilai produk meningkat 1 satuan maka minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai akan meningkat sebesar $6,400 + 0,678 = 7,078$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap.

Nilai koefisien regresi variabel lokasi (b2) bernilai positif sebesar 0,065, artinya apabila tingkat nilai lokasi meningkat 1 satuan, maka minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai akan meningkat sebesar $6,400 + 0,065 = 6,465$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap.

Nilai koefisien regresi variabel keuntungan administratif (b3) bernilai positif sebesar 0,376, artinya apabila tingkat nilai keuntungan administratif meningkat 1 satuan maka minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai akan menurun sebesar $6,400 + 0,376 = 6,776$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap.

Adapun pembahasan hasil analisis data penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh produk secara parsial terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kecamatan Binjai Kota

Produk merupakan sekumpulan atribut yang nyata, didalamnya sudah tercakup harga, *brand*, pelayanan yang diterima pembeli sebagai sesuatu yang mungkin memuaskan keinginannya. Secara parsial variabel produk memiliki nilai T_{hitung} 6,880 sedangkan T_{tabel} 1,668. Sehingga T_{hitung} (6,880) > T_{tabel} (1,668). Maka variabel produk (H_1) diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Nurul Fadillah dengan judul penelitian “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Padangsidempuan”. Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri (BSM) cabang Padangsidempuan dipengaruhi oleh pelayanan, produk dan bagi hasil secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah non muslim dengan nilai (56,416 > 2,36). Selain itu, penelitian Puji Hadiyati dan Dicky Fatkhurozi dengan judul penelitian “Pengaruh Promosi, Produk, dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Non Muslim Berbank Syariah” menyatakan bahwa faktor produk, berpengaruh positif terhadap minat masyarakat non muslim berbank syariah.

2. Pengaruh lokasi secara parsial terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kecamatan Binjai Kota

Lokasi bank adalah tempat di mana di perjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu kantor kas dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Secara parsial variabel lokasi memiliki nilai T_{hitung} 0,715 sedangkan T_{tabel} 1,668. Sehingga $T_{hitung} (0,715) > T_{tabel} (1,668)$. Maka variabel lokasi (H_2) diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian Alfi Kaukab dengan judul penelitian “Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk, dan Religius Stimuli terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo”, bahwa variabel lokasi, secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah.

3. Pengaruh keuntungan administratif secara parsial terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kecamatan Binjai Kota

Keuntungan administratif dapat juga dimaknai dengan bagi hasil. Bagi hasil menurut terminologi asing (Bahasa Inggris) dikenal dengan *Profit Sharing*. *Profit* dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara istilah *Profit Sharing* diartikan sebagai distribusi beberapa bagian laba pada pegawai perusahaan. Secara parsial variabel keuntungan

administratif memiliki T_{hitung} 4,335 sedangkan T_{tabel} 1,668. Sehingga T_{hitung} (4,335) > T_{tabel} (1,668). Jadi dapat disimpulkan bahwa keuntungan administratif berpengaruh terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian Nikmah Pulungan dengan judul penelitian “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Biaya Administrasi terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan Angkatan 2017)”, menyatakan bahwa variabel biaya administrasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-1,183 < 1,667).

4. Pengaruh produk, lokasi, dan keuntungan administratif berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap minat masyarakat Non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kecamatan Binjai Kota

Berdasarkan hasil uji signifikan simultan uji F diatas diperoleh F_{hitung} sebesar 23,360 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,75 sehingga F_{hitung} (23,360) > F_{tabel} (2,75) maka variabel minat nasabah (H_4) diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa produk, lokasi, dan keuntungan administratif berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian Suci Nadhilah Rangkuti dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank

Syariah di Kota Medan”, menyatakan bahwa analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Non-Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Medan yakni lokasi, produk, biaya administrasi, dan brand image secara simultan bersama-sama mempengaruhi minat masyarakat dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$.

D. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini disusun dengan langkah-langkah sedemikian rupa agar hasil yang didapatkan memuaskan. Namun pada hakikatnya untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab selama penelitian ini terdapat keterbatasan, diantaranya:

1. Keterbatasan dalam hal memilih variabel hanya menggunakan variabel produk, lokasi dan keuntungan administratif sementara masih banyak lagi variabel lain yang menyebabkan minat masyarakat non Muslim bertransaksi di Bank Syariah. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam mengisi jawaban setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
2. Peneliti juga tidak mampu mengontrol semua responden dalam menjawab angket yang diberikan, apakah responden memang menjawab sendiri atau asal menjawab.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha dan selalu sabar dalam melakukan penelitian agar penelitian ini maksimal. Akhirnya dengan segala

kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak, skripsi ini dapat terselesaikan dan semoga penelitian selanjutnya lebih sempurna lagi.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai (Studi Kasus pada Nasabah Non Muslim)” maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh produk terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai dengan nilai Thitung $(6,880) > T_{tabel} (1,668)$.
2. Secara parsial terdapat pengaruh lokasi terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai dengan nilai Thitung $(0,715) > T_{tabel} (1,668)$.
3. Secara parsial terdapat pengaruh keuntungan administratif terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai dengan nilai Thitung $(4,335) > T_{tabel} (1,668)$.
4. Secara simultan terdapat pengaruh produk, lokasi dan keuntungan administratif terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai dengan nilai Fhitung $(23,360) > F_{tabel} (2,75)$.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Perbankan Syariah

Penelitian ini diharapkan berguna bagi Perbankan Syariah sebagai bahan masukan dan evaluasi tentang “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai (Studi Kasus pada Nasabah Non Muslim)” serta lebih kreatif dan inovatif dalam membangun kerja sama.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi dan bahan pertimbangan oleh kalangan masyarakat dalam memilih atau memutuskan untuk bertransaksi di Bank Syariah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian selanjutnya terutama berkaitan dengan “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah di Kota Binjai (Studi Kasus pada Nasabah Non Muslim)”. Penelitian selanjutnya juga dapat menambah sampel penelitian sehingga informasi lebih mewakili apa yang terjadi di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2018).
- Andang Sunarto, Dkk., *Statistik Pembiayaan Bermaasalah pada Bank*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018).
- Bobby Hartono, dan Leni Indriyani, *Minat Beli di Marketplace Shopee*, (Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022).
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2018).
- Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2019).
- Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016).
- Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali PERS, 2018).
- Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2018).
- Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2015).
- Juliansyah Noor, *Kupas Tuntas Data Penelitian Spss 22* (Jakarta: PT Elev Media Komputindo, 2015).
- _____, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana Pramedia Group, 2018).
- KBBI, Edisi V, dipublikasikan 28 Oktober 2016.
- Kasmir, *Pemasaran Bank, Edisi II*, (Jakarta: Kencana. 2018).
- _____, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017).
- M. Ali Hasan, *Berbagi Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: PT. Raja Gafindo Persada, 2017).

- Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018).
- Mudjarat Kuncoro Umar, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2018).
- Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, (Jakarta: Duta Medai Publishing, 2020).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Tengku Firli, *Manajemen Produk dan Merek*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021).
- Wahyunita S, Dkk., *Pengantar Bisnis (Konsep E-Marketing)*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022).
- Wiratna Sujarni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2016).
- Zainul Arifin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alfabet, 2017).

Sumber Jurnal:

- A. Fitria Arliana Mallawa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus BRI Syariah dan BNI Syariah Mikro Kota Palopo)", (*Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, Vol. 2 No. 3 Juli 2021).
- Agung A. Adhipratama, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non Muslim untuk Menggunakan Bank Syariah", (Skripsi Universitas Islam Indonesia, 2018).
- Akhmad Darmawan, Dkk., "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah", (*Jurnal Fokus Bisnis*, Vol. 18 No. 01, 2019).
- Alfi Kaukab, "Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk, dan Religius Stimuli terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank", 2018.
- Ana Maulida Sundari, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Mahasiswa Non Muslim pada Bank Syariah (Studi Kasus

pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta)”,
(Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017).

