



**DETERMINAN MINAT PEDAGANG PAKAIAN
PASAR SANGKUMPAL BONANG MELAKUKAN
PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH
DI KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

**NURHALIMAH HARAHAHAP
NIM. 16 401 00287**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**DETERMINAN MINAT PEDAGANG PAKAIAN
PASAR SANGKUMPAL BONANG MELAKUKAN
PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH
DI KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

**NURHALIMAH HARAHAHAP
NIM. 16 401 00287**

PEMBIMBING I

**H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002**

PEMBIMBING II

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH
ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **NURHALIMAH HARAHAP**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 24 Oktober 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **NURHALIMAH HARAHAP** yang berjudul **"DETERMINAN MINAT PEDAGANG PAKAIAN PASAR SANGKUMPAL BONANG MELAKUKAN PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH DI KOTA PADANGSIDIMPUAN"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

H. Aswadi Lubis, S.E.,M.Si
NIP. 19630107199903 1 002

PEMBIMBING II

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

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : NURHALIMAH HARAHAHAP
NIM : 16 401 00287
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : DETERMINAN MINAT PEDAGANG PAKAIAN PASAR
SANGKUMPAL BONANG MELAKUKAN PEMBIAYAAN
PADA BANK SYARIAH PADANGSIDMPUAN

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.

Padangsidimpuan, 24 Oktober 2022
Saya yang Menyatakan,



NURHALIMAH HARAHAHAP
NIM. 16 401 00287

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurhalimah Harahap
NIM : 16 401 00287
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: “ **DETERMINAN MINAT PEDAGANG PAKAIAN PASAR SANGKUMPAL BONANG MELAKUKAN PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH DI KOTA PADANGSIDIMPUAN**”. 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 (*data base*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 24 Oktober 2022
Yang menyatakan,



**NURHALIMAH HARAHAP
NIM. 16 401 00287**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website:uinsyahada.ac.id

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : NURHALIMAH HARAHAP
NIM : 16 401 00287
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Determinan Minat Pedagang Pakaian Pasar
Sangkumpal Bonang Melakukan
Pembiayaan Pada Bank Syariah Di Kota
Padangsidempuan

Ketua

Nofinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 1982111620110120003

Sekretaris

Azwar Hamid, M.A.
NIP. 198603112015031005

Anggota

Nofinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 1982111620110120003

Azwar Hamid, M.A.
NIP. 198603112015031005

H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si.
NIP. 196301071999031002

Sarmiana Babubara, M.A.
NIP. 198603272019032012

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di

Hari/Tanggal

Pukul

Hasil/Nilai

: Padangsidempuan

: Selasa/10 Januari 2023

: 14.00 WIB s/d Selesai

: Lulus / 66 (C)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

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

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Determinan Minat Pedagang Pakaian Pasar Sangkumpal Bonang Melakukan Pembiayaan Pada Bank Syariah Di Kota Padangsidimpuan**

Nama : **Nurhalimah Harahap**

NIM : **16 401 00287**

Tanggal Yudisium : **28 Januari 2023**

Indeks Prestasi Kumulatif : **3,27**

Predikat : **Sangat Memuaskan**

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

Padangsidimpuan, 17 Maret 2023



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

ABSTRAK

Nama : NURHALIMAH HARAHAHAP

Nim : 16 401 00287

Judul Skripsi : **Determinan Minat Pedagang Pakaian Pasar Sangkumpul Bonang Melakukan Pembiayaan Pada Bank Syariah di Kota Padangsidempuan**

Pedagang pakaian Pasar Sangkumpul Bonang belum sepenuhnya menggunakan produk bank syariah dalam segi transaksi dan pembiayaan. Karena pedagang pakaian Pasar Sangkumpul Bonang lebih memilih menggunakan produk bank konvensional dibandingkan dengan produk bank syariah dalam segi transaksi dan pembiayaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian Pasar Sangkumpul Bonang Padangsidempuan melakukan pembiayaan di bank syariah.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang-bidang ilmu perbankan syariah. Sehubungan dengan ini pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan faktor produk, kualitas pelayanan dan minat pedagang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Dengan sumber data yaitu data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, dengan jumlah sampel 60 pedagang. Pengambilan sampel digunakan dengan *purposive sampling*, sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian uji t dapat disimpulkan bahwa secara parsial produk dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat. Sementara hasil uji F dapat diketahui dalam variabel faktor produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat pedagang bagi pembiayaan pada bank syariah di kota Padangsidempuan.

Kata Kunci : Produk, Pelayanan, Minat

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr. Wb

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

Skripsi ini berjudul: **“Determinan Minat Pedagang Pakaian Pasar Sangkumpul Bonang Melakukan Pembiayaan Pada Bank Syariah Di Kota Padangsidempuan”**, ditulis untuk menambah pengetahuan peneliti dan orang-orang yang membaca karya ilmiah ini, untuk referensi penelitian selanjutnya. Dan untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag. selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidempuan, 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. H. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Armyn Hasibuan, M.Ag 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 yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
4. Bapak H. Aswadi Lubis, S.E.,M.Si, selaku pembimbing I dan Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M., selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu dosen UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.

6. Teristimewa Kepada Keluarga Tercinta Ayahanda Alm. Pendi Harahap, Ibunda Asmarani Hasibuan, dan abang saya Khairul Saleh Harahap, Mustapa Nauli Harahap, Ranto, kakak saya Lolita Amanda Harahap, Annisa Fitri, Masdeni Pohan, dan adik saya Risky Pandapotan Harahap, yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril, tenaga dan doa yang selalu dipanjatkan tiada henti untuk peneliti demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai kuliah di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
7. Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya Dinda Yana Tanjung, Angga Angreni, Riska Fatimah, Iska Wulandari, Ibnu Bandaharo, Holiluddin Pulungan, Sawal Hasibuan, Eka Novi Anti, Renita Hasibuan, Siti Sari Dina, Murni Savitri Sihombing, Hawa Harahap, Mida Sari Harahap, karena selalu menjadi tempat berbagi ilmu serta motivasi bagi peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Teman-teman Perbankan Syariah-8 angkatan 2016 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan skripsi ini.
9. 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.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan

kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan skripsi ini masih ada kekurangan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb

Padangsidempuan, Desember 2022
Peneliti,

NURHALIMAH HARAHAHAP
NIM. 16 401 00287

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.



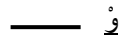
Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	s (dengan titik dibawah)
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 vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

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

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

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

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

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ي.....	Kasrah dan ya	ī	I dan garis di bawah
و.....	ḍommah 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 ḍommah, 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 : ء . 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 // 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 sepertiapa 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.

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Definisi Operasional Variabel.....	8
F. Tujuan Penelitian	9
G. Kegunaan Penelitian	10
H. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Kerangka Teori	13
1. Minat.....	13
a. Pengertian Minat.....	13
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat	15
2. Produk	16
a. Pengertian produk	16
b. Jenis produk bank syariah.....	17
c. Pembiayaan bank syariah.....	21
d. Produk pembiayaan	23
3. Pelayanan	28
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Pikir	40
D. Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	44
B. Jenis Penelitian.....	44
C. Populasi dan Sampel	44
a. Populasi.....	44
b. Sampel	45
D. Sumber Data.....	46

E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
1. Observasi	47
2. Dokumentasi.....	47
3. Studi keputusan	47
4. Kuisisioner	48
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	50
1. Uji Validitas	50
2. Uji Reliabilitas.....	50
G. Analisis Data.....	51
1. Uji Normalitas	51
2. Uji Analisis Deskriptif	51
3. Uji Asumsi Klasik	51
4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
5. Uji Hipotesis.....	53
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)	54
c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	54
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	55
A. Gambaran Umum Pasar Sangkumpal Bonang.....	55
B. Karakteristik Responden dan Proses Penyebaran Angket	56
C. Hasil Penelitian	57
1. Hasil Uji Validitas	57
2. Hasil Uji Reliabilitas	59
3. Hasil Uji Statistik Deskriptif	59
4. Hasil Uji Normalitas	60
5. Hasil Uji Linearitas	61
6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	63
a. Hasil Uji Multikolinearitas	63
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	64
8. Hasil Uji Hipotesis	66
a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	66
b. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	67
c. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	68
D. Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel	8
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel III.1 Pengukuran Skala Ordinal	48
Tabel III.2 Kisi-Kisi Kuisioner Faktor Produk	49
Tabel III.3 Kisi-Kisi Kuisioner Kualitas Pelayanan	49
Tabel III.4 Kisi-Kisi Kuisioner Minat.....	49
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Produk.....	57
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	58
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Variabel Minat	58
Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel IV.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	60
Tabel IV.6 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel IV.7 Hasil Uji Linearitas Produk dengan Minat	62
Tabel IV.8 Hasil Uji Linearitas Pelayanan dengan Minat	62
Tabel IV.9 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel IV.10 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	64
Tabel IV.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	65
Tabel IV.12 Hasil Uji Koefisien Determinan	66
Tabel IV.13 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	67
Tabel IV.14 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pikir.....	41
------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah telah membawa dampak positif dalam dunia perbankan di Indonesia. Keberadaan perbankan syariah saat ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yaitu memberikan pelayanan jasa perbankan atau lembaga keuangan yang bersih dari riba serta intitusi yang lebih baik. Jasa perbankan telah membantu dalam mempermudah pertukaran dan membantu pembentukan modal bagi masyarakat.

Bank syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum) Islam. Bank Islam adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam yang sah, dikembangkan pada abad pertama Islam, menggunakan konsep berbagai risiko sebagai metode utama, dan meniadakan keuangan berdasarkan kepastian serta keuntungan yang ditentukan sebelumnya.¹

Dalam perkembangan bisnis perbankan syariah masih belum dapat berkembang pesat di Indonesia. Hal itu disebabkan karena masih ada persoalan yang pada umumnya orang beranggapan bahwa menabung di bank syariah itu sama dengan menabung di bank konvensional. Masyarakat banyak yang menanggapi dengan satu sisi saja, sehingga tidak heran mereka kurang berminat menjadi nasabah dan mendapatkan pembiayaan dari perbankan syariah.

¹Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2013) hlm. 15.

Produk sangat berpengaruh dengan lingkungan ekonomi, sosial, budaya serta politik dan hukum. Banyak masyarakat yang menggunakan jasa bank dengan cara melihat produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Maka dari itu persaingan semakin meningkat didunia perbankan, bank syariah menawarkan produk yang berlandaska kepada syariah dan memberikan pelayanan yang mudah untuk masyarakat dalam bertransaksi.

Bank syariah tentu saja harus selalu dapat memberikan keyakinan kepada masyarakat bahwa produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan etika dan prinsip-prinsip syariah, misalnya tidak mengandung unsur spekulatif ataupun tipuan. Bank syariah juga harus dapat memberikan perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional dimata masyarakat luas.²

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu: Produk penyaluran dana (*financing*), produk penghimpunan dana (*funding*), produk jasa (*servis*). Bank syariah menerapkan marjin keuntungan terhadap produk-produk pembiayaan yang berbasis *Natural Certainty Contracts* (NCC), yakni akad bisnis yang memberikan kepastian pembayaran, baik dari segi sejumlah (*amount*) maupun waktu (*timing*), seperti pembiayaan *murabahah*, *ijarah*, *ijarah muntahia bit tamliki*, *salam*, dan *istisna*.³

Secara garis besar produk penyaluran dana atau pembiayaan syariah terbagi ke dalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu:

²Amir Machmud and Rukmana, *Bank Syariah*, (Jakarta Erlangga, 2010), hlm. 6.

³Adiwarman Karim, *Bank Islam, Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 87.

1. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli.
2. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa).
3. Transaksi pembiayaan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa dengan prinsip bagi hasil.

Masyarakat pada umumnya memiliki banyak pilihan dalam memutuskan tempat, produk, bahkan kerja sama dengan dunia perbankan. Faktor-faktor yang memengaruhi seseorang melakukan pembiayaan pada lembaga keuangan perbankan diantaranya adalah tingkat suku bunga, tingkat pendapatan dan kemajuan teknologi. Nasabah memilih tempat untuk menyimpan dananya bukan hanya sekadar ingin mendapatkan jaminan yang aman dari berbagai bahaya, tetapi juga memiliki nilai bagi nasabah yang artinya sejumlah keuntungan yang diharapkan nasabah dari sesuatu hal yang dikonsumsi atau dibelinya.

