

**PENGARUH MINAT BELI DAN DAYA SAING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBIAYAAN BSM OTO PADA BANK SYARI'AH MANDIRI CABANG
PETISAH MEDAN**

Skripsi

Oleh :

FIQRI HERIANSYAH

NIM 53154133

Program Studi

PERBANKAN SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSIAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

**PENGARUH MINAT BELI DAN DAYA SAING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBIAYAAN BSM OTO PADA BANK SYARI'AH MANDIRI CABANG
PETISAH MEDAN**

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar sarjana Ekonomi

Oleh :

FIQRI HERIANSYAH

NIM 53154133



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSIAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

Skripsi berjudul **“PENGARUH MINAT BELI DAN DAYA SAING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBIAYAAN BSM OTO PADA BANK SYARIAH MANDIRI CABANG PETISAH MEDAN”**
an. Fiqri Heriansyah, NIM 53154133 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan pada tanggal 29 April 2020 . Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

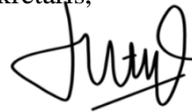
Medan, 29 April 2021
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Perbankan Syariah

Ketua,



Zuhri M. Nawawi, MA
NIDN. 2018087601

Sekretaris,



Tuti Anggraini, MA
NIP. 197705312005012007

Anggota



Hendra Harmain, SE., M.Pd
NIDN. 2010057302



Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I
NIDN. 2029019101



Dr. Sri Sudiarti, MA
NIDN.2012115903



Nur Ahmadi Bi Rahmadi
NIDN. 2028129001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN-SU Medan

Dr. Andri Soemitra, MA
NIP. 197605072006041002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fiqri Heriansyah

NIM/Jurusan : 53154133/Perbankan Syariah

Tempat, Tanggal Lahir : Simpang Empat, 05 Juni 1996

Pekerjaan : Mahasiswa

Tahun Masuk UINSU 2015

Alamat : Link III Simpang Panegoran Kelurahan Aek Kota
Batu Kabupaten Labuhanbatu Utara

Judul Skripsi : **“PENGARUH MINAT BELI DAN DAYA
SAING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBIAYAAN BSM OTO PADA BANK
SYARIAH MANDIRI CABANG PETISAH
MEDAN.”**

Pembimbing Skripsi I :Hendra Harmain, M.Pd

Pembimbing Skripsi II :Tri Ina Fadhila Rahma, M.E.I

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa judul skripsi diatas hasil karya sendiri, kecuali kutipan didalamnya telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan seperlunya.

Medan,09 Maret 2020
Wassalam.
Yang membuat pernyataan

Fiqri Heriansyah
53.15.4.133

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**PENGARUH MINAT BELI DAN DAYA SAING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBIAYAAN BSM OTO PADA BANK SYARIAH MANDIRI CABANG
PETISAH MEDAN**

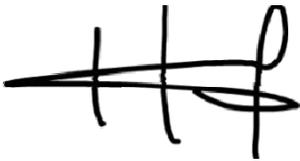
Oleh :

Figri Heriansyah
53154133

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Jurusan Perbankan Syariah

Medan, 09 Maret 2020

Pembimbing I



Hendra Harmain, M.Pd
NIP. 197305101998031003

Pembimbing II



Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I
NIP.199101292015032008

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Zuhrinal M. Nawawi, MA
NIP. 19760818 200710 1 001

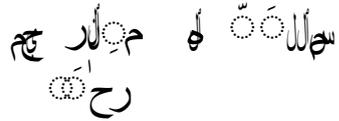
ABSTRAKSI

Fiqri Heriansyah, Nim53154133, Skripsi Berjudul "**Pengaruh Minat Beli dan Daya Saing terhadap Keputusan Pembiayaan BSM OTO Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah Medan**" Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU, Pembimbing I, Hendra Harmain, M.Pd dan Pembimbing II, Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I

Produk pembiayaan ini merupakan salah satu produk yang diminati nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Petisah, karena semakin meningkatnya minat masyarakat dalam membeli kendaraan bermotor berupa mobil di wilayah Sumatera Utara khususnya di wilayah Petisah sendiri, selain itu margin yang ditawarkan sangat menggiurkan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh minat beli dan daya saing terhadap pembiayaan dengan menggunakan data kualitatif yang bersumber dari penyebaran kuesioner kepada responden, dengan sampel sebanyak 80 orang responden dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat beli dan daya saing berpengaruh terhadap pembiayaan baik secara parsial maupun secara simultan, Minat Beli dan Daya Saing hanya berpengaruh sebesar 52,3% terhadap Pembiayaan sedangkan sisanya 47,7% Pembiayaan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi variabel dalam penelitian ini yaitu variabel lain yang mempengaruhi pembiayaan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Pembiayaan, Minat Beli dan Daya Saing

KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH MINAT BELI DAN DAYA SAING TERGADAP KEPUTUSAN PEMBIAYAAN BSM OTO PADA BANK SYARIAH MANDIRI CABANG PETISAH MEDAN.”** adalah dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN) Jurusan Perbankan Syariah.

Terselesainya skripsi ini tentu tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah mendorong dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terutama terimakasih teruntuk untuk kedua orangtua penulis Alm. Ayahanda Hendry Susanto dan Ibunda Siti Fatimah Pasaribu tercinta, yang memberikan cinta dan kasih sayangnya tiada ternilai, dan tidak ada bosan-bosannya selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil dan doanya selama ini. Serta Herma Yunita S.E dan Fajar Romadhon selaku kakak dan adik penulis, atas doa, kasih sayang dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama ini.

Dalam melakukan penulisan skripsi ini, penulis tidak bekerja sendirinya dan dalam penulisan ini juga dibantu, dibimbing dan didukung oleh banyak pihak dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada yang telah membantu penulis selama penulisan skripsi hingga penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Yafiz, M.Ag. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Nurlaila Harahap. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

5. Bapak Zuhrial M. Nawawi, M.A selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Ibu Tuti Anggraini, M.A selaku Seketaris Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Bapak Hendra Harmain, M.Pd sebagai Pembimbing Skripsi I dan Ibu TriInda Fadhila Rahma, M.E.I sebagai Pembimbing Skripsi II yang telah meluangkan waktu dan mengarahkan penulis dalam pembuatan skripsi ini.
7. Kepada yang telah membantu dan memberikan dukungan, doa, arahan, kritik, serta saran kepada penulis selama proses skripsi Siti Chairani Zahwa, Hasbi Hamdi, Muhammad Akbar Harahap dan Nabil Ulwan serta rekan-rekan kelas Perbankan Syariah C 2015.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal ini sehubungan dengan keterbatasan waktu, pikiran, tenaga dan biaya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun dari pembaca agar skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan bermanfaat bagi ilmu pengetahuan di bidang ekonomi dan perbankan syariah serta dapat berguna bagi pihak terkait.

Medan, 09 Maret 2020

Yang membuat pernyataan

Fiqri Heriansyah

Nim.53.15.41.33

DAFTAR ISI

Surat Pernyataan	i
Lembar Pernyataan	ii
Abstraksi	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Pembatasan Masalah.....	5
D. Perumusan Masalah	5
E. Tujuan dan Kegunaan	5

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis	7
a. Bank Syariah	7
1. Pengertian Bank Syariah.....	7
2. Fungsi Bank Syariah	8
3. Karakteristik Perbankan Syariah.....	9
4. Prinsip Perbankan Syariah	10
b. Minat Beli	10
1. Pengertian Minat Beli	10
2. Karakteristik Minat Beli	12
3. Cara Pembentukan Minat Beli	12
4. Indikator Minat Beli.....	13
c. Daya Saing	13
1. Pengertian Daya Saing	13
2. Dimensi Daya Saing dan Indikator Daya Saing.....	15
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing.....	17
4. Identifikasi Pesaing	18
d. Pembiayaan	19
1. Pengertian Pembiayaan	19

2. Tujuan Pembiayaan.....	22
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Pembiayaan	23
B. Kerangka Konseptual.....	24
C. Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	27
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
C. Jenis dan Sumber Data.....	27
D. Populasi dan Sampel	28
E. Defenisi Operasional.....	29
F. Teknik Pengumpulan Data	29
G. Uji Instrumen	30
1. Uji Validitas	30
2. Uji Reliabilitas	31
H. Metode Analisis	32
1. Analisi Regresi Linier Berganda.....	32
2. Uji Persyaratan Regresi.....	32
a. Uji Normalitas	33
b. Uji Multikolinearitas	33
c. Uji Heteroskedastisitas.....	33
3. Uji-t (Uji Parsial)	33
4. Uji Koefisien Determinasi (R-Square).....	34
5. Uji Model	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	36
1. Deskripsi Data Penelitian.....	40
2. Deskripsi Data Kuesioner Penelitian	41
3. Analisis Data.....	50
a. Uji Asumsi Klasik	50
b. Analisis Regresi Linier Berganda	52
c. Uji Hipotesis	53
1) Uji t (Secara Parsial)	53
2) Uji F (Secara Simultan).....	54

d. Koefisien Determinasi R-Square	55
B. Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	59
B. Saran	59