Anggi Fadhilah, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Kantor Cabang BCA Syariah Yogyakarta”,
(Skripsi UIN Yogyakarta, 2018).

Anjur Perkasa Alam dan Jureid, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Medan”, (*Jurnal Islamic Circle*, Vol.2 No. 1, 2021).

Ayu Wahid, “Pengaruh Faktor-Faktor terhadap Minat Nasabah Non Muslim dalam Menggunakan Produk Tabungan Bank Muamalat di Kota Makassar”, (Skripsi UIN Alaudin Makassar, 2021).

Dewi Silviana, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo”,
(Skripsi UIN Surabaya, 2018).

Dian Purwaningsih, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Wilayah Tangerang Selatan)”, (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

Ikin Ainul Yakin, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Muslim dan Non Muslim Terhadap Transaksi Pembiayaan Pada Perbankan Syariah”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.1 No.2, 2018

Lina Marlina, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Tasikmalaya”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol.7 No.1, 2020.

Nurul Fadilah, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Padangsidempuan”,
(Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2019).

Puji Hadiyati dan Dicky Fatkhurozi, “Pengaruh Promosi, Produk, dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Non Muslim Berbank Syariah”, (*Jurnal Perbanas Review*, Vol. 3 No. 2, 2018).

Rifani Anggraini dan Nurul Inayah, “Analisis Minat Nasabah Non-Muslim untuk Melakukan Pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima Medan”, (*Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 4 No. 1, 2022).

Siti Mawaddah, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banda Aceh”, (Skripsi UIM Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).

Suci Nadhilah Rangkuti, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi minat masyarakat Non-Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Medan”, (Skripsi Universitas Sumatera Utara, 2018).

Sujeweni V,W, *Spss Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2018).

Tandi Larasati Putri, Pengaruh Lokasi, Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah (Skripsi, Program Strata 1 IAIN Salatiga, 2017).

Sumber Lain:

binjaikota.bps.go.id, Diakses 4 Maret 2022. Pukul 19.00.

Hasil wawancara dengan Teti, Nasabah, 03 Maret 2022 pukul 15:20 WIB.

Hasil Wawancara dengan Meri, Nasabah, pada Tanggal 03 Maret pukul 10:43 WIB

Pemerintah Kota Binjai, “Tentang Kota Binjai”
<http://www.binjaikotaku.go.id/tentang-kota-binjai> di unduh pada tanggal 27 September 2022 pukul 10:00 WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : HANNA FADILLAH
Nim : 18 401 00058
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Binjai, 14 November 2000
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Anak ke : 3 dari 4 bersaudara
Alamat Lengkap : Jalan Bogor No.4 Binjai
Motto : Berbuat baiklah tanpa perlu alasan
Telepon/No. Hp : 0823- 6015 - 4042
Email : hannafadillah9397@gmail.com

B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Bambang Kusuma
Pekerjaan :
Nama Ibu : Suryani
Pekerjaan :

C. Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2006 - 2012 : SD Negeri 2 Binjai
Tahun 2012 - 2015 : SMP Negeri 2 Binjai
Tahun 2015 - 2018 : SMA Negeri 5 Binjai
Tahun 2018 - 2022 : Program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah,
Universitas Islam Negeri (UIN) SYAHADA
Padangsidempuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam.