Pelayanan merupakan syarat utama bagi kelangsungan hidup suatu bank, khususnya bank syariah. Dengan pelayanan yang baik serta kenyamanan yang diberikan kepada nasabah dapat menentukan laju pertumbuhan suatu bank. Pelayanan yang baik salah satu hal yang penting bagi nasabah karena dengan pelayanan yang baik akan membuat nasabah menjadi lebih tertarik menggunakan jasa perbankan dan nasabah lebih merasa nyaman.

Minat nasabah menggunakan pembiayaan di bank syariah ini karena adanya faktor-faktor yang dapat memengaruhi nasabah tersebut. Beberapa faktor yang mendorong nasabah menggunakan pembiayaan bank syariah yaitu: produk, pelayanan dan minat. Dengan demikian dapat diketahui beberapa faktor tersebut ada yang berpengaruh besar terhadap minat nasabah menggunakan pembiayaan bank syariah.

Dalam upaya memperkenalkan produk dan menarik minat masyarakat, strategi promosi merupakan faktor yang perlu diperhatikan oleh bank. Promosi yang menarik dan efektif akan mampu menarik minat nasabah menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank. Nasabah akan merespon baik apabila produk yang ditawarkan bank syariah dapat memberikan kemudahan dan keuntungan bagi nasabah yang menggunakan pembiayaan.

Pedagang pakaian di Pasar Sangkumpul Bonang didominasi pedagang pakaian di Pasar Sangkumpul Bonang ini banyak yang membutuhkan modal untuk menjalankan usahanya. Pedagang pakaian di Pasar Sangkumpul Bonang banyak yang memanfaatkan perbankan untuk memperoleh modal usahanya. Sebagian besar pedagang pakaian ini lebih memilih jasa perbankan konvensional daripada perbankan syariah. Jumlah pedagang pakaian yang menggunakan jasa perbankan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.
Jumlah Pedagang Pakaian Pasar Sangkumpul Bonang Yang Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tahun 2023

Tahun	Bank Syariah	Bank Konvensional	Tidak Menggunakan Bank Sama Sekali	total
2023	60	52	38	150

Berdasarkan tabel di atas jumlah keseluruhan pedagang pakaian pasar sangkumpul bonang adalah 150 pedagang. Pedagang pakaian yang menggunakan jasa bank syariah terdiri dari 60 pedagang, yang menggunakan jasa bank konvensional terdiri dari 52 pedagang, dan yang tidak menggunakan bank sama sekali terdiri dari 38 pedagang.

Pengetahuan pedagang pakaian di pasar Sangkumpul Bonang ini rendah terhadap bank syariah dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan bank syariah di kalangan masyarakat pedagang mengira bahwa bank syariah hanya menggunakan label syariah saja, padahal produk pelayanan yang diberikan oleh bank syariah berbeda dengan bank konvensional.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Annisa seorang pedagang pakaian mengatakan “saya hanya mempunyai tabungan konvensional karena saya kurang paham tentang bank syariah” dan beliau juga mengatakan belum pernah menabung di bank syariah.⁴ Bapak Rahmad seorang pemilik tokoh pakaian juga mengatakan “saya hanya mempunyai tabungan di bank

⁴ Hasil Wawancara dengan Ibu Annisa,(pedagang pakaian di pasar sangkumpul bonang), kamis 25 juni 2020 pukul 10.30. WIB

konvensional karena menurut saya bank syariah dan bank konvensional sama saja yang membedakan hanya pelayanannya saja”.⁵ Ibu Juliana Andayani Harahap pedagang pakaian juga mengatakan “saya tertarik dengan bank konvensional karena mudah menemukan ATM (*Automated Teller Machine*) bank tempat saya membuka rekening.”⁶

Ibu Mia seorang pedagang pakaian yang memiliki tabungan di bank syariah memberikan alasan “lebih memilih bank syariah karena lebih terjamin kehalalannya dan ini menjauhi riba”.⁷ Dari pernyataan di atas dapat dilihat bahwa pedagang lebih banyak berminat di bank konvensional. Hal ini terjadi karena pedagang menganggap bahwa bank syariah dan bank konvensional adalah sama yang membedakan hanya nama produk dan pelayanannya saja. Fasilitas yang diberikan bank konvensional lebih bagus seperti ATM (*Automated Teller Machine*) bank konvensional lebih mudah ditemukan di sekitar Pasar Sangkumpul Bonang.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka penelitian tertarik mengadakan penelitian yang berjudul “ Determinan Minat Pedagang Pakaian Pasar Sangkumpul Bonang Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Kota Padangsidempuan ”.

⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Rahmad , (pedagang pakaian di pasar sangkumpul bonang), jumát 26 juni 2020 pukul 11.00. WIB

⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Juliana Handayani Harahap, (pedagang pakaian di pasar sangkumpul bonang), sabtu 27 juni 2020 pukul 10.00. WIB

⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Mia, (pedagang pakaian di pasar sangkumpul bonang), minggu 28 juni 2020 pukul 13.00. WIB

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penelitian mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pedagang pakaian pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpun masih banyak yang menggunakan bank konvensional karena kelompok serta pedagang lainnya masih ada beberapa yang belum beralih ke lembaga keuangan syariah.
2. Sebagian masyarakat yang menganggap kualitas pelayanan bank syariah sama saja dengan bank konvensional.
3. Pedagang pakaian pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpun masih banyak menggunakan bank konvensional karena keluarga serta kerabatnya masih menggunakan bank konvensional.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini merupakan upaya untuk memfokuskan persoalan yang akan diteliti. Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi masalah pada penelitian ini hanya pada pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian pasar Sangkumpal Bonang melakukan pembiayaan pada Bank Syariah di kota Padangsidimpun.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh produk terhadap minat pedagang pakaian Pasar Sangkumpul Bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota Padangsidempuan?
2. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap minat pedagang pakaian Pasar Sangkumpul Bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota Padangsidempuan?
3. Apakah ada pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian Pasar Sangkumpul Bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota Padangsidempuan?

E. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahan pahaman dalam memahami judul penelitian, maka akan dijelaskan definisi operasional dari judul penelitian pengaruh produk, pelayanan terhadap minat pedagang pakaian Pasar Sangkumpul Bonang di kota Padangsidempuan melakukan pembiayaan pada bank syariah.

Tabel I.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Produk (X1)	Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sesuatu yang diciptakan sesuai dengan syariah, dan dapat memuaskan nasabah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manfaat inti produk 2. Kelebihan yang dimiliki produk 3. Potensi masa depan produk 	Ordinal

Pelayanan (X2)	Pelayanan merupakan salah satu cara yang dilakukan pegawai bank untuk berkomunikasi dengan nasabah, beretika baik, sopan dan ramah sehingga memenuhi keputusan nasabah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibles</i> (kemampuan fisik dan personil) 2. <i>Reliability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (Rasa tanggung jawab) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Empaty</i> (perhatian) 	Ordinal
Minat (Y)	Minat adalah sesuatu yang dapat mendorong dan memengaruhi seseorang untuk menggunakan produk dan jasa Bank.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dorongan dari dalam individu 2. Motif sosial 3. Faktor emosional 	Ordinal

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap minat pedagang pakaian pasar Sangkumpal Bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat pedagang pakaian pasar Sangkumpal Bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidempuan.

3. Untuk mengetahui pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian pasar Sangkumpul Bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidempuan.

G. Kegunaan penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan dan menyosialisasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

2. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan masukan untuk lebih mengetahui tanggapan nasabah tentang perbankan syariah, sehingga dapat menentukan kebijakan yang tepat.

3. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan pertimbangan untuk lebih mengetahui tentang Bank Syariah dan produk-produk pembiayaan yang ada dalam bank syariah. Agar nasabah dapat mengambil keputusan bahwa bank konvensional dan bank syariah memiliki perbedaan.

4. Bagi Dunia Akademik

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah informasi bagi seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada umumnya Mahasiswa/i

Jurusan Perbankan Syariah khususnya dan juga sebagai bahan bacaan dalam menyelesaikan tugas yang terkait dalam hal ini.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini memiliki sistematika pembahasan untuk lebih mudah memahami pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari sebagai berikut:

Bab I pendahuluan dalam bab ini terdiri dari latar belakang, penulis memaparkan beberapa variabel atau faktor lain yang berhubungan dengan penelitian yang disebut identifikasi masalah, kemudian peneliti menjelaskan rumusan masalah yang masih berkaitan dengan tujuan penelitian, menjelaskan definisi variabel dari beberapa referensi dan pada akhirnya menjelaskan beberapa manfaat penelitian.

Bab II landasan teori dalam penelitian ini terdiri dari teori sosial, pelayanan, penelitian terdahulu sebagai bukti keaslian skripsi, serta menjelaskan pendapat-pendapat peneliti sendiri yang dapat disebut kerangka pikir.

Bab III metode penelitian dalam bab ini terdiri dari teknik-teknik pengumpulan data, termasuk metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan sistematika pembahasan.

Bab IV hasil penelitian dalam bab ini terdiri dari objek penelitian serta hasil uji yang telah dilakukan di lapangan apakah terdapat kesinambungan

antara hipotesis dengan hasil uji sebenarnya yang telah dilakukan oleh peneliti apabila data sudah diolah. Selanjutnya diakhiri dengan pembahasan.

Bab V penutup dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan merangkum hal-hal penting dengan singkat, jelas dan padat yang mencakup seluruh poin inti. Selanjutnya dengan memberi saran yang membangun bagi pihak lain.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat dalam kamus bahasa besar Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu keinginan.⁸ Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu.⁹

Menurut Prof. Dr. H. Djaali bahwa minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.¹⁰

Menurut Ferdinand minat konsumen dapat dibagi menjadi empat bagian yaitu sebagai berikut:

- 1) Minat transaksional yaitu kecenderungan minat seseorang dalam melakukan pembelian produk.

⁸Meity Taqdir Qodratillah, *Kamus Bahasa Indonesia, Untuk Pelajar* (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembina Bahasa, Kementerian dan Kebudayaan, 2011), hlm. 322.

⁹Assauri, S. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali pers, 2011), hlm. 55.

¹⁰Djaali, *psikologi pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 121.

- 2) Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan seseorang memiliki preferensi utama atas produk tersebut.
- 3) Minat referensial yaitu minat yang cenderung memberikan referensi kepada orang lain.
- 4) Minat eksploratif yaitu minat yang menggambarkan seseorang selalu mencari informasi mengenai produk yang di beli.¹¹

Berdasarkan tujuan dan sifat masalah yang diteliti maka jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat nasabah pada perbankan syariah.

Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut:

- 1) Minat bersifat pribadi (individu), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
- 2) Minat menimbulkan efek diskriminatif.

¹¹ Bobby Raditya Priambodo ,”Pengaruh Kepatuhan Bank Syariah Berdasarkan Prinsip Syariah Berdasarkan Prinsip Syariah (*Syariah Compliance*) Serta Fitur Dan Fasilitas Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Lain Pada Perbankan Syariah”, Universitas Airlangga, hlm. 24.

- 3) Erat hubungannya dengan motivasi, memengaruhi dan dipengaruhi motivasi.
- 4) Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat

Adapun faktor yang mempengaruhi minat nasabah yaitu:

- 1) Produk, secara umum produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk akan memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang baik dibandingkan produk pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus selalu diciptakan setiap waktu, sehingga dapat menarik minat calon nasabah baru atau mempertahankan nasabah yang sudah ada sekarang ini.
- 2) Sarana dan prasarana yang dimiliki haruslah dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, sehingga nasabah merasa puas akan setiap pelayanan yang diberikan.

- 3) Lokasi bank yang diinginkan adalah lokasi yang mudah dijangkau serta layout yang dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi nasabah.¹²

Indikator-indikator minat adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor dorongan dalam yaitu dorongan dari individu itu sendiri, sehingga timbul minat untuk melakukan aktivitas atau tindakan tertentu untuk memenuhinya.
- 2) Faktor motivasi sosial yaitu faktor untuk melakukan suatu aktivitas agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya.
- 3) Faktor emosional yaitu minat erat hubungannya dengan emosi karena faktor emosional selalu menyertai seseorang dalam berhubungan dengan objek minatnya.¹³

2. Produk

a. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.¹⁴ Produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk akan memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau ingin dimiliki oleh

¹² Muhammad Isa, *Diklat Mata Kuliah Manajemen Pemasaran*, IAIN Padangsidempuan, hlm. 49-50

¹³ Talizaro Tafonao, "Peranan Media Pembelajaran Dalam Meningkatkan Minat Belajar Mahasiswa." *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, Vol. 02, No. 2, Juli 2018. hlm. 112.