DAFTAR TABEL

Waktu Penelitian	27
Defenisi Operasional	29
Skala Likert	30
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Responden Berdasarkan Usia.....	40
Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	41
Tabulasi jawaban Fasilitas Bank Syariah Mandiri.....	41
Tabulasi Jawaban Produk Yang Bervariasi.....	42
Tabulasi Jawaban Sikap Pegawai.....	42
Tabulasi Jawaban Lokasi Strategis.....	43
Tabulasi Jawaban Bagi Hasil Yang Menguntungkan.....	43
Tabulasi Jawaban Kemudahan Prosedur.....	44
Tabulasi Jawaban Keterkaitan Bertransaksi.....	44
Tabulasi Jawaban Intensitas Transaksi	45
Tabulasi Jawaban Pembiayaan Ulang	45
Tabulasi Jawaban Alternatif Pembiayaan	46
Tabulasi Jawaban Tempat Transaksi Jangka Panjang.....	46
Tabulasi Jawaban Merekomendasikan BSM	47
Tabulasi Jawaban Tingkat Persaingan	47
Tabulasi Jawaban Lokasi Strategis.....	48
Tabulasi Jawaban Kemudahan Transaksi.....	48
Tabulasi Jawaban Prosedur Yang Lebih Mudah.....	48
Tabulasi Jawaban Kenyamanan Nasabah	49
Tabulasi Jawaban Program Pembiayaan	49
Coefficient.....	51
Regresi Linier Berganda	52
Uji t.....	53
Uji f	55
Koefisien Determinasi.....	55

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual	26
Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t	34
Kriteria Pengujian Hipotesis Uji f	35
Normalitas	50
Scatterplot	52
Pengujian Hipotesis I	54
Pengujian Hipotesis II	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank sebagai suatu lembaga keuangan yang memiliki salah satu fungsi yaitu meningkatkan produktifitas dana yang ada dan meningkatkan daya guna barang.¹ Berdasarkan prinsip operasinya, umumnya bentuk bank terbagi dua yaitu Bank Konvensional dan Bank Syariah, dimana keduanya memiliki kesamaan dalam menjalankan fungsi bank (menghimpun dana, mengelola dana dan menyalurkan dana), sedangkan perbedaan keduanya sangat jelas. Bank Konvensional menggantungkan pendapatannya pada bunga yang diperolehnya sedangkan Bank Syariah melalui bagi hasil dan margin. Sebagai lembaga keuangan yang memiliki fungsi intermediasi keuangan, bank syariah melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan yang disebut dana pihak ketiga.² Dana tersebut disalurkan melalui pembiayaan baik yang menggunakan prinsip bagi hasil, jual-beli maupun sewa- menyewa. pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga besar, yaitu: produk penyaluran dana (*financing*), produk penghimpunan dana (*funding*), dan produk jasa (*service*).

Dalam upaya pemenuhan jasa pelayanan akan kebutuhan masyarakat, pihak bank syariah memberikan pembiayaan yang mana pembiayaan dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu pembiayaan konsumtif dan pembiayaan produktif. Pembiayaan konsumtif adalah jenis pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha dan umumnya bersifat perorangan. Menurut jenis akadnya dalam produk pembiayaan syariah, pembiayaan konsumtif dapat di bagi menjadi beberapa bagian yaitu: akad Murabahah, akad Ijarah, akad Istiqna, dan akad Qard + Ijarah.³ Sedangkan pembiayaan produktif yaitu pembiayaan ini untuk keperluan produksi dalam arti luas, pembiayaan produktif ini lebih bersifat suatu utility uang dan barang dapat terlihat dengan nyata.⁴

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2002), h. 33

² Abu Muhammad Dwiono Koesen Al-Jambi, *Selamat Tinggal Bank Konvensional*, (CV TifaSurya Indonesia, 2006) h. 39

³*Ibid.*, h. 244

⁴*Ibid.*, h. 212

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan adalah dipengaruhi oleh faktor internal, yaitu dari dalam diri nasabah. Hal ini dipengaruhi oleh karakteristik, pekerjaan, gaya hidup dan minat beli. Kondisi psikologis seseorang akan dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil sebuah keputusan seperti dalam mengambil sebuah kredit. Sebagai contoh seseorang yang sedang membutuhkan uang atau barang maka ia akan cenderung berusaha untuk memenuhinya dan salah satu jalan yang diambil adalah dengan mengambil kredit pada lembaga keuangan tertentu.

Selanjutnya keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan dipengaruhi oleh faktor Eksternal yaitu faktor lingkungan sekitar nasabah yang terdiri dari kelompok rujukan dan keluarga. Kemudian faktor citra merek dan tingkat daya saing antar perusahaan. Citra Merek adalah Citra suatu perusahaan yang merupakan nama baik perusahaan, dan reputasi perusahaan menjadi faktor yang sering mempengaruhi keputusan pembelian. Daya saing adalah fungsi operasi yang tidak saja berorientasi ke dalam (internal) tetapi juga keluar (eksternal), yakni merespon pasar sasaran usahanya dengan proaktif. Daya saing dalam pembiayaan pada lembaga keuangan dapat dilihat dari pelayanan dan prosedur kredit dari bank atau lembaga keuangan yang menawarkan kredit bagi nasabah. Yang dimaksud dengan Pelayanan pelanggan (customer service) adalah upaya atau proses secara sadar dan terencana dilakukan organisasi atau badan usaha dalam persaingan melalui pemberian/perjanjian Pelayanan kepada nasabah, sehingga tercapai kepuasan optimal bagi nasabah⁵.

Pelayanan yang baik dan prima disertai dengan sarana dan prasarana yang mendukung akan menarik nasabah untuk terus datang guna melaksanakan transaksi serta akan menjadi salah satu faktor yang akan mendorong calon nasabah lainnya.

Prosedur Kredit adalah suatu tahapan-tahapan yang harus dipenuhi oleh nasabah dalam penyaluran kredit. Prosedur Kredit yang diterapkan akan sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit. Prosedur Kredit yang mudah akan mendorong nasabah untuk mengambil kredit yang ditawarkan oleh suatu bank.⁶

Salah satu bank syariah yang ada di Kota Medan adalah Bank Syariah Mandiri yang memiliki unit cabang salah satunya di Petisah, seperti halnya bank

⁵ Boediono, 1999, hal. 11

⁶ Malayu S.P. Hasibuan, 2006. Hal.211

syariah lainnya, PT Bank Syariah Mandiri dalam kegiataannya juga menghimpun dana dari masyarakat baik dalam bentuk tabungan, giro dan deposito kemudian disalurkan kembali melalui pembiayaan, dimana pembiayaan yang ada di PT Bank Syariah Mandiri terdiri antara lain Pembiayaan *consumer*, pembiayaan komersial, pembiayaan korporat dan banyak lagi jenis pembiayaan serta jasa seperti BSM Card dan Sentra Bayar BSM yaitu layanan pembayaran tagihan seperti telepon, ponsel dan listrik, yang bisa di gunakan dan dimanfaatkan nasabah untuk memudahkan kegiatan dalam memenuhi kebutuhannya.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Petisah Medan memiliki produk pembiayaan BSM Oto yaitu merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor baik baru maupun bekas dengan sistem murabahah atau jual beli dengan pembayaran yang dicicil. Pada dasarnya sama seperti mencicil mobil tanpa *fee*, yang mana maksudnya bukan berarti harga pinjaman dan harga tunai sama saja.

Karena kalau begitu bank tidak bisa mengambil untung. Dan walaupun bank tidak untung, maka nasabah penabung juga yang rugi karena tidak mendapatkan bagi hasil.

Adapun produk BSM oto ini BSM OTO sudah ada sejak tahun 2000 dengan nama pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor. Hal tersebut merespons kebutuhan pasar dan industri, sehingga BSM memperbaiki bisnis proses dan merevitalisasi produk BSM Oto di antaranya melalui sinergi layanan dengan *Multifinance*. BSM Oto menjadi alternatif bagi konsumen yang mempunyai kebutuhan pembiayaan otomotif dengan prinsip syariah. Jadi, bagi masyarakat yang ingin memiliki kendaraan dengan akad syariah dapat menggunakan pembiayaan BSM Oto.

Produk pembiayaan ini merupakan salah satu produk yang diminati nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Petisah , karena semakin meningkatnya minat masyarakat dalam membeli kendaraan bermotor berupa mobil di wilayah Sumatera Utara khususnya di wilayah Petisah sendiri, selain itu margin yang ditawarkan sangat menggiurkan.

Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Petisah , produk pembiayaan ini menggunakan dua akad, yaitu akad *ijarah* dan akad *murabahah*. Namun, dalam penelitian ini lebih terfokus pada akad *murabahah* karena di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Petisah ini lebih sering menggunakan akad *murabahah*.