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Produk	69	46	65	55.80	4.683
Lokasi	69	27	62	49.16	5.118
Administratif	69	43	65	52.30	5.383
Minat Nasabah	69	42	65	54.86	5.416
Valid N (listwise)	69				

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.75690436
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.048
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
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.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Produk	.992	1.008
	Lokasi	.993	1.007
	Administratif	.994	1.006

- a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Produk	Lokasi	Administratif	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Produk	Correlation Coefficient	1.000	-.058	.044	-.013
		Sig. (2-tailed)	.	.635	.718	.913
		N	69	69	69	69
	Lokasi	Correlation Coefficient	-.058	1.000	-.052	.046
		Sig. (2-tailed)	.635	.	.674	.706
		N	69	69	69	69
	Administratif	Correlation Coefficient	.044	-.052	1.000	-.068
		Sig. (2-tailed)	.718	.674	.	.581
		N	69	69	69	69
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.013	.046	-.068	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.913	.706	.581	.	
	N	69	69	69	69	

Uji Linearitas Produk (X^1)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah * Produk	Between Groups	(Combined)	1098.301	16	68.644	3.983	.000
		Linearity	753.466	1	753.466	43.716	.000
		Deviation from Linearity	344.834	15	22.989	1.334	.217

	Within Groups	896.250	52	17.236		
	Total	1994.551	68			

Uji Linearitas Lokasi (X^2)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah * Lokasi	Between Groups	(Combined) Linearity	722.367	20	36.118	1.363	.188
		Deviation from Linearity	.024	1	.024	.001	.976
			722.343	19	38.018	1.434	.156
Within Groups			1272.183	48	26.504		
Total			1994.551	68			

Uji Linearitas Administratif (X^3)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah * Administratif	Between Groups	(Combined) Linearity	787.917	20	39.396	1.567	.102
		Deviation from Linearity	334.625	1	334.625	13.311	.001
			453.293	19	23.858	.949	.532
Within Groups			1206.633	48	25.138		
Total			1994.551	68			

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.720 ^a	.519	.497	3.843	2.242

a. Predictors: (Constant), Administratif, Lokasi, Produk

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.400	8.603		-.744	.460
	Produk	.687	.100	.594	6.880	.000
	Lokasi	.065	.091	.062	.715	.477
	Administratif	.376	.087	.374	4.335	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.519	.497	3.843

a. Predictors: (Constant), Administratif, Lokasi, Produk

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.400	8.603		-.744	.460
	Produk	.687	.100	.594	6.880	.000
	Lokasi	.065	.091	.062	.715	.477
	Administratif	.376	.087	.374	4.335	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1034.776	3	344.925	23.360	.000 ^b
	Residual	959.774	65	14.766		
	Total	1994.551	68			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Administratif, Lokasi, Produk

Uji Validitas Produk (X¹)

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Total
X1.1 Pearson Correlation	1	.370**	.360**	.159	.412**	.522**	.492**	.407**	.140	.395**	.072	.277*	.675**
Sig. (2-tailed)		.002	.002	.192	.000	.000	.000	.001	.252	.001	.555	.021	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X1.2 Pearson Correlation	.370**	1	.005	.596**	.044	.375**	.301	.361**	.194	.143	.200	-.038	.539**
Sig. (2-tailed)	.002		.968	.000	.720	.001	.012	.002	.109	.242	.100	.754	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X1.3 Pearson Correlation	.360**	.005	1	.028	.430**	.234	.166	.477**	.224	.302*	.123	.425**	.595**
Sig. (2-tailed)	.002	.968		.820	.000	.053	.172	.000	.064	.012	.313	.000	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X1.4 Pearson Correlation	.159	.596**	.028	1	.006	.051	.037	.311**	.425**	.049	.191	-.085	.478**
Sig. (2-tailed)	.192	.000	.820		.962	.677	.763	.009	.000	.691	.115	.486	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X1.5 Pearson Correlation	.412**	.044	.430**	.006	1	.017	.200	.407**	.037	.584**	.274*	.276*	.549**
Sig. (2-tailed)	.000	.720	.000	.962		.890	.100	.001	.761	.000	.022	.022	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X1.6 Pearson Correlation	.522**	.375**	.234	.051	.017	1	.357**	.225	.019	.262*	-.034	.250*	.472**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.053	.677	.890		.003	.063	.875	.029	.784	.038	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X1.7 Pearson Correlation	.492**	.301	.166	.037	.200	.357**	1	.382**	-.016	.317**	.163	.063	.489**
Sig. (2-tailed)	.000	.012	.172	.763	.100	.003		.001	.894	.008	.180	.608	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X1.8 Pearson Correlation	.407**	.361**	.477**	.311**	.407**	.225	.382**	1	.017	.459**	.250	.088	.637**
Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.009	.001	.063	.001		.892	.000	.038	.473	.000
N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X1.9 Pearson Correlation	.140	.194	.224	.425**	.037	.019	-.016	.017	1	-.001	.085	.059	.411**
Sig. (2-tailed)	.252	.109	.064	.000	.761	.875	.894	.892		.994	.485	.629	.000