¹⁴ Nur Rinto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 170.

konsumen. Produk biasanya berguna untuk konsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani.

b. Jenis Produk Bank Syariah

Secara garis besar produk perbankan syariah dapat dibagi menjadi 3 yaitu produk penyaluran dana, produk penghimpunan dana, dan produk jasa yang diberikan bank kepada nasabahnya.

1) Produk Penyaluran Dana

a) Prinsip Jual Beli (*Ba'i*) Jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda. Tingkat keuntungan bank ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, yakni sebagai berikut:

1) *Ba'i* Al Murabahah lebih dikenal sebagai murabahah saja.

Murabahah yang berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual beli di mana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan.¹⁵

2) *Ba'i* Assalam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum oleh karena itu barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank

¹⁵ Adiwarmam Karim, *Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 98-102

bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual.

- 3) Ba'i Al Istisna menyerupai produk salam, tapi dalam istishna pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali pembayaran.
- b) Prinsip Sewa (*Ijarah*) adalah dilandasi adanya perpindahan manfaat jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual beli tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya.
- c) Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*) produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut:
 1. *Musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.
 2. *Mudarabah* adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak *dimana* pemilik modal (*shahib al-maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan.

2) Produk Penghimpunan Dana

Produk penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip wadiah dan mudharabah yaitu sebagai berikut.

- a) prinsip wadiah yang diterapkan adalah wadiah yad dhamanah yang diterapkan pada produk rekening giro. Wadiah dhamanah berbeda dengan wadiah amanah dalam wadiah amanah, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititip.
- b) Prinsip mudharabah dalam prinsip mudharabah penyimpanan atau depositan bertindak sebagai pemilik modal dan bank sebagai pengelola. Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan murabahah atau ijarah seperti yang telah dijelaskan terdahulu, dalam hal bank menggunakannya untuk melakukan mudharabah kedua maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi.

3) Produk Jasa Perbankan

Selain dapat melakukan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, bank juga dapat memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan jasa tersebut antara lain:

- a) *Sharf* (Jual Beli Valuta Asing) Adalah jual beli mata uang yang tidak sejenis namun harus dilakukan pada waktu yang sama. Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.
- b) *Ijarah* (Sewa) *Kegiatan ijarah* antara lain penyewaan kotak simpanan (safe deposit box) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (custodian). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.¹⁶

Indikator-indikator produk adalah sebagai berikut:

Manfaat inti produk yaitu jasa atau manfaat inti yang sesungguhnya yang dibeli dan diperoleh konsumen. Kebutuhan konsumen paling fundamental adalah manfaat, dan inilah merupakan tingkatan paling fundamental dari suatu produk.

- 1) Kelebihan yang dimiliki produk yaitu salah satu manfaat dan pelayanan yang dapat membedakan produk tersebut dengan produk pesaing.
- 2) Potensi masa depan produk yaitu bagaimana harapan masa depan produk tersebut apabila terjadi perubahan dan perkembangan teknologi serta selera konsumen.¹⁷

¹⁶ Adiwarman A. Karim, *Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 112.

¹⁷ Hasriwani Lubis, "Pengaruh Dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Pakaian Di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan Pada Bank Syariah Di Panyabungan." Skripsi IAIN Padangsidempuan, hlm. 19-20.

c. Pembiayaan Bank Syariah

1) Pengertian Pembiayaan Bank Syariah

Pembiayaan merupakan aktivitas Bank Syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain Bank berdasarkan prinsip Syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana, bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan pasti akan terbayar. Penerima pembiayaan mendapatkan kepercayaan dan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan dalam akad pembiayaan.

2) Unsur Pembiayaan

Hal ini berarti harus memerhatikan prestasi dan keandalan bahwa yang diberikan benar-benar harus diyakini dapat dikembalikan oleh penerima pembiayaan atas unsur-unsur pembiayaan sebagai berikut:

- a) Bank syariah merupakan badan usaha yang memberikan pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan dana.
- b) Mitra usaha atau partner merupakan pihak yang mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, atau pengguna dana yang disalurkan oleh bank syariah.
- c) Kepercayaan adalah bank syariah memberikan kepercayaan kepada pihak yang menerima pembiayaan bahwa mitra akan memenuhi

kewajiban untuk mengembalikan dan bank syariah sesuai dengan jangka waktu tertentu yang diperjanjikan.

- d) Akad merupakan suatu kontrak perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan antara bank syariah dan pihak nasabah.
- e) Risiko adalah setiap dana yang disalurkan/diinvestasikan oleh bank syariah selalu mengandung risiko tidak kembalinya dana.
- f) Jangka waktu merupakan periode waktu yang diperlukan oleh nasabah untuk membayar kembali pembiayaan yang telah diberikan oleh bank syariah.

3) Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah berfungsi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan usahanya. Masyarakat merupakan individu, pengusaha, badan usaha, dan lain-lain yang membutuhkan dana. Manfaat pembiayaan bagi bank adalah pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah akan mendapatkan balas jasa berupa bagi hasil, merizin keuntungan, dan pendapatan sewa. Tergantung pada akad pembiayaan yang telah diperjanjikan antara bank syariah dan mitra usaha (nasabah).

4) Analisis Pembiayaan

Analisis pembiayaan merupakan suatu proses analisis yang dilakukan oleh bank syariah untuk menilai suatu permohonan pembiayaan yang telah diajukan oleh calon nasabah. Dengan

melakukan analisis permohonan pembiayaan, bank syariah akan memperoleh keyakinan bahwa proyek yang akan layak dibiayai. Analisis pembiayaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi bank syariah dalam mengambil keputusan untuk menyetujui/menolak permohonan pembiayaan.

d. Produk Pembiayaan

Pembiayaan dalam perbankan syariah menurut Al-Harran (1999) dapat dibagi tiga yaitu:

- 1) *Return bearing financing* yaitu bentuk pembiayaan yang secara komersial menguntungkan, ketika pemilik modal mau menanggung risiko kerugian dan nasabah juga memberikan keuntungan.
- 2) *Return free financing* yaitu bentuk pembiayaan yang tidak untuk mencari keuntungan yang lebih ditujukan kepada orang yang membutuhkan, sehingga tidak ada keuntungan yang dapat diberikan.
- 3) *Charity financing* yaitu bentuk pembiayaan yang memang diberikan kepada orang miskin dan membutuhkan, sehingga tidak ada klaim terhadap pokok dan keuntungan.¹⁸

Produk-produk pembiayaan bank syariah, khususnya pada bentuk pertama, ditinjau untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor riil dengan tujuan produktif dalam bentuk investasi bersama (*investment financing*) yang dilakukan bersama mitra usaha (*kreditor*) menggunakan pola bagi hasil (*mudharabah*

¹⁸ Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 122

dan *musyarakah*) dan dalam bentuk investasi sendiri (*trade financing*) kepada yang membutuhkan pembiayaan menggunakan pola jual beli (*murabahah*, *salam*, dan *istishna*) dan pola sewa (*ijarah* dan *ijarah muntahiya bittamlik*).

Produk-produk pembiayaan bank syariah dapat menggunakan empat pola yang berbeda yaitu:

1) *Pola* bagi hasil, untuk *investasi financing*:

a) *Musyarakah*

Musyarakah adalah istilah yang sering dipakai dalam konteks skim pembiayaan syariah. Istilah ini berkonotasi lebih terbatas dari pada istilah *syirkah* yang lebih umum digunakan dalam fikih Islam (Usmani, 1999).¹⁹

b) *Mudharabah*

Mudharabah secara singkat *mudharabah* atau penanaman modal adalah penyerahan modal uang kepada orang yang berniaga sehingga ia mendapatkan persentase keuntungan. Sebagai suatu bentuk kontrak, *mudharabah* merupakan akad bagi hasil ketika pemilik dana/modal, biasa disebut *shahibul mal*, menyediakan modal (100 persen) kepada pengusaha sebagai pengelola, biasa disebut *mudharib*, untuk melakukan aktivitas produktif dengan syarat bahwa keuntungan yang dihasilkan akan dibagi diantara mereka

¹⁹ *Ibid*, Ascarya, hlm. 123

menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad (yang besarnya juga dipengaruhi oleh kekuatan pasar).

1) Pola jual beli, untuk *trade financing*:

a) *Murabahah*

Murabahah adalah istilah dalam fikih Islam yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan (margin) yang diinginkan.²⁰

b) *Salam*

Salam merupakan bentuk jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang dikemudian hari dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian. *Salam* diperbolehkan oleh Rasulullah Saw, dengan beberapa syarat yang harus dipenuhi. Tujuan utama dari jual beli *salam* adalah untuk memenuhi kebutuhan para petani kecil yang memerlukan modal untuk memulai masa tanam dan untuk menghidupi keluarganya sampai waktu panen tiba.

c) *Istishna*

Istishna adalah memesan kepada perusahaan untuk memproduksi barang atau komoditas tertentu untuk

²⁰ Ascarya, *Op. Cit.* Hlm. 81-82.

pembeli/pemesan. *Istishna* merupakan salah satu bentuk jual beli dengan pemesanan yang mirip dengan salam yang merupakan bentuk jual beli. Jika perusahaan mengerjakan untuk memproduksi barang yang dipesan dengan bahan baku dari perusahaan, maka kontrak/akad *istishna* muncul

Agar akad *istishna* menjadi sah, harga harus ditetapkan di awal sesuai kesepakatan dan barang harus memiliki spesifikasi yang jelas yang telah disepakati bersama. Dalam *istishna* pembayaran dapat dimuka, dicicil sampai selesai, atau di belakang, serta *istishna* biasanya diaplikasikan untuk industri dan barang manufaktur.²¹

2) Pola sewa, untuk *trade financing*

a) *Ijarah*

Sewa atau *ijarah* dapat dipakai sebagai bentuk pembiayaan, pada mulanya bukan merupakan bentuk pembiayaan, tetapi merupakan aktivitas usaha seperti jual beli. Individu yang membutuhkan pembiayaan untuk membeli aset dapat mendatangi pemilik dana (dalam hal ini bank) untuk membiayai pembelian aset produktif. Pemilik dana kemudian membeli barang dimaksud dan kemudian menyewakannya kepada yang membutuhkan aset tersebut.

²¹ Ascarya, *Op. Cit.* Hlm. 90-96.

b) *Ijarah muntahiya bittamlik*

Ijarah muntahiya bittamlik (IMBT) adalah transaksi sewa dengan perjanjian untuk menjual atau menghibahkan objek sewa di akhir periode sehingga transaksi ini diakhiri dengan alih kepemilikan objek sewa. Berbagai bentuk alih kepemilikan IMBT antara lain:

1. Hibah di akhir periode, yaitu ketika pada akhir periode sewa aset dihibahkan kepada penyewa.
2. Harga yang berlaku pada akhir periode, yaitu ketika pada akhir periode sewa aset dibeli oleh penyewa dengan harga yang berlaku pada saat itu.
3. Harga ekuivalen dalam periode sewa, yaitu ketika penyewa membeli aset dalam periode sewa sebelum kontrak sewa berakhir dengan harga ekuivalen.
4. Bertahap selama periode sewa, yaitu ketika alih kepemilikan dilakukan bertahap dengan pembayaran cicilan selama periode sewa.²²

3) 4. Pola pinjaman, untuk dana talangan

a. *Qardh*

Qardh merupakan pinjaman kebijakan/lunak tanpa imbalan, biasanya untuk pembelian barang-barang fungible

²²Ascarya, *Op. Cit.* Hlm. 101-103.

(yaitu barang yang dapat diperkirakan dan diganti sesuai berat, ukuran, dan jumlahnya).

Pembiayaan atau *financing*, yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dalam kaitannya dengan pembiayaan pada perbankan Islam teknisnya disebut sebagai aktiva produktif. Aktiva produktif adalah penanaman dana Bank Islam baik dalam rupiah maupun valuta asing. Firman Allah SWT dalam Q.S An-nisa ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ
تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيْمًا

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

Pembiayaan merupakan aset utama dari bank pembiayaan memiliki likuiditas yang rendah dibandingkan aset bank aslinya, karena dana pembiayaan hanya dapat dicairkan pada waktu jatuh tempo. Pembiayaan memberikan pengembalian yang tinggi dibandingkan aset bank lainnya.

3. Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang

dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan yang kepuasan bagi yang menerimanya.²³ Pelayanan pelanggan (*costumer service*) adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau dengan mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu (mengurus)apa yang diperlukan orang lain. Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.

Ada beberapa hal (etika) yang harus dimiliki oleh para pegawai dalam melayani pelanggan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Berlaku baik dan simpatik

Al-Quran mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik, dan simpatik dengan orang lain. Dalam memberikan jasa pelayanan, perilaku adil terhadap pelanggan wajib hukumnya, sikap adil termasuk diantara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh islam dalam aspek ekonomi.