Adapun fenomena yang terjadi dalam pembiayaan BSM Oto pada Bank Syariah Mandiri KCP Petisah yaitu seringkali terjadi kesulitan dalam penagihan pembiayaan akibat pendampingan yang tidak efektif, minat masyarakat yang semakin menurun dalam pembiayaan BSM Oto serta tingkat persaingan yang ketat antar perusahaan yang menawarkan pembiayaan sejenis dengan BSM Oto. Pembiayaan BSM Oto merupakan produk yang ditawarkan PT Bank Syariah Mandiri KCP Petisah yang diperuntukan bagi pembelian kendaraan, hadirnya pembiayaan BSM Oto merupakan hal yang perlu disambut positif, sebab dengan fasilitas tersebut diharapkan dapat membantu masyarakat untuk mendapatkan kendaraan dengan cepat dan mudah. Mengingat banyak manfaat yang diperoleh dalam menggunakan pembiayaan BSM Oto tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan pengaruh minat beli dan daya saing terhadap pembiayaan BSM oto pada Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas beberapa masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Terjadinya pembayaran yang macet dari nasabah dalam pembiayaan BSM Oto
- b. Turunnya minat masyarakat dalam pembiayaan BSM Oto
- c. Tingkat persaingan yang ketat antar perusahaan
- d. Prosedur dan aturan tentang pembiayaan BSM Oto yang tidak tersosialisasikan kepada masyarakat
- e. Kesulitan masyarakat dalam pemenuhan aturan pembiayaan BSM Oto

C. Pembatasan Masalah

Agar lebih fokus dalam penulisan ilmiah ini penulis membatasi masalah penelitian pada 2 variabel bebas dan satu variabel terikat. Kedua variabel bebas

tersebut adalah minat beli dan daya saing. Sedangkan variabel terikat adalah pembiayaan BSM Oto pada Bank Syariah Mandiri KCP Petisah.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan menjadi topik pembahasan dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah minat beli berpengaruh terhadap pembiayaan BSM Oto pada Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah?
- b. Apakah daya saing berpengaruh terhadap pembiayaan BSM Oto pada Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah?
- c. Apakah minat beli dan daya saing berpengaruh terhadap pembiayaan BSM Oto pada Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah?

E. Tujuan dan Kegunaan

a. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penulisan ilmiah ini yaitu :

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis minat beli berpengaruh terhadap pembiayaan BSM Oto pada Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis daya saing berpengaruh terhadap pembiayaan BSM Oto pada Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis minat dan daya saing berpengaruh terhadap pembiayaan BSM Oto pada Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah

b. Kegunaan Penelitian

- 1) Bagi Penulis

Manfaat yang dapat di ambil bagi penulis dari penulisan ilmiah ini adalah penulis dapat mengetahui perilaku masyarakat terkait dengan pembiayaan BSM Oto.

- 2) Bagi Perusahaan

Penulisan ilmiah ini diharapkan menjadi pedoman atau sebagai bahan evaluasi bagi manajemen perusahaan agar dapat dijadikan masukan dan dasar dalam pengambilan keputusan.

3) Bagi Akademisi

Penulisan ilmiah ini diharapkan menjadi suatu bahan pustaka, referensi, serta dapat membantu pembaca, khususnya mahasiswa/I yang mempunyai minat untuk meneliti kondisi keuangan suatu perusahaan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Bank Syariah

1) Pengertian Bank Syariah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Sedangkan bank syariah adalah bank yang dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.⁷

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) pengertian bank adalah sebagai berikut: “Bank adalah lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) antara pihak yang memiliki dana dan pihak yang memerlukan dana, serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran”.

Bank Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dan pihak berkekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu bank syariah yang biasa disebut *Islamic banking* atau *interest free banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*).⁸ Bank syariah tidak dapat dilepaskan dari asal usul sistem perbankan syariah, karena pada dasarnya bank syariah dikembangkan dengan menggabungkan antara masalah-masalah duniawi dengan agama. Sehingga dasar tersebut mengharuskan kepatuhan kepada syariat sebagai dasar kehidupan dengan tujuan mendapatkan ridha dari Allah untuk memperoleh kebaikan dunia dan akhirat. Oleh karena itu

⁷UU RI No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 Ayat 12

⁸Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hal 1

apa yang dijalankan dalam praktek perbankan juga merupakan salah satu aspek muamalah yang harus sesuai dengan syariat Islam.⁹

Pengertian perbankan menurut Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang No. 7 tahun 1992 adalah “Badan Usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.¹⁰ Sedangkan bank syariah menurut PP No. 72 tahun 1992 adalah bank yang sistem operasinya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Sedangkan bank menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang perkreditan dan jasa lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan prinsip-prinsip syariah.

Dari pengertian bank dan bank syariah tersebut, dapat disimpulkan bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam yaitu berlandaskan Al-Qur’an dan Hadist. Bank syariah didirikan bertujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan prinsip-prinsip islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan, perbankan, dan bisnis-bisnis lainnya yang berkaitan dengan keuangan.

2) Fungsi Bank Syariah

Apabila selama ini dikenal fungsi bank konvensional adalah sebagai intermediary antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana berfungsi menjalankan jasa keuangan, maka bank syariah selain menjalankan fungsi jasa keuangan juga mempunyai fungsi yang berbeda dengan konvensional.

Perbankan syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu:

⁹Ginjar, Pengaruh Non Performing Financing terhadap Profitabilitas Bank Syariah (Studi pada bank syariah yang terdaftar di Bursa Efek), 2013, hal 11

¹⁰Sofyan S. Hrp, Akuntansi Perbank Syariah (Jakarta: LPFE Usakti, 2010) hal 13

- a. Menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *al-wadiah* dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad *al-Mudharabah*.
- b. Menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan (*user of fund*). Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank syariah asalkan dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku.
- c. Memberikan pelayanan jasa perbankan. Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang diberikan oleh bank syariah antara lain jasa pengiriman uang (*transfer*), pemindah bukuan, penagihan surat berharga, *kliring*, *letter of kredit*, *inkaso*, garansi bank dan pelayanan jasa bank lainnya.¹¹

Tujuan khusus adanya perbankan syariah selain memberikan jasa keuanganyang halal bagi masyarakat muslim, sistem perbankan syariah diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi tercapainya tujuan sosial (kemanusiaan) dari sistem ekonomi islam. Oleh karena itu, kemunculan lembaga perbankan yang menggunakan nama syariah bukan hanya berdasarkan faktor permintaan pasar semata atau orientasi keuangan dan ekonomi saja. Akan tetapi diwujudkan atas dasar nilai-nilai kemanusiaan, yang mampu memecahkan masalah perekonomian yang dialami masyarakat dan sanggup meningkatkan martabat manusianya. Dengan begitu kehadiran perbankan syariah dengan sendirinya akan mampu membawa perubahan perekonomian masyarakat muslim ke arah yang jauh lebih baik.¹²

3) Karakteristik Perbankan Syariah

Bank syariah bukan sekedar bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan. Secara fundamental terdapat beberapa karakteristik bank syariah:

- a. Penghapusan Riba

¹¹ Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta: Kencana, 2011) hal 39-42

¹²Purwanda dan Muttaqien, Model Pengembangan SDM Industri Perbankan Syariah di Indonesia. Forum Riset Perbankan Syariah, Vol. V, 2012. Hal 8

- b. Pelayanan kepada kepentingan public dan merealisasikan sasaran sosial-ekonomi islam.
- c. Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersial dan bank investasi.
- d. Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal, karena bank komersial syariah menerapkan *profit and loss sharing konsinyasi, ventura, bisnis, atau industry*.
- e. Bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara bank syariah dan pengusaha.
- f. Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi kesulitan likuiditasnya dengan memanfaatkan instrument pasar uang antara bank syariah dan instrument bank sentral berbasis syariah¹³

4) Prinsip Perbankan syariah

Perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, meliputi kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur-unsur riba, maisir, gharar, haram, dan zalim. Karena itu, dalam transaksi penghimpunan dana simpanan berupa giro dan tabungan, serta investasi dalam bentuk deposito, maupun dalam penyaluran dana berupa pembiayaan oleh perbankan syariah tidak boleh mengandung unsur-unsur tersebut.¹⁴ Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.¹⁵

B. Minat Beli

1) Pengertian Minat Beli

Pengertian Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus

¹³Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012) hal 67

¹⁴A. Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012) hal 62

¹⁵ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia Edisi 3*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013) hal 84

ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.¹⁶

Menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang.¹⁷ Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Terdapat tiga batasan minat yakni pertama, suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seseorang ke arah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Ketiga, sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu.

Sedangkan menurut Hilgad, minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan.³ Dengan demikian, minat dapat dilihat dari aspek perhatian, kesenangan, kegemaran, dan kepuasan sebagai stimulasi bagi tindakan dan perbuatan seseorang.

Minat beli konsumen pada dasarnya merupakan faktor pendorong dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Minat beli konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya¹⁸. Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu¹⁹.

Minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan rencana pembelian suatu produk dengan merek tertentu pengetahuan tentang niat beli konsumen terhadap produk perlu diketahui oleh para pemasar untuk mendeskripsikan perilaku konsumen pada masa yang akan datang. Minat beli terbentuk dari sikap konsumen terhadap suatu produk hal tersebut berasal dari keyakinan konsumen terhadap kualitas produk. Semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk akan menyebabkan menurunkan minat beli konsumen.

¹⁶Lihat Kamus Besar Bahasa Indonesia

¹⁷Iskandarwasid & Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, Bandung: Rosda, Cet. Ke-3, 2011, h. 113.