X2.5	Pearson Correlation	.501**	.356**	.323**	.462**	1	.369**	.227	.129	.372**	.733**	.300	-	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.007	.000		.002	.061	.290	.002	.000	.012	.893	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X2.6	Pearson Correlation	.227	.490**	.093	.461**	.369**	1	.123	.096	.472**	.291	.821**	.049	.643**
	Sig. (2-tailed)	.060	.000	.448	.000	.002		.315	.434	.000	.015	.000	.691	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X2.7	Pearson Correlation	.220	.196	-.029	.242*	.227	.123	1	.088	.205	.247	.142	-.059	.356**
	Sig. (2-tailed)	.070	.106	.810	.045	.061	.315		.471	.091	.040	.243	.629	.003
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X2.8	Pearson Correlation	.034	.123	.560**	.041	.129	.096	.088	1	.008	.321**	.010	-.001	.395**
	Sig. (2-tailed)	.780	.314	.000	.740	.290	.434	.471		.946	.007	.937	.993	.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X2.9	Pearson Correlation	.360**	.400**	.066	.820**	.372**	.472**	.205	.008	1	.388**	.533**	.198	.701**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.589	.000	.002	.000	.091	.946		.001	.000	.102	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X2.10	Pearson Correlation	.239	.364**	.072	.385**	.733**	.291	.247	.321**	.388**	1	.369**	.021	.651**
	Sig. (2-tailed)	.048	.002	.559	.001	.000	.015	.040	.007	.001		.002	.865	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X2.11	Pearson Correlation	.229	.432**	.061	.441**	.300	.821**	.142	.010	.533**	.369**	1	.132	.653**
	Sig. (2-tailed)	.059	.000	.621	.000	.012	.000	.243	.937	.000	.002		.280	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X2.12	Pearson Correlation	.121	.124	-.054	.155	-.016	.049	-.059	-.001	.198	.021	.132	1	.268*
	Sig. (2-tailed)	.320	.309	.661	.204	.893	.691	.629	.993	.102	.865	.280		.026
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Total	Pearson Correlation	.524**	.649**	.418**	.716**	.691**	.643**	.356**	.395**	.701**	.651**	.653**	.268*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.001	.000	.000	.000	.026	
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69