²³Melayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

2) Bersikap melayani dan rendah hati

Setiap melayani merupakan sikap utama dari seseorang pegawai dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Cara merebut hati nasabah dengan memberi perhatian serta komunikasi yang sopan, ramah serta murah senyum sehingga dapat membuat nasabah merasa senang.

3) Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Sifat amanah harus dimiliki setiap orang muslim, apalagi yang dimiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan bagi masyarakat.

4) Jujur dan terpercaya

Sikap jujur dipercaya adalah sikap yang harus mengiasi seseorang dalam setiap gerak-geriknya adalah kejujuran. Setiap orang yang menjalankan usahanya haruslah jujur, termasuk dalam memberikan jasa pelayanan kepada setiap pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian akan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi suatu hal penting untuk dilakukan perusahaan agar bisa bertahan dan mampu mendapatkan kepercayaan pelanggan. Jika pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaiknya, jika pelayanan

yang diterima tidak sesuai dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.²⁴

Adapun pelayanan menurut pandangan islam adalah dalam pelayanan ada 5 prinsip yang harus diperhatikan oleh bank syariah sebagai berikut:

- 1) Prinsip persamaan (*Al-Musawah*) yaitu tidak membedakan pelayanan terhadap nasabah.
- 2) Prinsip persaudaraan (*Ukhuwah*) yaitu penyelesaian masalah harus diselesaikan dengan prinsip kekeluargaan.
- 3) Prinsip cinta kasih (*Muhabbah*) yaitu bentuk prinsip ini dalam pelayanan misalnya tidak saling menyalahkan ketika ada complain dari nasabah.
- 4) Prinsip perdamaian (*Silm*) misalnya menyelesaikan masalah dengan cara nonlitigasi.
- 5) Prinsip tolong menolong (*At-Ta'awun*) yaitu menolong kesusahan nasabah.

Ada dua faktor yang mempengaruhi pelayanan yaitu:

Pelayanan yang diharapkan, merupakan penilaian terhadap keseluruhan keunggulan produk.

- 6) Pelayanan yang dirasakan, merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas pelayanan.

²⁴ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4* (Yogyakarta: Andi, 2015), hlm. 198

- 1) Pelayanan yang dirasakan, merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas pelayanan.

Hasil kajian empiris tentang persepsi pelanggan terhadap

kualitas jasa berfokus pada lima dimensi adalah sebagai berikut:

- 2) Bukti fisik (*tangibles*), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.
- 3) Empati (*empathy*), yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.
- 4) Realibilitas (*realibility*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.
- 5) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
- 6) Jaminan (*assurance*), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk

menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko.²⁵

B. Penelitian Terdahulu

Sebelumnya penelitian yang berkaitan dengan minat pedagang melakukan pembiayaan sudah dilakukan penelitian lain. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Bagja Sumantri (Jurnal <i>Economia</i> , 2014)	Pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah	Ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah. ²⁶
2	Abdul Nasser Hasibuan (Jurnal <i>Imara</i> , 2018)	Strategi Pemasaran Produk <i>Funding</i> di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidimpuan	Perencanaan strategi pemasaran produk <i>Funding</i> di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidimpuan adalah dengan meningkatkan fasilitas terhadap produk penghimpunan dana dengan memberikan souvenir kepada nasabah, melakukan perencanaan untuk menerbitkan produk baru, meningkatkan promosi, meningkatkan frekuensi kunjungan kepada calon nasabah dengan menawarkan

²⁵ Etta Mamang Sangadji and Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis di Sertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013), hlm. 100-101.

²⁶ Bagja Sumantri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah, dalam *Jurnal Economia*" Universitas Negeri Yogyakarta 10 No.02 (Oktober 2014).

			produk serta memberikan keyakinan calon nasabah. ²⁷
3	Jeni Kurnia, Muhammad Isa, Budi Gautama Siregar, Damri Batubara (Jurnal Bank Syariah, 2020)	Pengaruh Brand Equity, promosi dan layanan terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpun	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) adalah ekuitas merek dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. ²⁸
4	Dedi Pernanda, Khadijah Ath Thahirah (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas, 2016)	Faktor-faktor yang memengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah (Studi kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Padang)	Faktor-faktor yang memengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah (Studi kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Padang). ²⁹
5	Syawal Harianto, Mizan, Haris Al Amin, Dwi Meilvinas vita (Jurnal Ekonomi dan	Determinan Pembiayaan Murabahah (Studi pada Bank Pembiayaan rakyat Syariah)	Secara simultan jumlah kantor BPRS, dana pihak ketiga dan <i>non performing financing</i> berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan <i>murabahah</i> pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia, secara parsial jumlah kantor BPRS, Dana pihak ketiga dan <i>non performing financing</i>

²⁷Abdul Nasser Hasibuan, Strategi Pemasaran Produk *Funding* di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidimpun, dalam Jurnal Imara Volume 02, No. 01, Juni 2018, hlm. 1-59.

²⁸Jeni Kurnia, Muhammad Isa, Budi Gautama Siregar, Damri Batubara, “Pengaruh *Brand Equity*, promosi dan layanan terhadap keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpun” dalam *jurnal syariah banking*, Volume1, No. 2, Desember 2020. hlm. 1-16

²⁹Dedi Fernanda and Khadijah Ath Thahirah, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tujuan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Padang), dalam Jurnal *Universitas Dharma Andalas* 18 No.01 (January 2018).

	Bisnis, 2017)		berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan <i>murabahah</i> pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia. ³⁰
6	Renol Lubis Kasyful Mahalli (Jurnal Ekonomi dan Keuangan, 2017)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha UMK untuk menggunakan jasa pembiayaan modal kerja pada Bank Syariah di kota Medan.	Faktor prosedur adalah salah satu faktor penting dalam mempengaruhi pengusaha UMK untuk menggunakan jasa pembiayaan modal kerja yang ada pada Bank Syariah di kota Medan, pada faktor keyakinan pengusaha UMK sebagian besar pengusaha memilih Bank Syariah karena pertimbangan sistem bagi hasil yang di terapkan Bank Syariah berbeda dari yang ada pada Bank konvensional, pada faktor pelayanan yang di terapkan oleh pihak Bank Syariah secara keseluruhan dapat diketahui jika faktor ini sangat mempengaruhi. ³¹
7	Gauri Aprilia Andriana Meri Yuliani,S. E.Sy., M.E.Sy (Jurnal Syarikah, 2017)	Minat pedagang pasar rakyat terhadap produk pembiayaan mikro di Bank Syariah Mandiri Cabang Teluk Kuantan	Minat pedagang pasar rakyat terhadap produk pembiayaan mikro di Bank Syariah Mandiri KC Teluk Kuantan dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 40 orang responden, tetapi pedagang yang sudah berkontribusi masih sangat rendah yaitu hanya 15 orang responden menjadi nasabah Pembiayaan Mikro dikarenakan pengetahuan pedagang terhadap produk mikro masih sangat rendah serta

³⁰Syawal Harianto, Mizan, Haris Al Amin, Dwi Meilvinas Vita, "Determinan Pembiayaan Murabahah (Studi Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Periode 2012-2017)."

³¹Renol Lubis and Kasyful Mahalli, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengusaha UMK Untuk Menggunakan Pembiayaan Modal Kerja Pada Bank Syariah Di Kota Medan" 2 No. 02 (n.d.).

			kurangnya sosialisasi dari pihak Bank. ³²
8	E. Amalia M. Paramita (Jurnal Syarikah, 2020)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang pasar tradisional terhadap pembiayaan pada LKMS Dan LKM	Analisis deskriptif responden menyebar 22 kuisisioner untuk responden yang mengajukan pembiayaan ke LKMS dan 28 untuk responden LKM. Sebanyak 14 responden perempuan dan 8 laki-laki (LKMS), 19 responden perempuan dan 9 laki-laki (LKM). ³³
9	Herni Ali , Miftahurro hman (Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam, 2016)	Determinan yang mempengaruhi pembiayaan murabahah pada perbankan syariah di Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dana pihak ketiga, return on asset (ROA), inflasi, dan PDB berpengaruh positif terhadap pembiayaan murabahah. Sedangkan CAR dan tingkat suku bunga kredit berpengaruh negatif terhadap pembiayaan murabahah. Kemudian, NPF dan BOPO tidak berpengaruh terhadap jumlah pembiayaan murabahah. ³⁴
10	Elvira Hertika, Saiful, Eddy Suranta (Jurnal Fairness, 2016)	Determinan minat nasabah dalam memilih pembiayaan syariah	Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini berarti semakin tinggi pemahaman dan pengetahuan nasabah semakin besar minat nasabah memilih pembiayaan syariah. Perintah Agama tidak berpengaruh terhadap minat Nasabah memilih pembiayaan syariah, hal ini

³²Aprilia Andraina and Yuliani, S.E.Sy., M.E.Sy, "Minat Pedagang Pasar Rakyat Terhadap Produk Pembiayaan Mikro Di Bank Syariah Mandiri Cabang Teluk Kuantan." hlm, 1-12

³³E. Amalia and M. Paramita, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Pembiayaan Pada LKMS Dan LKM, dalam jurnal Syarikah " *Universitas Djuanda Bogor* 6 No.01 (June 2020).

³⁴Herni Ali, Miftahurro hman, Determinan yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah pada Perbankan Syariah di Indonesia, dalam *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 6 (1), April 2016, hlm, 31-44.

			<p>dimaksudkan bahwa minat nasabah terhadap pembiayaan syariah bukan karena kepatuhan mereka akan perintah agama. Sikap tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Keputusan nasabah berminat menggunakan fasilitas pembiayaan syariah bukan karena sikap mereka yang melatarbelakanginya. Hubungan sosial berpengaruh terhadap minat nasabah memilih pembiayaan syariah sehingga semakin tinggi interaksi sosial yang ada antara nasabah dengan lingkungan sosialnya menyebabkan semakin tinggi minat nasabah menggunakan pembiayaan syariah. Harga pembiayaan berpengaruh terhadap minat nasabah. Semakin tinggi harga yang ditawarkan maka semakin rendah minat nasabah menggunakan pembiayaan syariah begitu juga sebaliknya.³⁵</p>
--	--	--	---

Persamaan antara penelitian terdahulu di atas dengan judul peneliti adalah sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian Bagia Sumantri dengan peneliti terletak pada jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel independennya dimana peneliti

³⁵Elvira Hertika, Saiful, Eddy Suranta, "Determinan minat nasabah dalam memilih pembiayaan syariah", dalam *Jurnal Fairness*, Volume 6, Nomor 3, 2016, hlm 1-22.

terdahulu menggunakan (X_1) faktor kualitas pelayanan (X_2) faktor produk. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (X_1) faktor produk (X_2) faktor kualitas pelayanan.

2. Persamaan Penelitian Abdul Nasser Hasibuan dengan peneliti terletak pada jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel independennya dimana peneliti terdahulu menggunakan (X_1) faktor pemasaran produk *Funding*. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (X_1) faktor produk (X_2) faktor kualitas pelayanan.
3. Persamaan Penelitian Jeni Kurnia, Muhammad Isa, Budi Gautama Siregar, Damri Batubara dengan peneliti terletak pada jenis penelitian kuantitatif . Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel independennya dimana peneliti terdahulu menggunakan (X_1) pengaruh *brand equity* (X_2) faktor promosi, (X_3) faktor layanan. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (X_1) faktor produk (X_2) faktor kualitas pelayanan.
4. Persamaan Penelitian Dedi Pernanda dan Khadijah Ath Thahirah dengan peneliti terletak pada jenis penelitian kuantitatif . Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel independennya dimana peneliti terdahulu menggunakan (X_1) faktor kualitas pelayanan (X_2) faktor Sosial. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (X_1) faktor produk (X_2) faktor kualitas pelayanan.