¹⁸ Yamit, 2001. Hal.17

¹⁹ Durianto, dkk, 2003. Brand Equity ten, Strategi memimpin pasar Hal.109

Sedangkan menurut Hilgard, minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Dengan demikian, minat dapat dilihat dari aspek perhatian, kesenangan, kegemaran, dan kepuasan sebagai stimulasi bagi tindakan dan perbuatan seseorang.

Minat juga dipengaruhi pada diri sendiri dan dari luar (lingkungan). Dan kenyataannya, faktor yang paling dominan berpengaruh bagi nasabah adalah faktor lingkungan. Dalam hal ini dipertegas dengan pendapat Bloom bahwa minat seseorang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Dalam pendapatnya, Bloom mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya pekerjaan, sosial ekonomi, bakat, jenis kelamin, pengalaman, kepribadian, dan faktor lingkungan.²⁰Faktor-faktor ini yang saling berinteraksi dan saling mempengaruhi dengan pengaruh yang tidak sama.

2) Karakteristik Minat Beli

Ada beberapa macam karakteristik minat, antara lain :

- a) Minat menimbulkan sikap positif terhadap suatu obyek.
- b) Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari sesuatu obyek.
- c) Mengandung suatu penghargaan menimbulkan keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya.²¹

3) Cara Pembentukan Minat Beli

Minat pada dasarnya dapat dibentuk dalam hubungannya dengan obyek. Yang paling berperan dalam pembentukan minat selanjutnya dapat berasal dari orang lain, meskipun minat dapat timbul dari dalam dirinya sendiri. Adapun pembentukan minat dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut :

- a. Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh obyek yang dimaksud. Informasi yang diberikan dapat berasal dari pengalaman, media cetak, media elektronik.
- b. Memberikan rangsangan, dengan cara memberikan hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu yang berkaitan dengan obyek

²⁰ Ferdinand, 2006. Metode Penelitian Manajemen Hal.12

²¹*Ibid*, hal.19

- c. Mendekatkan individu terhadap obyek, dengan cara membawa individu kepada obyek atau sebaliknya mengikutkan individu-individu pada kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh obyek yang dimaksud.
- d. Belajar dari pengalaman.

4) Indikator Minat Beli

Minat beli diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut: ²²

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat digantikan jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli yang muncul menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya, yang pada akhirnya ketika seseorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang terdapat dalam benak konsumen.

C. Daya Saing

1. Pengertian Daya Saing

Perusahaan yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pasar. Karena tidak memiliki daya saing berarti tidak memiliki keunggulan, dan tidak unggul berarti tidak ada alasan bagi suatu perusahaan untuk tetap survive di dalam pasar persaingan untuk jangka panjang. Daya saing berhubungan dengan bagaimana efektivitas suatu organisasi di pasar persaingan, dibandingkan dengan organisasi lainnya yang menawarkan produk atau jasa-jasa yang sama atau sejenis. Perusahaan-perusahaan yang mampu menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas baik adalah perusahaan yang efektif dalam arti akan mampu bersaing.

²² Porter, 1995. Manajemen Pemasaran. Hal.5

“Competition is at the core of the success or failure of firms. Persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan. Terdapat dua sisi yang ditimbulkan oleh persaingan, yaitu sisi kesuksesan karena mendorong perusahaan-perusahaan untuk lebih dinamis dan bersaing dalam menghasilkan produk serta memberikan layanan terbaik bagi pasarnya, sehingga persaingan dianggapnya sebagai peluang yang memotivasi. Sedangkan sisi lainnya adalah kegagalan karena akan memperlemah perusahaan-perusahaan yang bersifat statis, takut akan persaingan dan tidak mampu menghasilkan produk-produk yang berkualitas, sehingga persaingan merupakan ancaman bagi perusahaannya.

Daya saing operasi merupakan fungsi operasi yang tidak saja berorientasi ke dalam (internal) tetapi juga keluar (eksternal), yakni merespon pasar sasaran usahanya dengan proaktif.²³

Daya saing merupakan salah satu kriteria untuk menentukan keberhasilan dan pencapaian sebuah tujuan yang lebih baik oleh suatu negara dalam peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi. Daya saing diidentifikasi dengan masalah produktifitas, yakni dengan melihat tingkat output yang dihasilkan untuk setiap input yang digunakan. Meningkatnya produktifitas ini disebabkan oleh peningkatan jumlah input fisik modal dan tenaga kerja, peningkatan kualitas input yang digunakan dan peningkatan teknologi.

Keunggulan kompetitif adalah suatu keunggulan yang dapat diciptakan dan dikembangkan. Ini merupakan ukuran daya saing suatu aktifitas kemampuan suatu negara atau suatu daerah untuk memasarkan produknya di luar daerah atau luar negeri. Maka dari itu, menurut Tarigan (2005) seorang perencana wilayah harus memiliki kemampuan untuk menganalisa potensi ekonomi wilayahnya. Dalam hal ini kemampuan pemerintah daerah untuk melihat sektor yang memiliki keunggulan/kelemahan di wilayahnya menjadi semakin penting. Sektor ini memiliki keunggulan, memiliki prospek yang lebih baik untuk dikembangkan dan diharapkan dapat mendorong sektor-sektor lain untuk berkembang.

Konsep daya saing daerah berkembang dari konsep daya saing yang digunakan untuk perusahaan dan negara. Selanjutnya konsep tersebut di

²³ Muhandi, 2007. Strategi Operasi.Hal.39

kembangkan untuk tingkat negara sebagai daya saing global, khususnya melalui lembaga *World Economic Forum (Global Competitiveness Report)* dan *International Institute for Management Development (World Competitiveness Yearbook)*. Daya saing ekonomi suatu negara seringkali merupakan cerminan dari daya saing ekonomi daerah secara keseluruhan. Disamping itu, dengan adanya tren desentralisasi, maka makin kuat kebutuhan untuk mengetahui daya saing pada tingkat daerah .

World Economic Forum (WEF), suatu lembaga yang menerbitkan “Global Competitiveness Report” mendefinisikan daya saing nasional secara lebih luas maknanya dengan kalimat yang sangat sederhana. WEF mendefinisikan daya saing nasional sebagai “kemampuan perekonomian nasional untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan”. Fokusnya adalah pada kebijakan-kebijakan yang tepat, institusi-institusi yang sesuai, serta karakteristik-karakteristik ekonomi lain yang mendukung terwujudnya pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan (Abdullah, 2002).

Lembaga lain seperti yang dikenal luas seperti Institute of Management Development (IMD) dalam buku “Daya Saing Daerah” Abdullah (2002) dengan publikasinya “World Competitiveness Yearbook”, secara lengkap mendefinisikan daya saing nasional sebagai “kemampuan suatu negara dalam menciptakan nilai tambah dalam rangka menambah kekayaan nasional dengan cara mengelola aset dan proses, daya tarik dan agresivitas, globality dan proximity, serta dengan mengintegrasikan hubungan-hubungan tersebut kedalam suatu model ekonomi dan sosial”. Dengan arti bahwa daya saing nasional adalah suatu konsep yang mengukur dan membandingkan seberapa baik suatu negara dalam menyediakan suatu iklim tertentu yang kondusif untuk mempertahankan daya saing domestik maupun global kepada perusahaan-perusahaan yang berada di wilayahnya.

2. Dimensi Daya Saing dan Indikator Daya Saing

Dimensi daya saing suatu perusahaan sebagaimana dikemukakan oleh Muhardi adalah terdiri dari biaya (cost), kualitas (quality), waktu penyampaian

(delivery), dan fleksibilitas (flexibility). Keempat dimensi tersebut lebih lanjut diterangkan lengkap dengan indikatornya sebagai berikut :²⁴

- a. Biaya adalah dimensi daya saing operasi yang meliputi empat indikator yaitu biaya produksi, produktifitas tenaga kerja, penggunaan kapasitas produksi dan persediaan. Unsur daya saing yang terdiri dari biaya merupakan modal yang mutlak dimiliki oleh suatu perusahaan yang mencakup pembiayaan produksinya, produktifitas tenaga kerjanya, pemanfaatan kapasitas produksi perusahaan dan adanya cadangan produksi (persediaan) yang sewaktu-waktu dapat dipergunakan oleh perusahaan untuk menunjang kelancaran perusahaan tersebut.
- b. Kualitas seperti yang dimaksudkan oleh Muhardi adalah merupakan dimensi daya saing yang juga sangat penting, yaitu meliputi berbagai indikator diantaranya tampilan produk, jangka waktu penerimaan produk, daya tahan produk, kecepatan penyelesaian keluhan konsumen, dan kesesuaian produk terhadap spesifikasi desain. Tampilan produk dapat tercermin dari desain produk atau layanannya, tampilan produk yang baik adalah yang memiliki desain sederhana namun mempunyai nilai yang tinggi. Jangka waktu penerimaan produk dimaksudkan dengan lamanya umur produk dapat diterima oleh pasar, semakin lama umur produk di pasar menunjukkan kualitas produk tersebut semakin baik. Adapun daya tahan produk dapat diukur dari umur ekonomis penggunaan produk .
- c. Waktu penyampaian merupakan dimensi daya saing yang meliputi berbagai indikator diantaranya ketepatan waktu produksi, pengurangan waktu tunggu produksi, dan ketepatan waktu penyampaian produk. Ketiga indikator tersebut berkaitan, ketepatan waktu penyampaian produk dapat dipengaruhi oleh ketepatan waktu produksi dan lamanya waktu tunggu produksi.
- d. Adapun fleksibilitas merupakan dimensi daya saing operasi yang meliputi berbagai indikator diantaranya macam produk yang dihasilkan, kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan.