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

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

Y3	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.527** .000 69	.518** .000 69	1 .000 69	.590** .000 69	.208 .086 69	.111 .362 69	.329** .006 69	.267* .027 69	.112 .359 69	.050 .681 69	.260* .031 69	.409** .000 69	.520** .000 69
Y4	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.460** .000 69	.679** .000 69	.590** .000 69	1 .001 69	.380** .028 69	.264* .023 69	.274* .000 69	.546** .008 69	.315** .094 69	.203 .008 69	.319** .008 69	.542** .000 69	.665** .000 69
Y5	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.124 .308 69	.320** .007 69	.208 .086 69	.380** .001 69	1 .000 69	.597** .344 69	.116 .000 69	.462** .000 69	.380** .001 69	.481** .000 69	.441** .000 69	.496** .000 69	.664** .000 69
Y6	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.033 .789 69	.256* .034 69	.111 .362 69	.264* .028 69	.597** .000 69	1 .786 69	- .033 69	.299* .013 69	.371** .002 69	.364** .002 69	.365** .002 69	.347** .003 69	.540** .000 69
Y7	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.717** .000 69	.431** .000 69	.329** .006 69	.274* .023 69	.116 .344 69	- .033 69	1 .786 69	.124 .310 69	- .872 69	.212 .080 69	.068 .578 69	.308* .010 69	.412** .000 69
Y8	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.334** .005 69	.472** .000 69	.267* .027 69	.546** .000 69	.462** .000 69	.299* .013 69	.124 .310 69	1 .000 69	.664** .000 69	.631** .000 69	.603** .000 69	.574** .000 69	.751** .000 69
Y9	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.080 .512 69	.326** .006 69	.112 .359 69	.315** .008 69	.380** .001 69	.371** .002 69	- .020 69	.664** .000 69	1 .000 69	.716** .000 69	.803** .000 69	.688** .000 69	.710** .000 69
Y10	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.289* .016 69	.209 .085 69	.050 .681 69	.203 .094 69	.481** .000 69	.364** .002 69	.212 .080 69	.631** .000 69	.716** .000 69	1 .000 69	.772** .000 69	.700** .000 69	.727** .000 69
Y11	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.188 .121 69	.300* .012 69	.260* .031 69	.319** .008 69	.441** .000 69	.365** .002 69	.068 .578 69	.603** .000 69	.803** .000 69	.772** .000 69	1 .000 69	.812** .000 69	.774** .000 69
Y12	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed)	.440** .000	.560** .000	.409** .000	.542** .000	.496** .000	.347** .003	.308* .010	.574** .000	.688** .000	.700** .000	.812** .000	1 .000	.874** .000

N		69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Total	Pearson Correlation	.568**	.678**	.520**	.665**	.664**	.540**	.412**	.751**	.710**	.727**	.774**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69

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

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

Uji Reliabilitas Produk (X^1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	12

Uji Reliabilitas Lokasi (X^2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	12

Uji Reliabilitas Administratif (X^3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	12

Uji Reliabilitas Minat Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	12

Kesimpulan Uji Validitas Produk (X^1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,675	Instrumen valid jika r_{hitung}	Valid
2	0,539		Valid

3	0,595	$> r_{\text{tabel}}$ untuk $df=n-2=69-2=67$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1997	Valid
4	0,478		Valid
5	0,549		Valid
6	0,472		Valid
7	0,489		Valid
8	0,637		Valid
9	0,411		Valid
10	0,600		Valid
11	0,448		Valid
12	0,425		

Kualitas Lokasi (X^2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,524	$> r_{\text{tabel}}$ untuk $df=n-2=69-2=67$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1997	Valid
2	0,649		Valid
3	0,418		Valid
4	0,716		Valid
5	0,691		Valid
6	0,643		Valid
7	0,356		Valid
8	0,395		Valid
9	0,701		Valid
10	0,651		Valid
11	0,653		Valid
12	0,268		Valid

Administratif (X^3)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,275	$> r_{\text{tabel}}$ untuk $df=n-2=69-2=67$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1997	Valid
2	0,565		Valid
3	0,462		Valid
4	0,810		Valid
5	0,488		Valid
6	0,541		Valid
7	0,416		Valid
8	0,537		Valid
9	0,565		Valid
10	0,462		Valid
11	0,810		Valid
12	0,488		Valid

Minat Nasabah (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,568	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} untuk df=n-2=69- 2=67 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} sebesar 0,1997	Valid
2	0,678		Valid
3	0,520		Valid
4	0,665		Valid
5	0,664		Valid
6	0,540		Valid
7	0,412		Valid
8	0,751		Valid
9	0,710		Valid
10	0,727		Valid
11	0,774		Valid
12	0,874		Valid

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's <i>Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Produk	0,729	12	Reliabel
Lokasi	0,780	12	Reliabel
Administratif	0,782	12	Reliabel
Minat Nasabah	0,875	12	Reliabel

DOKUMENTASI WAWANCARA