5. Persamaan Penelitian Syawal Harianto, Mizan, Haris Al Amin, Dwi Meilvinasvita dengan peneliti terletak pada jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel independennya dimana peneliti terdahulu menggunakan (X_1) Jumlah Kantor BPRS (X_2) Dana Pihak Ketiga (X_3) Non Performing Financing. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (X_1) faktor produk (X_2) faktor kualitas pelayanan.
6. Persamaan Penelitian Renol Lubis, Kasyful Mahalli dengan peneliti terletak pada jenis penelitian kuantitatif . Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel independennya dimana peneliti terdahulu menggunakan (X_1) faktor Prosedur(X_2) faktor keyakinan pengusaha UMK (X_3) faktor pelayanan. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (X_1) faktor produk (X_2) faktor kualitas pelayanan.
7. Persamaan Penelitian Gauri Aprilia Andriana, Meri Yuliani,S.E.Sy., M.E.Sy dengan peneliti terletak pada jenis penelitian kuantitatif . Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel independennya dimana peneliti terdahulu menggunakan (X_1) faktor kebutuhan modal (X_2) faktor lingkungan (X_3) faktor pelayanan dan fasilitas. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (X_1) faktor produk (X_2) faktor kualitas pelayanan.
8. Persamaan Penelitian E. Amalia, M. Paramita dengan peneliti terletak pada jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian

terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel independennya dimana peneliti terdahulu menggunakan (X_1) faktor lokasi (X_2) faktor lingkungan sosial. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (X_1) faktor produk (X_2) faktor kualitas pelayanan.

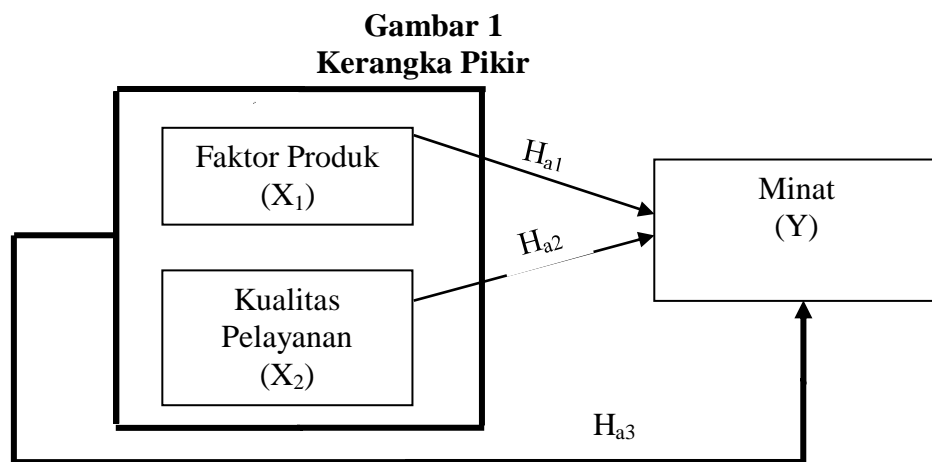
9. Persamaan penelitian Herni Ali, Miftahurrohman dengan peneliti terletak pada jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel independennya dimana peneliti terdahulu menggunakan (X_1) faktor Dana Pihak Ketiga (X_2) faktor *Non Performing Financing* (X_3) *Capital Adequacy Ration* (X_4) *Return on Assets* (X_5) *Rasio Efisiensi Operasional* (X_6) *Inflasi* Tingkat Suku Bunga. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (X_1) faktor produk (X_2) faktor kualitas pelayanan.
10. Persamaan penelitian Elvira Hertika, Saiful, Eddy Suranta dengan peneliti terletak pada jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel independennya dimana peneliti terdahulu menggunakan (X_1) faktor Pengetahuan (X_2) faktor Perintah (X_3) Faktor Sikap (X_4) Hubungan Sosial (X_5) Faktor Harga. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (X_1) faktor produk (X_2) faktor kualitas pelayanan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka berfikir adalah gambaran tentang hubungan antara variabel dalam suatu penelitian. Kerangka berfikir diuraikan oleh jalan pikiran

menurut kerangka yang logis. Inilah yang disebut *logical construct*³⁶. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variable yang akan diteliti.³⁷

Maka kerangka pikir dalam penelitian ini dijelaskan dan pada gambar berikut ini:



Keterangan:

- : Pengaruh secara parsial
 —————→ : Pengaruh secara simultan

Dari gambar di atas dapat dilihat kerangka pikir dari penelitian ini adalah X_1 berpengaruh secara parsial terhadap Y , X_2 berpengaruh secara parsial terhadap Y dan X_1 dan X_2 berpengaruh secara simultan terhadap Y .

³⁶Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 75.

³⁷Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, 2012, 88.

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian, yang kebenarannya harus diuji secara empiris.³⁸ Jawaban sementara yang dimaksud adalah jawaban sementara terhadap masalah yang telah dirumuskan. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Dengan kata lain, hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti, yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pikir yang telah dikemukakan diatas maka hipotesis sementara dalam penelitian sebagai berikut:

H₀₁: Ada pengaruh produk terhadap minat pedagang pakaian Pasar Sangkumpal Bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di Kota Padangsidempuan.

H_{a1}: Tidak ada pengaruh produk terhadap minat pedagang pakaian Pasar Sangkumpal Bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di Kota Padangsidempuan.

H₀₂: Ada pengaruh pelayanan terhadap minat pedagang pakaian Pasar Sangkumpal Bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di Kota Padangsidempuan.

³⁸Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, 21.

H_{a2}: Tidak ada pengaruh pelayanan terhadap minat pedagang pakaian Pasar Sangkumpal Bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di Kota Padangsidempuan.

H₀₃: Ada pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian Pasar Sangkumpal Bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di Kota Padangsidempuan.

H_{a3}: Tidak ada pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian Pasar Sangkumpal Bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di Kota Padangsidempuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpun Jl. Sudirman No 1 Kota Padangsidimpun. Adapun waktu penelitian dilaksanakan mulai dari Agustus 2021 sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk mnguji hipotesis yang telah ditetapkan.³⁹

Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antara variable. Variabel- variable diukur dengan instrument penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

³⁹Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 13.

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁰ Menurut Burhan Bungin populasi adalah “keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁴¹ Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang pakaian pasar sangkumpul bonang yang berjumlah 392 pedagang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁴² Selain itu sampel juga biasa disebut dari sebagian dari objek yang akan diteliti yang dipilih sedemikian rupa sehingga mewakili keseluruhan objek (populasi) yang ingin diteliti.

Adapun pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah anggota sampel dengan sengaja dipilih tidak secara acak. Penentuan terpilih dilakukan dengan pengetahuan bahwa sampel bersangkutan tidaklah representatif terhadap populasi.⁴³ Untuk menentukan ukuran sampel suatu populasi yang dilakukan peneliti adalah dengan berpedoman pada rumus Taro Yamane karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representatif agar hasil

⁴⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Ajfabeta CV, 2016), hlm. 80.

⁴¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 99.

⁴² *Ibid*, Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, 2013, 104.

⁴³ Morrisson, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 117.

penelitian dapat dilakukan dengan rumus perhitungan sederhana, yaitu:⁴⁴

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

Dimana:

n = jumlah sampel

N= jumlah populasi

d² = presisi yang ditetapkan 10% maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{150}{150 \cdot 10\% + 1}$$

$$n = \frac{150}{150 \cdot 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{150}{1,5 + 1}$$

$$n = \frac{150}{2,5} = 60$$

Maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 60 nasabah.

D. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebar angket atau kuesioner kepada responden yaitu pedagang pakaian Pasar Sangkumpul

⁴⁴ Husein Umar, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 78.

Bonang Padangsidempuan yang menjadi nasabah pada Bank Syariah di kota Padangsidempuan.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Teknik ini menuntun adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan lainnya. Observasi yang digunakan peneliti adalah observasi secara langsung yaitu observasi yang dilakukan peneliti langsung terjun kelapangan untuk mengamati kejadian dan peristiwa-peristiwa yang terjadi di lapangan.

2. Dokumentasi

Data dokumentasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi .Dokumentasi merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar, karya-karya monumental, semua itu memberikan informasi untuk proses penelitian.

3. Studi Kepustakaan

Kepustakaan (atau sering disebut juga studi *literatur-literature review*) merupakan sebuah proses mencari berbagai literatur, hasil kajian atau studi yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kepustakaan dapat diibaratkan sebuah kunci yang akan membuka semua hal yang dapat membantu memecahkan masalah penelitian.

Kepustakaan juga dapat dimanfaatkan sebagai jalan untuk memberikan argumentasi, dugaan sementara atau prediksi mengenai hasil penelitian yang dilakukan.⁴⁵ Adapun Studi Keputusan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan sumber jurnal, skripsi, dan buku-buku perbankan syariah atau buku-buku yang terkait dengan variabel penelitian. Yang dicantumkan dalam landasan teori.

4. Kuisisioner

Kuesioner (angket) adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti. Kuesioner langsung dibagikan kepada pedagang pakaian di Sangkumpal Bonang. Angket dalam penelitian ini dibagikan kepada pedagang pakaian pasar sangkumpal bonang yang merupakan tempat penelitian peneliti. Adapun pernyataan angket diperoleh dari indikator-indikator variabel seperti pada tabel berikut:

Tabel III. 1
Pengukuran Skala Ordinal

keterangan	SS	S	KS	TS	STS
Nilai	5	4	3	2	1

Adapun indikator pertanyaan pada kuisisioner mengenai faktor produk (X_1), dapat dilihat pada tabel berikut:

⁴⁵Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 46.

Tabel III. 2
Kisi-kisi Kuisioner
Faktor Produk (Variabel X₁)

No	Variabel X ₁	Indikator	Nomor pernyataan
1	Faktor Produk	a. Manfaat inti produk b. Kelebihan yang dimiliki produk c. Potensi masa depan produk	1, 2, 3, dan 9 3, 4, 5 6, 8, 10

Adapun indikator pertanyaan pada kuisioner mengenai kualitas pelayanan (X₂), dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III. 3
Kisi-Kisi Kuisioner
Kualitas Pelayanan (Variabel X₂)

No	Variabel X ₂	Indikator	Daftar Pernyataan
1	Kualitas Pelayanan	a. Fisik b. Empati c. Realibilitas d. Daya Tanggap e. Jaminan	1, 2 3, 4 5, 6 7, 8 9, 10

Adapun indikator pertanyaan pada kuisioner mengenai minat (Y), dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III. 4
Kisi-Kisi Kuisioner
Minat (Variabel Y)

No	Variabel Y	Indikator	Daftar Pernyataan
1	Minat	a. Dorongan dari dalam individu b. Motif sosial c. Faktor emosional	1, 2, 3 4, 5, 6, dan 7 8, 9, 10

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang sebenarnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alfa* lebih dari 0,60.⁴⁶ Dan sebuah angket yang digunakan untuk pengumpulan data. Hal ini dimaksudkan agar data yang diperoleh dari hasil angket bersifat valid reabil sehingga hasil penelitian benar-benar akurat. Penelitian uji realibilitas dilakukan dengan rumus *Cronbach Alfa*. Jika nilai *Cronbach Alfa* > 0,60 maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “reliabel”. Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “tidak reliabel”.

⁴⁶Martono, hlm. 46.

G. Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Untuk mengetahui uji normalitas data, digunakan metode *One Sampel Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikan lebih besar dari 10% atau 0,1.

2. Uji Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai mana adanya. Metode ini bertujuan untuk mengetahui gambaran variabel penelitian yaitu determinan minat pedagang pakaian pasar sangkumpul bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidempuan.

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian yang dilakukan pada asumsi klasik terdiri dari uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas.

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah uji yang dilakukan terhadap masing-masing variabel independen yang terdapat dalam model regresi, apakah terdapat hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diatas variabel bebasnya. Metode untuk menguji

adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10% dan *tolerance* lebih dari 0,1.⁴⁷

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah variabel residual yang berbeda pada setiap pengamatan di dalam model regresi. Regresi dinyatakan baik apabila tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas diuji dengan melihat koefisien korelasi spearman's, yaitu mengorelasikan variabel independen dengan residualnya. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,1 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikan lebih dari 0,1 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis yang digunakan adalah dengan metode analisis regresi linear berganda, yaitu studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas) dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel. Metode data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

\hat{Y} : Variabel dependen (minat)

⁴⁷Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, hlm. 30.