²⁴*Ibid*, hal.41

3. **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing**

Adapun factor-faktor yang mempengaruhi daya saing adalah :

a. Lokasi

Memperhatikan lokasi usaha sangat penting untuk kemudahan pembeli dan menjadi faktor utama bagi kelangsungan usaha. Lokasi usaha yang strategis akan menarik perhatian pembeli. letak atau lokasi akan menjadi sangat penting untuk memenuhi kemudahan pelanggan dalam berkunjung, konsumen tentu akan mencari jarak tempuh terpendek. Walau tidak menutup kemungkinan konsumen dari jarak jauh juga akan membeli, tapi persentasenya kecil.²⁵

b. Harga

Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga menentukan apakah sebuah supermarket, minimarket, atau swalayan banyak dikunjungi konsumen atau tidak. Faktor harga juga berpengaruh pada seorang pembeli untuk mengambil keputusan. Harga juga berhubungan dengan diskon, pemberian kupon berhadiah, dan kebijakan penjualan.²⁶

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang. Demi mendapatkan sebuah barang atau jasa yang diinginkannya seorang konsumen harus rela membayar sejumlah uang. Bagi pelanggan yang sensitif bias any harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi.²⁷

c. Pelayanan

Program pelayanan / service seringkali menjadi pokok pemikiran pertama seorang pengelola supermarket/minimarket. Pelayanan melalui produk berarti konsumen dilayani sepenuhnya melalui persediaan produk yang ada, produk yang bermutu. Pelayanan melalui kemampuan fisik lebih mengacu kepada kenyamanan peralatan (trolley atau keranjang belanja), tempat parkir yang nyaman, penerangan ruangan yang baik, juga keramahan dari karyawan.

d. Mutu atau kualitas

²⁵Frans,2003. Inovasi Organisasi sebagai daya saing bisnis.hal.439

²⁶Sunarto,2004. Statistika Penelitian. Hal.206

²⁷Irawan, 2008. Manajemen Pemasaran. Hal.38.

Keyakinan untuk memenangkan persaingan pasar akan sangat ditentukan oleh kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Berkenaan dengan kualitas produk, Muhardi dalam bukunya Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing mengutip pendapat Adam dan Ebert yang menyatakan : *“product quality is the appropriateness of design specifications to function and use as well as the degree to which the product conforms to the design specifications”*. Kualitas produk ditunjukkan oleh kesesuaian spesifikasi desain dengan fungsi atau kegunaan produk itu sendiri, dan juga kesesuaian produk dengan spesifikasi desainnya. Jadi suatu perusahaan memiliki daya saing apabila perusahaan itu menghasilkan produk yang berkualitas dalam arti sesuai dengan kebutuhan pasarnya.

e. Promosi

Semakin sering suatu supermarket/swalayan melakukan promosi, semakin banyak pengunjung dalam memenuhi kebutuhannya. Promosi bisa dilakukan melalui berbagai iklan baik di media cetak, elektronik, maupun media lain.

promosi penjualan terdiri dari insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa, yang mana promosi penjualan ini mencakup suatu variasi yang luas dari alat-alat promosi yang didesain untuk merangsang respons pasar yang lebih cepat, atau yang lebih kuat.

4. Identifikasi Pesaing

Ada 4 (empat) tingkat persaingan, berdasarkan tingkat substitusi produk menurut Kotler, yaitu:

- a. Persaingan Merek, terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah perusahaan lain yang menawarkan produk dan atau jasa serupa pada pelanggan yang sama dengan harga yang sama
- b. Persaingan Industri, terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang membuat produk atau kelas produk yang sama.
- c. Persaingan Bentuk, terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang memproduksi produk yang memberikan jasa yang sama.

- d. Persaingan Generik, terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan rupiah konsumen yang sama.

D. Pembiayaan

1) Pengertian Pembiayaan

Istilah pembiayaan pada intinya berarti *I believe, I trust* “saya percaya” atau “saya menaruh kepercayaan” perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan, berartilembaga pembiayaan selaku shabibul mal menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil, dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.²⁸

Selain itu pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara lembaga keuangan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu. Istilah yang merupakan pasangan pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu adalah dain (*debt*). Pembiayaan dan wadiah adalah istilah untuk suatu perbuatan ekonomi (perbuatan yang menimbulkan akibat ekonomi) yang dilihat dari arah yang berlawanan. Pembiayaan dalam bank Islam adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu.²⁹

Prinsip penyaluran pembiayaan adalah prinsip kepercayaan dan kehati-hatian, indikator kepercayaan ini adalah kepercayaan moral, komersial, financial dan agunan. Kepercayaan dibedakan atas kepercayaan murni dan kepercayaan reserve. Kepercayaan murni adalah memberikan pembiayaan kepada debiturnya hanya atas kepercayaan saja, tanpa ada jaminan lainnya. Kepercayaan Reserve diartikan menyalurkan pembiayaan/ pinjaman kepada debitor atas kepercayaan, tetapi kurang yakin sehingga bank selalu meminta agunan berupa materi. Bahkan

²⁸ Veithzal Rival, *Islamic Financial Managemen*, (Jakarta : PT.RajaGrafindo Persada, 2008) h. 2

²⁹*Ibid.hal.4*

suatu bank dalam peyaluran pembiayaan lebih mengutamakan agunan atas pinjaman tersebut³⁰.

Skim pembiayaan dapat dibagi menjadi dua bagian besar, antara lain :

a. Pembiayaan konsumtif

Merupakan pembiayaan yang di gunakan untuk keperluan pribadi misalnya keperluan konsumsi, baik pangan, sandang maupun papan, contoh jenis pembiayaan ini adalah pembiayaan perumahan , pembiayaan kendaraan bermotor yang kesemuanya untuk dipakai sendiri.³¹

Menurut jenis akadnya dalam produk pembiayaan syariah, pembiayaan konsumtif dapat di bagi menjadi lima (5) bagian , yaitu:

- 1) Pembiayaan konsumen akad Murabahah
- 2) Pembiayaan konsumen akad IMBT
- 3) Pembiayaan konsumen akad Ijarah
- 4) Pembiayaan konsumen akad Istiqna
- 5) Pembiayaan konsumen akad Qard + Ijarah

Dalam menetapkan akad pembiayaan konsumtif, langkah langkah yang perlu dilakukan bank adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila kegunaan pembiayaan yang dibutuhkan nasabah adalah untuk kebutuhan konsumtif semata mata, harus dilihat dari sisi apakah pembiayaan tersebut berbentuk pembelian barang atau jasa.
- 2) Jika untuk pembelian barang, faktor selanjutnya yang harus dilihat adalah apakah barang tersebut berbentuk *ready stock* atau *goods in process*, jika *ready stock*, pembiayaan yang diberikan adalah pembiayaan murabahah, namun jika berbentuk *good in process*, yang harus dilihat berikutnya adalah dari sisi apakah proses barang tersebut memerlukan waktu di bawah 6 bulan atau lebih, jika 6 bulan, pembiayaan yang diberikan adalah pembiayaan salam, jika proses barang tersebut memerlukan waktu lebih dari 6 bulan, pembiayaan yang diberikan adalah istisna.

³⁰ Malayu S.P Hasibuan , *Dasar Dasar Perbankan* , (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2005), h.

³¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2005) h. 43

3) Jika pembiayaan tersebut dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dibidang jasa, pembiayaan yang diberikan adalah ijarah.³²

b. Pembiayaan Produktif

Yaitu pembiayaan ini untuk keperluan produksi dalam arti luas, pembiayaan produktif ini lebih bersifat suatu utility uang dan barang dapat terlihat dengan nyata.³³

Pembiayaan produktif terbagi menjadi dua, yakni :

- 1) Pembiayaan investasi
- 2) Pembiayaan modal kerja

Perbedaan perlakuan antara pembiayaan konsumtif dan produktif terletak pada metode pendekatan analisisnya. Pada pembiayaan konsumtif, fokus analisa dilakukan pada kemampuan financial pribadi dalam mengembalikan yang telah diterimanya seperti gaji. Sedangkan pada pembiayaan produktif, fokus analisa pada kemampuan finansial usaha untuk melunasi pembiayaan yang telah diterimanya. Dari sisi prosesnya, analisa pembiayaan produktif jauh lebih rumit daripada pembiayaan konsumtif.³⁴

Pembiayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar manfaat pembiayaan di dalam perekonomian, perdagangan dan keuangan dapat dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Pembiayaan dapat meningkatkan utility (daya guna) dari modal /utang

Para penabung menyimpan uangnya di lembaga keuangan. Uang tersebut dalam persentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh lembaga keuangan. Para pengusaha meningkatkan pembiayaan dari bank untuk memperluas / memperbesar usahanya, baik untuk peningkatan produksi perdagangan, untuk usaha-usaha rehabilitasi, ataupun usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh.