- a : Konstanta
- b_1, b_2 : Koefisien Regresi Linear Berganda
- X_1 : Faktor Produk
- X_2 : Kualitas Pelayanan
- e : Standar Error

Pada bentuk persamaan regresi linear berganda, akan saya sesuaikan dengan judul pada variabel proposal peneliti, yaitu:

$$M_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 FP_{i,t} + \beta_2 KP_{i,t} + e$$

Keterangan:

- M : Minat
- β_0 : Konstanta atau Intersep
- β_1 : Koefisien Regresi
- FP : Faktor Produk
- KP : Kualitas Pelayanan
- i : Lokasi Penelitian
- t : Periode Penelitian
- e : Standar Error

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel independen yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Model dianggap baik jika koefisien determinan sama dengan satu atau mendekati satu.⁴⁸ Nilai terkecil koefisien determinan adalah nol dan terbesar adalah satu, sehingga dinyatakan $0 < R^2 < 1$.

b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (parsial). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat kesalahan tertentu misalnya 5% (0,05) maka terdapat pengaruh antara variabel bebas yaitu X dengan variabel terikat yaitu Y begitu sebaliknya. Adapun kriteria pengujian t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak

c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F atau sering disebut ANOVA atau analisis varian yaitu uji koefisien regresi secara bersama-sama yang digunakan untuk mengetahui secara simultan apakah berpengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikan 0,05 df 1 (jumlah variabel) dan df 2 (n-k-1), dengan keterangan n (jumlah sampel), k (jumlah variabel). Adapun kriteria pengujian F adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

⁴⁸Morisan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 349.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Pasar Sangkumpal Bonang

1. Sejarah Pasar Sangkumpal Bonang

Pasar Sangkumpal Bonang awalnya bernama pasar Baru yang telah berdiri sejak tahun lalu sekitar tahun 1800-an sebagai pusat perdagangan pada masa lalu. Pasar raya Sangkumpal Bonang mulai dibangun pada tahun 2003 pasca terjadinya kebakaran besar di pasar baru. Tepat setelah padangsidimpuan ditetapkan sebagai kota berdasarkan UU No 4 tahun 2001 tentang pembentukan Kota Padangsidimpuan pada tanggal 17 oktober 2001 oleh Mendagri atas nama Presiden RI Diresmikan padangsidimpuan menjadi kota.

Kebakaran pasar memunculkan banyak polemik, mulai dari isu sengaja dibakar oleh preman setempat, pedagang sampai orang luar. Hal itu didasari oleh keinginan masyarakat agar diberi perhatian oleh pemerintah kota yang baru dilantik.

Pada tahun 2003 pasar Sangkumpal Bonang dibangun menjadi pasar terbesar diseluruh wilayah tapanuli selatan dan sekitarnya dengan luas lahan 6.83 m² dan luas bangunan 2.162,5 m² dan terdiri dari tiga lantai. Lokasi pasar Sangkumpal Bonang berada di kelurahan wek II kecamatan Padangsidimpuan. Pasar Sangkumpal Bonang diresmikan oleh walikota pertama Zulkarnaen Nasution (2002-2006) dalam periode I dan (2006-2010) dalam periode II.

B. Karakteristik Responden dan Proses Penyebaran Angket

Responden dalam penelitian ini adalah pedagang Pasar Sangkumpal Bonang berjumlah 150 pedagang. Namun yang menjadi responden dalam penelitian ini hanya yang pernah bertransaksi serta menjadi nasabah bank syariah. Dalam hal ini pedagang Pasar Sangkumpal Bonang yang pernah bertransaksi maupun menjadi nasabah bank syariah berjumlah 60 pedagang, dengan demikian dapat disimpulkan jumlah responden yang peneliti gunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 pedagang.

Angket yang diberikan kepada responden dalam penelitian ini adalah angket produk, angket pelayanan, angket minat. Angket produk terdiri dari 10 item pertanyaan, angket pelayanan terdiri dari 10 item pertanyaan, angket minat terdiri dari 10 item pertanyaan. Dari masing-masing item pertanyaan disesuaikan dengan indikator variabel.

Dalam penilaian setiap pertanyaan dalam masing-masing angket penelitian telah memberikan penentuan skor pilihan sehingga responden merasa muda dalam merespon pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti. Penyebaran serta pengumpulan angket dilaksanakan pertama kali oleh peneliti yaitu pada hari Kamis, 12 Januari 2023 dan berakhir pada hari Selasa, 31 Januari 2023. Mekanisme yang dilakukan peneliti dalam penyebaran angket ini yaitu dengan langsung datang ke Pasar Sangkumpal Bonang dan membagikan angket kepada pedagang Pasar Sangkumpal Bonang di waktu pedagang Sangkumpal Bonang tidak sedang ramai pembeli.

C. Hasil Penelitian

Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22. Hasil pengujian data sebagai berikut:

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk dapat melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dengan signifikansi 10% atau 0,1 dimana jumlah sampel 60 dengan derajat kebebasan (df)= $n-2$, dimana n = jumlah sampel, jadi $df = 60 - 2 = 58$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,2144. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid. Uji validitas produk dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 1
Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Produk (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,554	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=60-2=58$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,2144	Valid
X1.2	0,611		Valid
X1.3	0,589		Valid
X1.4	0,696		Valid
X1.5	0,703		Valid
X1.6	0,715		Valid
X1.7	0,642		Valid
X1.8	0,734		Valid
X1.9	0,690		Valid
X1.10	0,715		Valid

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa item pertanyaan 1-10 untuk produk semuanya valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dimana r_{tabel} adalah

0,2144. Uji validitas Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 2
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X2.1	0,488	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=60-2=58$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,2144	Valid
X2.2	0,595		Valid
X2.3	0,313		Valid
X2.4	0,728		Valid
X2.5	0,745		Valid
X2.6	0,603		Valid
X2.7	0,392		Valid
X2.8	0,604		Valid
X2.9	0,686		Valid
X2.10	0,602		Valid

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk pelayanan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,2144. Uji validitas minat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas Variabel Minat (Y)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Y1	0,501	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=60-2=58$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,2144	Valid
Y2	0,470		Valid
Y3	0,534		Valid
Y4	0,633		Valid
Y5	0,722		Valid
Y6	0,571		Valid
Y7	0,679		Valid
Y8	0,568		Valid
Y9	0,534		Valid
Y10	0,633		Valid

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk minat adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah

0,2144.

2. Hasil Uji Reabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,600. Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Produk	0,861	10	Reliabel
Pelayanan	0,754	10	Reliabel
Minat	0,775	10	Reliabel

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Dilihat dari hasil di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk produk 0,861 > 0,600 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada produk (X_1) adalah reliabel. Kemudian *Cronbach's Alpha* untuk pelayanan 0,754 > 0,600 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pelayanan (X_2) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk minat 0,775 > 0,600 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada minat (Y) adalah reliabel.

3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan proses pengolahan data untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti. Analisis deskriptif meliputi penyajian data melalui tabel, mean minimum, maximum dan perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.5

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Produk	60	29	50	41.62	4.130
Pelayanan	60	25	48	38.33	3.758
Minat	60	24	48	37.43	4.216
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Produk dengan jumlah data (N) sebanyak 60 mempunyai nilai *mean* sebesar 41,62 dengan nilai minimum 29 dan nilai maksimum 50 serta standar deviasinya sebesar 4,130. Pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 60 mempunyai nilai *mean* sebesar 38,33 dengan nilai minimum 25 dan nilai maksimum 48 serta standar deviasinya sebesar 3,758. Variabel Minat dengan jumlah data (N) sebanyak 60 mempunyai nilai *mean* sebesar 37,43 dengan nilai minimum 24 dan nilai maksimum 48 serta standar deviasinya sebesar 4,216.

4. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan *kolmogrov-smirnov test*. Distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas jika nilai $p >$ dari 0,1 sebaliknya jika nilai $p <$ 0,1 maka diinterpretasikan sebagai tidak normal. Uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.30583860
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.080
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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

Sumber: hasil *Output SPSS*, 2022

tabel IV. 6 di atas dengan menggunakan Uji *One Sample Kolomogrof-smirnov* ternyata nilai signifikan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi lebih dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

5. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan dengan mencari persamaan garis regresi variabel bebas X terhadap variabel terikat Y. Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji linearitas digunakan untuk menginformasikan apakah sifat linear antara dua variabel yang diidentifikasi secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi yang ada. Uji linearitas produk dengan minat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.7
Hasil Uji Linearitas
Produk (X1) dengan Minat (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat *	Between	(Combined)	723.705	15	48.247	6.531	.000
Produk	Groups	Linearity	617.076	1	617.076	83.535	.000
		Deviation from Linearity	106.629	14	7.616	1.031	.442
Within Groups			325.029	44	7.387		
Total			1048.733	59			

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,442. Jadi dapat disimpulkan nilai Sig. > 0,1 ($0,442 > 0,1$) menunjukkan bahwa hubungan antara produk dengan minat adalah linear. Uji linearitas pelayanan dengan minat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.8
Hasil Uji Linearitas
Pelayanan (X2) dengan Minat (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat *	Between	(Combined)	753.054	16	47.066	6.845	.000
Pelayanan	Groups	Linearity	684.634	1	684.634	99.565	.000
		Deviation from Linearity	68.420	15	4.561	.663	.804
Within Groups			295.680	43	6.876		
Total			1048.733	59			

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,804. Jadi dapat disimpulkan nilai Sig. > 0,1 ($0,804 > 0,1$) menunjukkan bahwa hubungan antara pelayanan dengan minat adalah linear.

6. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* > 0,1) dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10). Uji multikolinearitas penelitian ini sebagai berikut:

Tabel IV.9
Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Produk	.393	2.547
	Pelayanan	.393	2.547

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari produk adalah $0,393 > 0,1$, pelayanan adalah $0,393 > 0,1$. Jadi, dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kedua variabel di atas lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* > 0,1) sehingga bebas dari multikolinearitas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari produk adalah $2,547 < 10$, pelayanan adalah $2,547 < 10$. Jadi, dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heterokedastisitas

Metode uji heterokedastisitas dilakukan dengan korelasi *spearman's rho*. Jika nilai *unstandardized residual* memiliki nilai signifikansi > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas

pada model regresi. Uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.10
Hasil Uji Heterokedastisitas

			Correlations		
			Produk	Pelayanan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Produk	Correlation			
		Coefficient	1.000	.663**	-.009
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.944
		N	60	60	60
	Pelayanan	Correlation	.663**	1.000	.010
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.937
		N	60	60	60
	Unstandardized Residual	Correlation	-.009	.010	1.000
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.944	.937	.
		N	60	60	60

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

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai produk memiliki nilai Signifikansi *Unstandardized Residual* adalah 0,944. pelayanan memiliki nilai Signifikansi *Unstandardized Residual* adalah 0,937. Lebih besar dari 0,1 maka dapat disimpulkan kedua variabel tersebut tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Faktor Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), terhadap Minat (Y). Uji analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada

tabel berikut:

Tabel IV.11

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.451	3.297		-.137	.892
	Produk	.357	.118	.350	3.026	.004
	Pelayanan	.400	.130	.535	4.630	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

Maka persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0,451 + 0,357 (FP) + 0,400 (KP) + e$$

- Nilai konstanta sebesar 0,451 artinya apabila produk dan pelayanan dianggap konstan atau 0 maka Minat nilainya sebesar 0,451.
- Nilai koefisien regresi produk sebesar 0,357 satuan. Artinya jika produk diasumsikan naik 1 satuan, maka akan meningkat minat pedagang pakaian melakukan pembiayaan pada bank syariah sebesar $0,357 + 0,451 = 0,808$ satuan, dengan kata lain asumsi variabel independen lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara minat pedagang pakaian pasar sangkumpal bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidempuan.
- Nilai koefisien regresi pelayanan sebesar 0,400 satuan. Artinya jika produk diasumsikan naik 1 satuan, maka akan meningkat minat pedagang

pakaian melakukan pembiayaan pada bank syariah sebesar $0,400 + 0,451 = 0,851$ satuan, dengan kata lain asumsi variabel independen lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara minat pedagang pakaian pasar sangkumpal bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidempuan.

8. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel *independen* (X) terhadap variabel (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Adapun nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.12
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	.701	.690	2.346

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,701. Artinya variabel bebas dalam pelayanan mempengaruhi variabel terikat yaitu minat sebesar 70,1%, sedangkan sisanya 29,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Uji signifikan parsial (Uji t) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.13
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.451	3.297		-.137	.892
	Produk	.357	.118	.350	3.026	.004
	Pelayanan	.600	.130	.535	4.630	.000

a. Dependent Variable: Minat
Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Uji parsial produk dengan tingkat kesalahan 0,1 kemudian t_{hitung} 3,026 dan diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,67203 yang diperoleh dari t_{tabel} $df = n - k - 1$ atau $60 - 2 - 1 = 57$ dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel (variabel independent), maka t_{hitung} (3,026) $>$ t_{tabel} (1,67203) maka H_0 diterima H_a ditolak. Jadi, ada pengaruh produk terhadap minat pedagang pakaian pasar sangkumpul bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota Padangsidimpuan.

2) Uji parsial pelayanan dengan tingkat kesalahan 0,1 kemudian t_{hitung} 4,630 dan diperoleh nilai t_{tabel} 1,67203 yang diperoleh dari t_{tabel} $df = n - k - 1$ atau $60 - 2 - 1 = 57$ dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel (variabel independent) maka t_{hitung} (4,630) > t_{tabel} (1,67203) maka H_0 diterima H_a ditolak. Jadi, ada pengaruh pelayanan terhadap minat pedagang pakaian pasar sangkumpal bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota Padangsidempuan.

c. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara simultan, atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependent atau tidak.

Tabel IV.14
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	735.037	2	367.518	66.780	.000 ^b
	Residual	313.697	57	5.503		
	Total	1048.733	59			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan tabel IV.14 di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 66,780 dan nilai F_{tabel} 2,40 yang diperoleh dari tabel statistik kebebasan $df = n - k - 1$ atau $60 - 2 - 1 = 57$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independent), hasil analisis data uji F menunjukkan

$F_{hitung} (66,780) > F_{tabel} (2,40)$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi, ada pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian pasar sangkumpul bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidimpuan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Determinan Minat Pedagang Pakaian Pasar Sangkumpul Bonang Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Kota Padangsidimpuan.

Dari hasil analisis data yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 22 diketahui bahwa:

1. Pengaruh Produk Terhadap Minat Pedagang Pakaian Pasar Sangkumpul Bonang Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Kota Padangsidimpuan.

Secara parsial variabel produk mempunyai pengaruh terhadap minat dengan nilai $t_{hitung} (3,026) > t_{tabel} (1,67203)$, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh produk terhadap minat pedagang pakaian pasar sangkumpul bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidimpuan. Menyatakan bahwa setiap kenaikan produk 1 satuan maka akan meningkatkan minat pedagang pakaian Pasar Sangkumpul Bonang bagi pembiayaan Bank Syariah di kota Padangsidimpuan sebesar 3,026 satuan. Nilai ini merupakan nilai paling tinggi diantara variabel, hal ini berarti variabel produk memberikan kontribusi yang paling besar.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan

oleh Bagja Sumantri⁴⁹ yang menyatakan bahwa produk juga berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Menurut Nur Rianto Al Arif⁵⁰ Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Sama halnya dengan penelitian ini, pedagang pakaian pasar sangkumpul Bonang akan berminat melakukan pembiayaan pada Bank Syariah di Padangsidempuan apabila para bank mampu menawarkan produk yang dapat menarik perhatian dan minat para pedagang untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Pakaian Pasar Sangkumpul Bonang Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Kota Padangsidempuan.

Secara parsial variabel Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Minat dengan nilai $t_{hitung} (4,630) > t_{tabel} (1,67203)$, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh pelayanan terhadap minat pedagang pakaian pasar sangkumpul bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidempuan. Menyatakan bahwa setiap kenaikan Pelayanan 1 satuan maka akan meningkatkan Minat Pedagang Pakaian Pasar Sangkumpul Bonang bagi pembiayaan bank syariah di kota padangsidempuan sebesar 4,630 satuan.

⁴⁹ Bagja Sumantri, Loc. Cit.

⁵⁰ Nur Rianto Al Arif, Loc. Cit

Menurut Melayu S.P. Hasibuan⁵¹ Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Sama halnya dengan penelitian ini, pedagang pakaian pasar sangkumpal bonang merasa kebutuhannya terpenuhi dan merasa puas dengan layanan yang diberikan Bank Syariah di Padangsidempuan maka pedagang berminat melakukan pembiayaan pada Bank Syariah di kota Padangsidempuan.

3. Pengaruh Produk dan Pelayanan terhadap Minat Pedagang Pakaian Pasar Sangkumpal Bonang Melakukan Pembiayaan pada Bank Syariah di Kota Padangsidempuan.

Secara simultan variabel produk dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Minat pedagang pakaian Pasar Sangkumpal Bonang bagi Bank Syariah di Padangsidempuan dengan $F_{hitung} (66,780) > F_{tabel} (2,40)$, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian pasar sangkumpal bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidempuan Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahayu⁵² yang menyatakan bahwa variabel produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan bank syariah di kota

⁵¹Melayu S.P. Hasibuan, Loc. Cit

⁵²Sri Rahayu, Loc. Cit.

padangsidimpuan dan nilai $r^2 = 0,701$ menunjukkan bahwa 70,1% variabel produk dan pelayanan dapat mempengaruhi minat nasabah dalam pembiayaan.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan. Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Dalam model ini produk dan pelayanan merupakan determinan minat pedagang pakaian pasar sangkumpal bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di Kota padangsidimpuan dan hal ini sudah termasuk dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil uji regresi linier berganda nilai konstanta sebesar 0,451 menyatakan bahwa apabila variabel bebas (minat) bernilai 0 maka variabel minat adalah sebesar 0,451.
2. Dari hasil uji regresi linier berganda nilai koefisien regresi variabel faktor produk sebesar 0,357 artinya apabila variabel faktor produk di tambah 1 satuan, maka terjadi peningkatan sebesar $0,357 + 0,451 = 0,808$.
3. Dari hasil uji regresi linier berganda nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,400 artinya apabila variabel kualitas pelayanan bertambah 1 satuan, maka terjadi penambahan sebesar $0,400 + 0,451 = 0,851$.
4. Uji signifikan parsial (t) faktor produk dengan tingkat kesalahan 0,05, kemudian $t_{hitung} = 3,026$ dan diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,67203$ yang diperoleh dari t_{tabel} $df = n - k - 1$ atau $60 - 2 - 1 = 57$ dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel (bebas dan terikat), maka $t_{hitung} (3,026) > t_{tabel} (1,67203)$ maka H_0 diterima H_a ditolak. Jadi, ada pengaruh produk terhadap minat pedagang pakaian pasar sangkumpal bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidimpuan.

5. Uji signifikan parsial (t) kualitas pelayanan dengan tingkat kesalahan 0,05, kemudian $t_{hitung} = 4,630$ dan diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,67203$ yang diperoleh dari t_{tabel} $df = n-k-1$ atau $60-2-1= 57$ dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah variabel (bebas dan terikat), maka $t_{hitung} (4,630) > t_{tabel} (1,67203)$ maka H_0 diterima H_a ditolak. Jadi, ada pengaruh pelayanan terhadap minat pedagang pakaian pasar sangkumpal bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidempuan.
6. Berdasarkan dari hasil uji signifikan simultan (uji F) dapat diketahui bahwa nilai f_{hitung} sebesar 66,780 dan nilai f_{tabel} 2,40 yang diperoleh dari tabel statistik dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $60-2-1 = 57$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen), hasil analisis data F menunjukkan $f_{hitung} (66,780) > f_{tabel} (2,40)$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi, ada pengaruh produk dan pelayanan terhadap minat pedagang pakaian pasar sangkumpal bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidempuan.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan peneliti setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi bank syariah di kota Padangsidempuan, dengan adanya penelitian ini diharapkan agar bank syariah lebih memaksimalkan strategi pemasaran dengan melakukan promosi faktor produk, begitu pula dengan kualitas pelayanan untuk menarik minat pedagang pakaian di pasar Sangkumpal

Bonang atau calon nasabah dalam melakukan pembiayaan ataupun produk-produk lain pada bank syariah di kota Padangsidempuan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat pedagang pakaian pasar Sangkumpal Bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota Padangsidempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, E., and M. Paramita. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Pembiayaan Pada LKMS Dan LKM." *Universitas Djuanda Bogor* 6 No.01 (June 2020).
- Ali Herni, Miftahurrohman. Determinan Yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah pada Perbankan Syariah di Indonesia. April 2016.
- Aprilia Andraina, Gauri, and Meri Yuliani, S.E..Sy., M.E.Sy. "Minat Pedagang Pasar Rakyat Terhadap Produk Pembiayaan Mikro Di Bank Syariah Mandiri Cabang Teluk Kuantan." *Fakultas Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi*, n.d.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Bungin Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2005.
- Djaali. *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Etta Mamang Sangadji, and Sopiah. *PERilaku Konsumen Pendekatan Praktis di Sertai Himpunan Jurnal Penelitian*, n.d.
- Fernanda, Dedi, and Khadijah Ath Thahirah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tujuan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Padang)." *Universitas Dharma Andalas* 18 No.01 (January 2018).
- Harianto, Syawal, Mizan, Haris Al Amin, and Dwi Meilvinasvita. "Determinan Pembiayaan Murabahah (Studi Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Periode 2012-2017)." *Politeknik Negeri Lhokseumawe* 21 No.01 (February 2019).
- Hasibuan, Abdul Nasser, Strategi Pemasaran Produk *Funding* di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan, dalam *Jurnal Imara* Volume 02, No. 01, juni 2018
- Hasibuan, Melayu S.P, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Hasil wawancara dengan Ibu Annisa, (Pedagang pakaian pasar Sangkumpul Bonang), Kamis 25 Juni 2021 pukul 10.30. WIB.

- Hasil wawancara dengan Bapak Rahmad, (Pedagang pakaian pasar Sangkumpal Bonang), jum'at 26 juni 2021 pikul 11.00. WIB.
- Hasil wawancara dengan Ibu Juliana Handayani Harahap, (Pedagang pakaian pasar Sangkumpal Bonang), sabtu 27 juni 2021 13.00. WIB.
- Hasil wawancara dengan Ibu Mia, (Pedagang pakaian pasar Sangkumpal Bonang), minggu 28 juni 2021 pukul 13.00. WIB.
- Hertika Elvira, Saiful, Eddy Suranta. *Determinan Minat Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Syariah*. 2016.
- Lubis Hasriwani. “Pengaruh Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Pedagang Pakaian Di Pasar Baru Panyabungan Melakukan Pembiayaan Pada Bank Syariah Di Panyabungan,” n.d., 19–20.
- Isa Muhammad, *Diklat Mata Kuliah Manajemen Pemasaran*, IAIN Padangsidimpuan.
- Karim, Adiwarmarman. *Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Kurnia, Jeni, Muhammad Isa, Budi Gautama Siregar and Damri Batubara. Pengaruh *Brand Equity*, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Bank Syariah Di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan. Desember 2020.
- Lubis, Renol, and Kasyful Mahalli. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengusaha UMK Untuk Menggunakan Pembiayaan Modal Kerja Pada Bank Syariah Di Kota Medan” 2 No. 02 (n.d.).
- Machmud, Amir and Rukmana. *Bank Syariah*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Morrisan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Priambodo, Bobby Raditya. Pengaruh Keputusan Bank Syariah Berdasarkan Prinsip Syariah (*Syariah Compliance*) Serta Fitur dan Fasilitas Produk

Perbankan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Lain Pada Perbankan Syariah. Universitas Airlangga.

Priyatno, Dwi. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. Andi, 2014.

Rinto Al Arif, Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.

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

———. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 2016.

S, Assauri. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali pers, 2011.

Arikunto Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 2010.

Sumantri, Bagja. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah.” *Universitas Negeri Yogyakarta* 10 No.02 (Oktober 2014).

Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.

Tafonao Talizaro. “Peranan Media Pembelajaran Dalam meningkatkan Minat Belajar Mahasiswa,” Juli 2018, 02 (n.d.): 112.

Taqdir Qodratillah, Meity. *Kamus Bahasa Indonesia, Untuk Pelajar*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembina Bahasa, Kementerian dan Kebudayaan, 2011.

Tjiptono Fandi, *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi, 2015.

Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS PRIBADI

Nama : Nurhalimah Harahap
Tempat/ Tgl. Lahir : Sayur Matinggi, 21 Maret 1998
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Kel. Sayur Matinggi, Kab. Padang Lawas Utara
Email : harahapn856@gmail.com
No. Handphone : 0822 7453 3832

IDENTITAS ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Alm. Pendi Harahap
Nama Ibu : Asmarani Hasibuan
Alamat : Kel. Sayur Matinggi, Kab. Padang Lawas Utara

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2004 – 2009 : SD Negeri 100070 Sayur Matinggi
Tahun 2010 – 2012 : SMP Negeri 1 Batang Onang
Tahun 2013 – 2015 : SMA Negeri 1 Batang onang
Tahun 2016 – 2022 : Program Sarjana (S1) Perbankan Syariah UIN
Syahada

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rodame Monitorir Napitupulu, M. M.

NIP : 198411302018012001

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Determinan minat pedagang pakaian pasar sangkumpul bonang melakukan pembiayaan pada bank syariah di kota padangsidimpuan”.

Yang disusun oleh:

Nama : Nurhalimah Harahap

Nim : 16 401 00287

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, September 2022
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M. M.
NIP. 1984113020180120001

LEMBAR VALIDASI

ANGKET PRODUK

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Manfaat inti produk	1, 2, 7 dan 9			
Kelebihan yang dimiliki produk	3, 4, 5			
Potensi masa depan produk	6, 8, 10			

Catatan:

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

Padangsidimpuan, September 2022

Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M. M.