- 2) Pembiayaan meningkatkan utility (daya guna) suatu barang

Produsen dengan bantuan dana pembiayaan dapat memproduksi bahan jadi sehingga utility dana bahan tersebut meningkat. Produsen dengan

³²*Ibid.*, h. 244

³³ Muchdarsyah Sinungan, *Op Cit*, h. 212

³⁴ Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta : Zikrul Hakim, 2007), h. 63

bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari satu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang bermanfaat.

3) Pembiayaan meningkatkan peredaran lalu lintas uang

Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening koran, pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya melalui pembiayaan peredaran uang kartal atau uang giral akan lebih berkembang oleh karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga penggunaan uang akan bertambah baik secara kualitatif.³⁵

4) Pembiayaan menimbulkan gairah usaha masyarakat.

Manusia adalah makhluk yang selalu melakukan kegiatan ekonomi, yaitu selalu berusaha memenuhi kebutuhannya, kegiatan usaha sesuai dengan dinamikanya akan selalu meningkat, peningkatan usaha tidaklah selalu diimbangi dengan peningkatan kemampuan. Karenanya, manusia selalu berusaha dengan segala daya untuk memenuhi kekurangannya yang berhumargin dengan manusia lain yang mempunyai kemampuan. Karena itu pulalah pengusaha selalu berhumargin dengan baik untuk memperoleh bantuan permodalan guna peningkatan usahanya.³⁶

2) Tujuan Pembiayaan

Adapun Tujuan penyaluran pembiayaan, antara lain adalah untuk:

- a. Memperoleh pendapatan bank dari margin pembiayaan
- b. Memanfaatkan dan memproduktif dana yang ada
- c. Melaksanakan kegiatan operasional bank
- d. Memenuhi permintaan pembiayaan dari masyarakat
- e. Memperlancar lalu lintas pembayaran
- f. Menambah modal kerja perusahaan
- g. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Pada prinsipnya pembiayaan itu cuma satu macam saja yaitu uang bank yang dipinjamkan kepada nasabah dan akan dikembalikan pada suatu waktu

³⁵ Undang-undang Perbankan Syariah 2008, *UU RI No.21 Th 2008* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009)

h. 9

³⁶*Ibid. hal.10*

tertentudimasa mendatang, disertai dengan suatu kontrak prestasi beserta margin.¹¹

3) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Pembiayaan

Masalah pengambilan keputusan terletak dari pengaturan tentang bagaimana tujuan yang hendak kita capai itu terwujud, dengan melalui dukungan informasi, data yang terolah secara akurat. Pengambilan keputusan menandakan kondisi dimana terdapat tujuan (visi dan misi) yang hendak dicapai, tindakan manusia untuk mencapainya, sejumlah hambatan, kelangkaan, ketidakpastian, dan resiko, serta terdapatnya sejumlah peristiwa lain hasil tindakan pelaku lainnya, seperti konjungsi kegiatan ekonomi. Faktor tujuan dan tindakan serta kelangkaan dapat dimasukkan dalam faktor-faktor internal dari pengambilan keputusan. Sedangkan faktor lainnya dikategorikan sebagai faktor eksternal yang berasal dari lingkungan.³⁷

a. Faktor individual (internal)

- 1) Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap diri kita.³⁸
- 2) Sikap atau minat didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh, intensitas, dukungan dan kepercayaan adalah sifat penting dari sikap. Pencarian informasi dan evaluasi yang luas atas berbagai kemungkinan akan menghasilkan pembentukan suatu sikap terhadap alternatif-alternatif yang dipertimbangkan.

³⁷ Rizky Dermawan, Pengambilan Keputusan (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 141

³⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasara (Jakarta : Erlangga,2008).h. 179

- 3) Kepribadian diartikan sebagai respon yang konsisten terhadap stimulus lingkungan. Kepribadian seseorang akan menentukan bagaimana seseorang mengkonsumsi suatu produk.³⁹
 - 4) Motivasi adalah tenaga pendorong dalam diri individu yang membuat konsumen bertindak. Indikator motivasi terdiri atas intrinsik (dari dalam) didefinisikan sebagai tenaga pendorong konsumen yang berasal dari diri konsumen.⁴⁰
- b. Faktor lingkungan (eksternal)
- 1) Budaya atau Daya Saing adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Melalui keluarga dan institusi utama lainnya, setiap budaya terdiri dari beberapa subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Budaya adalah keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai dan kebiasaan yang dipelajari yang mampu mengarahkan perilaku konsumen para masyarakat tertentu.⁴¹
 - 2) Sosial adalah pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Status sosial menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda.⁴²
 - 3) Demografi, karakteristik demografi seperti usia, pendapatan dan pendidikan juga membedakan bagaimana seseorang terlibat dalam pengambilan keputusan konsumen.⁴³

B. Kerangka Konseptual

Minat Beli dipengaruhi pada diri sendiri dan dari luar (lingkungan). Dan kenyataannya, faktor yang paling dominan berpengaruh bagi nasabah adalah faktor lingkungan. Dalam hal ini dipertegas dengan pendapat Bloom bahwa minat seseorang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Dalam pendapatnya, Bloom mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya

³⁹*Ibid.*h.174

⁴⁰ Rifa'atul Mahmudah, Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Internal Terhadap Keputusan Pembelian Di Minimarket Lima-Lima Benowo Surabaya Fakultas Ekonomi, Unesa, Kampus Ketintang

⁴¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran (Jakarta : Erlangga,2008) h. 166

⁴²*Ibid.* h. 170

⁴³*Ibid.*, h. 236

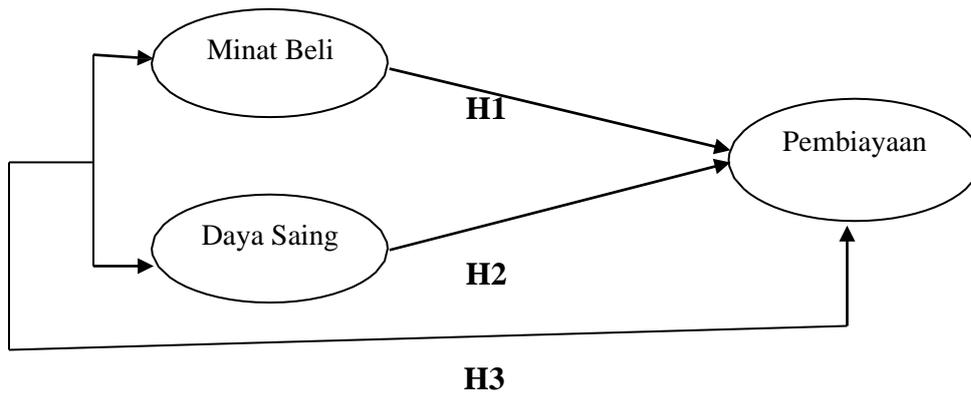
pekerjaan, sosial ekonomi, bakat, jenis kelamin, pengalaman, kepribadian, dan faktor lingkungan.

Daya saing merupakan salah satu kriteria untuk menentukan keberhasilan dan pencapaian sebuah tujuan yang lebih baik oleh suatu negara dalam peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi. Daya saing diidentifikasi dengan masalah produktifitas, yakni dengan melihat tingkat output yang dihasilkan untuk setiap input yang digunakan. Meningkatnya produktifitas ini disebabkan oleh peningkatan jumlah input fisik modal dan tenaga kerja, peningkatan kualitas input yang digunakan dan peningkatan teknologi.

Keunggulan kompetitif adalah suatu keunggulan yang dapat diciptakan dan dikembangkan. Ini merupakan ukuran daya saing suatu aktifitas kemampuan suatu negara atau suatu daerah untuk memasarkan produknya di luar daerah atau luar negeri. Maka dari itu, menurut Tarigan (2005) seorang perencana wilayah harus memiliki kemampuan untuk menganalisa potensi ekonomi wilayahnya. Dalam hal ini kemampuan pemerintah daerah untuk melihat sektor yang memiliki keunggulan/kelemahan di wilayahnya menjadi semakin penting. Sektor ini memiliki keunggulan, memiliki prospek yang lebih baik untuk dikembangkan dan diharapkan dapat mendorong sektor-sektor lain untuk berkembang.

Prinsip penyaluran pembiayaan adalah prinsip kepercayaan dan kehati-hatian, indikator kepercayaan ini adalah kepercayaan moral, komersial, financial dan agunan. Kepercayaan dibedakan atas kepercayaan murni dan kepercayaan reserve. Kepercayaan murni adalah memberikan pembiayaan kepada debiturnya hanya atas kepercayaan saja, tanpa ada jaminan lainnya. Kepercayaan Reserve diartikan menyalurkan pembiayaan/ pinjaman kepada debitor atas kepercayaan, tetapi kurang yakin sehingga bank selalu meminta agunan berupa materi. Bahkan suatu bank dalam penyaluran pembiayaan lebih mengutamakan agunan atas pinjaman tersebut

Berdasarkan uraian teori dan latar belakang masalah maka dapat digambarkan kerangka konseptual dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :



Gambar II.1 Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang masih akan diuji kebenarannya.