NIP. 1984113020180120001

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET PELAYANAN**

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Fisik	1, 2			
Empati	3, 4			
Realibilitas	5, 6			
Daya Tanggap	7, 8			
Jaminan	9, 10			

Catatan:

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

Padangsidempuan, September 2022
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M. M.
NIP. 1984113020180120001

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET MINAT**

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Dorongan dari dalam individu	1, 2, 3			
Motif sosial	4, 5, 6 dan 7			
Faktor emosional	8, 9, 10			

Catatan:

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

Padangsidimpuan, September 2022

Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M. M.

NIP. 1984113020180120001

Padangsidempuan, September 2022

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i responden

Di Tempat

Assalamu 'alaikum, Wr.Wb.

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dengan hormat, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pertanyaan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah, dengan judul **“Determinan Minat Pedagang Pakaian Pasar Sangkumpal Bonang Melakukan Pembiayaan Pada Bank Syariah Di Kota Padangsidempuan”**.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu membantu saya mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Nurhalimah Harahap
NIM. 1640100287

A. Identitas Responden

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberikan tanda *check list* (√) atau tanda silang (X) pada kolom yang sudah disediakan dengan jawaban yang sesuai.

1. Nama :
2. Usia :
3. Nama Toko :
4. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
5. Apakah Pedagang Pakaian Pasar Sangkumpal Bonang Menggunakan Bank Syariah?
() Ya () Tidak

B. Petunjuk Pengisian

1. Berikan *cheklis* (√) pada setiap jawaban anda.
2. Setiap pernyataan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
 - a. SS = Sangat Setuju (5)
 - b. S = Setuju (4)
 - c. KS = Kurang Setuju (3)
 - d. TS = Tidak Setuju (2)
 - e. STS = Sangat Tidak Setuju (1)

C. Daftar Pertanyaan

1. Produk (Variabel X₁)

NO	Pertanyaan	Pilihan				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Produk bank syariah telah sesuai dengan syariah					

2	Produk pembiayaan bank syariah di Kota Padangsidmpuan memiliki manfaat sesuai yang dibutuhkan nasabah					
3	Produk pembiayaan bank syariah di Kota Padangsidmpuan memiliki kelebihan dari produk pesaing					
4	Keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah di Kota Padangsidmpuan karena biaya administrasinya rendah					
5	Ada lima produk pembiayaan bank syariah di Kota Padangsidmpuan Memiliki keistimewaan lebih yang bisa diandalkan, dibandingkan bank lain karena berbasis Syariah.					
6	Mampunya produk pembiayaan bank syariah di Kota Padangsidmpuan bersaing dalam dunia perbankan					
7	Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan nasabah untuk memahami produk -produk bank syariah					
8	Produk akan menghasilkan nasabah yang loyal					
9	Nasabah mengetahui manfaat dari produk pembiayaan melalui sosialisasi yang dilaksanakan oleh Bank Syariah di Kota Padangsidmpuan					
10	Bagi hasil yang ditetapkan Bank Syariah di Kota Padangsidmpuan sama- sama menguntungkan kedua belah pihak					

B. Pelayanan (Variabel X₂)

NO	Pertanyaan	Pilihan				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Ruangan pelayanan di bank syariah di Kota Padangsidempuan bersih dan nyaman					
2	Penampilan karyawan di bank syariah di Kota Padangsidempuan rapi saat melayani nasabah					
3	Karyawan di bank syariah di Kota Padangsidempuan dapat diandalkan dalam menangani masalah nasabah					
4	Karyawan bank syariah di Kota Padangsidempuan memahami kebutuhan nasabahnya					
5	Bank syariah di Kota Padangsidempuan menyelesaikan pelayanan tepat waktu sama dengan yang dijanjikan					
6	Dalam memberikan pelayanan, pihak bank tidak lupa menyebut nama nasabah					
7	Saya mendapatkan pelayanan yang baik supaya melakukan transaksi produk pembiayaan di bank syariah di Kota Padangsidempuan					
8	Karyawan bank syariah siap untuk merespon keluhan nasabah					
9	Karyawan bank syariah di Kota Padangsidempuan membuat nasabah merasa aman dengan jaminan yang nasabah berikan pada bank					

10	Jaminan yang diminta bank syariah tidak sulit untuk dipenuhi					
----	--	--	--	--	--	--

C. Minat (Variabel Y)

No	Pertanyaan	Pilihan				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya melakukan pembiayaan di bank syariah di Kota Padangsidempuan karena keinginan diri sendiri					
2	Saya melakukan pembiayaan di bank syariah di Kota Padangsidempuan karena ajakan dari orang lain					
3	Saya melakukan pembiayaan di bank syariah di Kota Padangsidempuan karena lebih terkenal dibandingkan bank lainnya					
4	Saya melakukan pembiayaan di bank syariah di Kota Padangsidempuan karena memiliki image yang positif di mata masyarakat					
5	Saya melakukan pembiayaan di bank syariah di Kota Padangsidempuan karena tepercaya					
6	Saya melakukan pembiayaan di bank syariah di Kota Padangsidempuan karena produknya dapat memenuhi kebutuhan					

	Nasabah					
7	Saya mengetahui produk-produk Bank Syariah di Kota Padangsidempuan dari nasabah pengguna.					
8	Adanya insentif yang diberikan kepada nasabah yang tidak pernah Macet					
9	Saya tertarik menjadi nasabah pembiayaan di Bank Syariah di Kota Padangsidempuan karena produk pembiayaan yang ditawarkan tidak menggunakan sistem bunga.					
10	Saya memilih Bank Syariah di Kota Padangsidempuan karena penawaran produk yang menarik dan beragam					

Padangsidempuan,

2023

Responden

.....

Lampiran I

Tabulasi Angket

1. Faktor Produk (X1)

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
1	5	5	5	4	3	3	3	4	4	5	41
2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	38
4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	47
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
6	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	45
7	4	4	5	5	4	3	4	1	5	5	40
8	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	44
9	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	44
10	5	5	4	4	5	3	3	5	5	3	42
11	5	5	4	5	3	2	1	3	3	5	36
12	5	5	4	4	3	5	5	4	4	5	44
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	5	5	4	4	3	3	4	4	5	5	42
15	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
16	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	40
17	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
18	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	46
19	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	41
20	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	41
21	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	44
22	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	44
23	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	41
24	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
25	5	5	5	5	4	4	4	4	3	5	44
26	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	46
27	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	45
28	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
29	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	45
30	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	43
31	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	45

32	4	4	5	5	5	3	3	4	4	5	42
33	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
34	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	42
37	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	45
38	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	44
39	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	41
40	4	4	4	5	5	5	3	3	5	5	43
41	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	43
42	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	45
43	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
44	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	45
45	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
46	5	5	5	5	3	3	4	4	5	4	43
47	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
48	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	43
49	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	44
50	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	43
51	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44
52	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	45
53	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	45
54	3	4	4	4	5	5	3	4	4	5	41
55	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
56	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	39
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
58	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	47
59	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	44
60	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45

2. Kualitas Pelayanan (X2)

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
1	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	47
2	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	46
3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	5	44

6	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
7	5	4	5	2	1	2	3	4	5	2	33
8	5	5	3	3	3	5	5	4	4	4	41
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	4	4	2	3	4	2	4	3	1	31
11	5	5	5	3	4	1	1	3	2	4	33
12	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
15	5	3	4	4	4	3	4	4	5	5	41
16	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	40
17	5	4	5	3	4	4	5	4	5	5	44
18	4	3	4	4	3	3	5	3	4	4	37
19	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	41
20	4	3	4	3	5	3	4	4	5	5	40
21	4	3	5	3	5	4	5	4	4	4	81
22	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	39
24	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	40
25	5	2	4	4	5	4	5	3	5	5	42
26	4	3	4	4	4	4	3	5	5	5	41
27	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
28	4	3	4	3	5	3	4	5	5	5	41
29	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	41
30	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	39
31	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
32	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	44
33	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	42
34	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	44
35	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	42
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
37	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	39
38	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
39	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	43
40	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
41	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
42	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	43
43	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	42
44	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	41
45	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	42
46	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	43

47	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
48	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
49	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
50	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	45
51	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	43
52	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
53	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
54	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
55	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	43
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
58	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	43
59	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	45
60	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	47

3. Minat (Y)

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
1	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
2	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	43
4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	3	39
5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	3	42
6	5	5	5	4	3	3	3	4	5	5	42
7	4	5	3	1	2	1	3	1	5	3	28
8	4	5	5	4	2	3	3	2	2	5	35
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	2	2	3	5	3	4	4	3	1	4	71
11	2	2	2	4	3	2	2	4	4	1	26
12	5	5	4	4	4	5	5	3	3	5	43
13	5	2	2	3	4	4	2	3	4	4	33
14	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	46
15	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5	42
16	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
17	3	4	5	4	3	5	5	5	5	5	44
18	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	46
19	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	45
20	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
21	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
22	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	41
23	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	41

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

Lampiran II

Tabel IV. 1
Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Produk (X₁)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X1.1	0,554	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} untuk df=n-2=60-2=58 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} sebesar 0,2144	Valid
X1.2	0,611		Valid
X1.3	0,589		Valid
X1.4	0,696		Valid
X1.5	0,703		Valid
X1.6	0,715		Valid
X1.7	0,642		Valid
X1.8	0,734		Valid
X1.9	0,690		Valid
X1.10	0,715		Valid

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Tabel IV. 2
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X2.1	0,488	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} untuk df=n-2=60-2=58 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} sebesar 0,2144	Valid
X2.2	0,595		Valid
X2.3	0,313		Valid
X2.4	0,728		Valid
X2.5	0,745		Valid
X2.6	0,603		Valid
X2.7	0,392		Valid
X2.8	0,604		Valid
X2.9	0,686		Valid
X2.10	0,602		Valid

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas Variabel Minat (Y)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Y1	0,501	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} untuk df=n-2=60-2=58	Valid
Y2	0,470		Valid
Y3	0,534		Valid

Y4	0,633	dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,2144	Valid
Y5	0,722		Valid
Y6	0,571		Valid
Y7	0,679		Valid
Y8	0,568		Valid
Y9	0,534		Valid
Y10	0,633		Valid

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Tabel IV. 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Produk	0,861	10	Reliabel
Pelayanan	0,754	10	Reliabel
Minat	0,775	10	Reliabel

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Tabel IV.5
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Produk	60	29	50	41.62	4.130
Pelayanan	60	25	48	38.33	3.758
Minat	60	24	48	37.43	4.216
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Tabel IV.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.30583860
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.080
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

- c. Lilliefors Significance Correction.
 - d. This is a lower bound of the true significance.
- Sumber: hasil *Output* SPSS, 2022

Tabel IV.7
Hasil Uji Linearitas
Produk (X1) dengan Minat (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Produk	Between Groups	(Combined) Linearity	723.705	15	48.247	6.531	.000
		Deviation from Linearity	617.076	1	617.076	83.535	.000
			106.629	14	7.616	1.031	.442
Within Groups			325.029	44	7.387		
Total			1048.733	59			

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Tabel IV.8
Hasil Uji Linearitas
Pelayanan (X2) dengan Minat (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Pelayanan	Between Groups	(Combined) Linearity	753.054	16	47.066	6.845	.000
		Deviation from Linearity	684.634	1	684.634	99.565	.000
			68.420	15	4.561	.663	.804
Within Groups			295.680	43	6.876		
Total			1048.733	59			

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Tabel IV.9
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Produk	.393	2.547
	Pelayanan	.393	2.547

a. Dependent Variable: Minat
 Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Tabel IV.10
Hasil Uji Heterokedastisitas

Correlations

			Produk	Pelayanan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Produk	Correlation Coefficient	1.000	.663**	-.009
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.944
		N	60	60	60
	Pelayanan	Correlation Coefficient	.663**	1.000	.010
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.937
		N	60	60	60
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.009	.010	1.000
		Sig. (2-tailed)	.944	.937	.
		N	60	60	60

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

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Tabel IV.11
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.451	3.297		-.137	.892
	Produk	.357	.118	.350	3.026	.004
	Pelayanan	.400	.130	.535	4.630	.000

a. Dependent Variable: Minat
 Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Tabel IV.12
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	.701	.690	2.346

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Tabel IV.13
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.451	3.297		-.137	.892
	Produk	.357	.118	.350	3.026	.004
	Pelayanan	.600	.130	.535	4.630	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Tabel IV.14
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	735.037	2	367.518	66.780	.000 ^b
	Residual	313.697	57	5.503		
	Total	1048.733	59			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022