Adapun Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Ada pengaruh Minat Beli terhadap Pembiayaan BSM Oto
- H2 : Ada pengaruh Daya Saing terhadap Pembiayaan BSM Oto
- H3 : Ada pengaruh Minat Beli dan Daya Saing terhadap Pembiayaan BSM Oto

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Di dalam penelitian ini digunakan pendekatan Assosiatif, dimana pendekatan assosiatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat⁴⁴.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Adapun yang menjadi tempat dari penelitian ini adalah pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah Medan

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian mulai dari Juni 2019-Oktober 2019.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

NO	Jenis Penelitian	Juni				Juli				Agustus				September				Oktober				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Pra Riset				■																	
2	Pengajuan Judul					■																
3	Pengumpulan Data					■	■	■	■													
4	Penyusunan Proposal								■	■	■											
5	Bimbingan Proposal									■	■	■										
6	Seminar Proposal												■									
7	Penyusunan Skripsi													■	■	■						
8	Bimbingan Skripsi																■	■	■	■		
9	Sidang Meja Hijau																					■

C. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan dari dua sumber data, yaitu:

1. Data primer, adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya.

⁴⁴ Sugiyono, 2008. Metode Penelitian, hal.201

2. Data sekunder, adalah data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan melalui studi dokumentasi kampus dan dari penelitian sebelumnya.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan unit analisis/hasil pengukuran yang dibatasi oleh suatu kriteria tertentu⁴⁵. Sedangkan dalam teori lain menyatakan bahwa: “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian⁴⁶”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Pembiayaan BSM Oto Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah sebanyak 238 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah “Sebagian dari populasi yang merupakan wakil dari populasi itu”.⁴⁷ Mengingat jumlah populasi yang tergolong besar maka jumlah sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin⁴⁸, adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = tingkat kesalahan yang ditolerir, plus minus faktor kesalahan

Berdasarkan rumus diatas dengan dengan populasi sebesar 112, tingkat kesalahan yang ditolerir sebesar 0,10 ; maka besarnya sampel adalah :

$$n = \frac{112}{1 + (112)(0,01^2)}$$

n = 79 atau dibulatkan menjadi 80

Dari hasil perhitungan diperoleh ukuran sampel minimal diambil adalah sebesar 80 responden

⁴⁵ Ety Rochaety, 2009, Metodologi Penelitian. hal.63

⁴⁶ Machfoedz, 2010, Statistika Penelitian Modern. hal.47

⁴⁷ Ibid

⁴⁸ Juliandi, 2014.

E. Defenisi Operasional

Defenisi operasional bertujuan untuk melihat sejauh mana variabel dari suatu faktor lainnya. Adapun defenisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Defenisi Operasional

Variabel	Defenisi	Dimensi	Skala
Keputusan Pembiayaan (Y)	Keinginan nasabah untuk memutuskan menggunakan pembiayaan dari pihak perusahaan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara lembaga keuangan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu	1. Pembelian percobaan (<i>Trial Purchase</i>) 2. Pembelian Ulangan (<i>Repeat Order</i>) 3. Pembelian komitmen jangka panjang (<i>Long-term Purchase</i>).	1 – 4 2 – 3 5 – 6
Minat Beli (X ₁)	Kekuatan namadari suatu produk sehingga memberikan ketertarikan karena mudah diingat dan dikenal	1) Kekuatan 2) Keunikan 3) Kemudahan	7 – 8 9 10–11 12
Daya Saing (X ₂)	Perlombaan antar perusahaan dalam bertahan dan menjadi lebih baik dari perusahaan lain.	1) biaya (<i>cost</i>) 2) kualitas (<i>quality</i>) 3) waktu penyampaian (<i>delivery</i>) 4) fleksibilitas (<i>flexibility</i>)	16-17 14-15 18 13

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Daftar Pertanyaan (Kuesioner)

Pertanyaan-pertanyaan yang telah tersusun secara kronologis dari yang umum mengarah pada yang khusus untuk diberikan pada responden/informan yang

umumnya merupakan daftar pertanyaan, lazimnya disebut kuesioner⁴⁹. Kuesioner tersebut diberikan kepada para pegawai dengan menggunakan skala likert dengan bentuk *ckecklist*, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi yaitu:

Tabel 3.3
Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵⁰ Pertanyaan disusun dengan memperhatikan prinsip-prinsip penulisan angket seperti isi dan tujuan pertanyaan, bahasa yang digunakan, tipe dan bentuk pertanyaan, panjang pertanyaan, urutan pertanyaan, dan penampilan fisik angket.

G. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Untuk mengukur validitas setiap butir pertanyaan, maka dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum X)^2\} \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

n = Banyaknya pasangan pengamat

$\sum X$ = Jumlah pengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah pengamatan variabel Y

$(\sum X^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel X

$(\sum Y^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel Y

$(\sum X)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel X

⁴⁹ Joko Subagyo, 2007, hal.55

⁵⁰ Sugiyono, 2008, Metode Penelitian, hal.205

$(\sum Y)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali variabel X dan Y

r_{XY} = Besarnya korelasi antara kedua variabel X dan Y

Kriteria penerimaan/penolakan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H_0 ditolak jika nilai korelasi adalah negative dan probabilitas yang dihitung \geq nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig 2-tailed $\geq \alpha$ 0,05).

H_0 diterima jika nilai korelasi adalah positif dan probabilitas yang dihitung \leq nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig 2-tailed $\leq \alpha$ 0,05).

2. Uji Reliabilitas

Selanjutnya butir instrument yang valid di atas di uji reliabilitasnya untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrument yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Menurut Arikunto dalam Juliandi, Irfan dan Manurung (2015:82) pengujian reliabilitas dilakukan dengan Cronbach Alpha, dikatakan reliable bila hasil alpha \geq 0,6 dengan rumus alpha sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

(Sugiyono, 2016:184)

Dimana:

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_b^2 = Jumlah varians butir

σ_1^2 = Varians total

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, didapati hasil nilai reliabilitas dari kuesioner yang diberikan kepada responden sebagai berikut:

H. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software SPSS* versi 18, Analisis Regresi Linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel independen (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama. Analisis ini dilakukan dengan beberapa tahapan berikut.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing- masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y= Variabel dependen (Pembiayaan)

X1=Variabel independen(Minat Beli)

X2 = Variabel independen(Daya Saing)

A = Konstanta yaitu (nilai Y bila $X_1, X_2 = 0$)

B = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

2. Uji Persyaratan Regresi

Untuk memenuhi persyaratan dalam menganalisis dengan metode regresi linear berganda diperlukan uji asumsi klasik. Asumsi klasik yang dimaksud terdiri dari:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

b) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varians (Variance Inflasi Factor/VIF), yang tidak melebihi 4 atau 5.

c) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dapat diketahui dengan melalui grafik scatterplot antar nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji-t (Uji Parsial)

Pengujian hipotesis secara parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen untuk melihat arti dari masing-masing koefisien regresi berganda. Uji-t digunakan dalam penelitian ini untuk menguji signifikan korelasi

sederhana apakah variabel bebas (X) secara parsial atau mempunyai hubungan signifikan atau sebaliknya terhadap variabel terikat (Y).

Rumus yang digunakan untuk menghitung Uji-t adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

t = Nilai t hitung

r = Koefisien korelasi

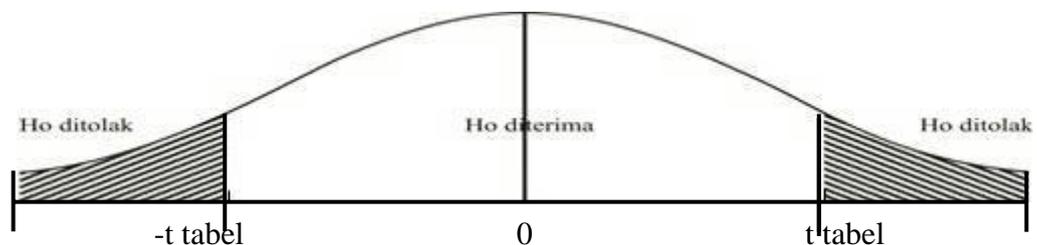
n = Banyaknya sampel

Bentuk Pengujian :

- 1) $H_0 : r_s = 0$, artinya terdapat hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)
- 2) $H_0 : r_s \neq 0$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

Kriteria Pengambilan Keputusan :

- a) H_0 diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$, $df = n-k$
- b) H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$



Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t

4. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Nilai R-Square adalah untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Koefisien Determinasi ini berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen dengan variabel dependen yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan dengan rumus sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

- D = Determinasi
 R = Nilai Korelasi
 100% = Persentase Kontribusi

5. Uji Model

Model hipotesis penelitian satu adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) secara simultan.

Hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan menggunakan uji-F, dengan rumus sebagai berikut:

$$Fh = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan:

- FH = Nilai F hitung
 R = Koefisien korelasi berganda
 K = Jumlah variabel independen
 N = Jumlah anggota sampel

Bentuk Pengujiannya:

$H_0: \mu = 0$, artinya ada pengaruh antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y

$H_0: \mu \neq 0$, artinya tidak ada pengaruh antara variabel X1 dan X2 terhadap Y

Kriteria Pengambilan Keputusan:

- Tolak H_0 jika F hitung $>F_{tabel}$, atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$
- Terima H_0 Jika F hitung $<F_{tabel}$, atau $-F_{hitung} > -F_{tabel}$



Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Produk pembiayaan kendaraan bermotor “BSM OTO” di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Petisah termasuk dalam pembiayaan *consumer*. Pembiayaan segmen *Consumer Banking* memberikan kontribusi yang signifikan bagi pertumbuhan pembiayaan bisnis BSM secara keseluruhan. Pembiayaan segmen ini menjadi salah satu bidang bisnis BSM yang dikembangkan dan dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Produk pembiayaan ini merupakan salah satu produk yang diminati nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Petisah , karena semakin meningkatnya minat masyarakat dalam membeli kendaraan bermotor berupa mobil di wilayah Sumatera Utara khususnya di wilayah Petisah sendiri, selain itu margin yang ditawarkan sangat menggiurkan.

Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Petisah , produk pembiayaan ini menggunakan dua akad, yaitu akad *ijarah* dan akad *murabahah*. Namun, dalam penelitian ini lebih terfokus pada akad *murabahah* karena di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Petisah ini lebih sering menggunakan akad *murabahah*.

Dalam memberikan pembiayaan, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Petisah memberikan syarat dan ketentuan yang harus diberikan nasabah, yaitu:

Dalam mengajukan pembiayaan ini nasabah harus memenuhi syarat dan ketentuan yang sudah berlaku, dalam melakukan pembiayaan nasabah juga harus mengikuti prosedur-prosedur pembiayaan. Prosedur pembiayaan kendaraan bermotor “BSM OTO” adalah sebagai berikut:

1. Nasabah datang ke kantor BSM untuk mengajukan permohonan pembiayaan, mengisi formulir pembiayaan dan menyerahkan syarat-syarat pembiayaan.
2. Kemudian pihak bank akan memeriksa kebenaran dan kelengkapan syarat-syarat pengajuan pembiayaan tersebut.

3. Melakukan *BI Checking* untuk mengetahui nasabah tersebut mempunyai pinjaman atau pembiayaan di Bank lain atau tidak dan mengetahui nasabah tersebut baik atau tidak dalam menyelesaikan pembiayaan.
4. Melakukan survei lapangan dengan menggunakan analisis 5C terhadap nasabah.

a. *Character*

Character atau karakter adalah sifat seseorang atau calon nasabah penerima pembiayaan dalam kehidupan pribadi maupun dalam

b. *Capital*

Capital adalah penilaian bank terhadap kemampuan calon debitur untuk melunasi kewajiban-kewajibannya.

c. *Capability*

Capability adalah kemampuan nasabah dalam mengelola modal untuk mendapatkan keuntungan. *Capability* dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kemampuan nasabah dalam mengelola usahanya.

d. *Collateral*

Collateral adalah jaminan untuk menjamin kelangsungan membayar angsuran pembiayaan. Manfaat jaminan sebagai alat pengaman apabila nasabah tidak mampu melunasi pembiayaan tersebut.

e. *Condition of economy*

Condition of economy adalah kondisi politik, sosial, ekonomi, dan budaya yang mempengaruhi keadaan ekonomi nasabah yang mempengaruhi kelancaran nasabah dalam membayar angsuran pembiayaan.

5. Setelah prinsip 5 C terpenuhi maka syarat-syarat tersebut akan diinput oleh pihak bank.
6. Kemudian pimpinan mengecek kembali dan memberikan keputusan pembiayaan tersebut. Dalam membuat keputusan pembiayaan ada dua keputusan yaitu disetujui atau ditolak. Jika pembiayaan disetujui bagian operasional akan membuat surat-surat atau formulir perjanjian akad, yang meliputi :
 - a) Surat perjanjian akad pembiayaan kendaraan bermotor “BSM OTO” berdasarkan akad murabahah

- b) Surat pernyataan dan kuasa
- c) Surat pernyataan hubungan keluarga (keterkaitan) dengan pihak ketiga.
- d) Surat permohonan realisasi pembiayaan
- e) Daftar hadir akad
- f) Surat tanda terima jaminan
- g) Jadwal angsuran
- h) KYC & AML checklist calon debit.
- i) Setelah Bank menyetujui permohonan pembiayaan tersebut, kemudian bank mengeluarkan SP3 (Surat Persetujuan Pemberian Pembiayaan)
- j) Proses pengakatan. Nasabah bertemu dengan perwakilan pihak bank untuk melakukan akad yang disaksikan oleh notaris.
- k) Pencairan pembiayaan. Dalam proses pencairan pembiayaan akan dimasukkan kedalam rekening nasabah. Jika nasabah belum mempunyai rekening tabungan BSM, nasabah diwajibkan untuk membuka tabungan terlebih dahulu. Sebelumnya nasabah telah melunasi biaya administrasi yang menjadi kewajiban nasabah.
- l) Pengelolaan nasabah, melakukan monitoring kepada nasabah untuk mengetahui kondisi nasabah apakah baik-baik saja atau kurang baik.

Dari uraian mekanisme pembiayaan kendaraan bermotor diatas dapat disimpulkan bahwa proses pembiayaan kendaraan bermotor di Bank Syariah Mandiri cukup mudah dan tidak membutuhkan waktu lama dari permohonan pembiayaan sampai pencairan pembiayaan. Syarat dan ketentuan pembiayaan kendaraan bermotor “BSM OTO” mudah dan tidak menyulitkan nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan.

Secara teori dalam akad murabahah penjual sudah menyediakan barang untuk dijual belikan. Namun salah satu ciri pembiayaan murabahah adalah diperbolehkan bagi bank untuk memberikan kuasa kepada nasabah untuk membeli barang kebutuhan nasabah atas nama bank. Dalam praktik akad murabahah pada produk pembiayaan kendaraan bermotor “BSM OTO” di Bank Syariah Mandiri KC Petisah nasabah yang akan melakukan permohonan pembiayaan harus membuat RAB (Rencana Anggaran Belanja) sesuai yang dibutuhkan nasabah.

Kemudian pihak bank melakukan survei dan verifikasi apakah permohonan pembiayaan tersebut disetujui atau ditolak. Setelah bank menyetujui kemudian melakukan akad pembiayaan, pengikatan jaminan dan surat bukti serah terima jaminan asli, setelah akad dilakukan dengan nasabah maka bank akan mencairkan dana pembiayaan dengan mentransfer langsung pada rekening nasabah. Kemudian bank memberikan kuasa kepada nasabah untuk membeli barang yang tercantum di butuhkan nasabah sesuai dengan RAB yang dibuat nasabah.

Semua penandatanganan akad dilakukan secara bertahap dalam waktu satu hari , tanpa paksaan berdasarkan kesepakatan bersama tanpa merugikan salah satu pihak. Setelah penandatanganan akad selambat-lambatnya 3 hari kerja nasabah dapat mencairkan dananya sesuai dengan pembiayaan yang diajukan. Ketika akad sudah ditandatangani oleh nasabah maka kewajiban nasabah terhadap bank telah dimulai, yaitu membayar angsuran pembiayaan dengan besaran dan jangka waktu yang telah disepakati bersama.

Kepuasan nasabah terhadap pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KC Petisah ditunjukkan dari sisi jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan pensiun dari tahun ke tahun semakin meningkat. Dari sisi pemasaran dilakukan dengan mendatangi langsung calon nasabah yang sudah pensiun kemudian melakukan pendekatan dan menawarkan pembiayaan kepada calon nasabah. Dari sisi pelayanan , Bank Mandiri Syariah KC Petisah sangat mengedepankan pelayanan terbaik dengan nasabah, menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah, dan memperhatikan kebutuhan nasabah.

Dalam hal pengaruh minat beli terhadap pembiayaan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan pada Bank Syariah Mandiri KC Petisah, hal ini menjelaskan bahwa keputusan pembiayaan akibat dari minat beli yang tinggi dari nasabah. Kemudian daya saing juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembiayaan pada Bank Syariah Mandiri KC Petisah, hal ini menyatakan bahwa nasabah dalam melakukan pembiayaan melihat dan menaksir beberapa bank untuk dijadikan objek pembiayaan. Dan secara simultan Minat beli dan Daya saing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembiayaan pada Bank Syariah Mandiri KC Petisah

1. Deskripsi Data Responden

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 80 orang responden melalui penyebaran angket, penulis melakukan penelitian berdasarkan jenis kelamin, usia dari responden dan lama bekerja. Pengelompokan data sampel tersebut diperlukan untuk melihat gambaran umum dari nasabah Bank Syariah Mandiri Petisah. Adapun demografi responden sebagai berikut :

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	34	42,5%
2	Perempuan	46	57,5%
Jumlah		80	100%

Sumber : Data diolah(2020)

Dari tabel di atas dapat dideskripsi bahwasanya jenis kelamin terbanyak (mayoritas) dalam penelitian ini adalah perempuan dengan besaran nilai 57,5% atau sebanyak 46 orang, sedangkan laki-laki sebesar 42,5% atau sebanyak 34 orang.

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	<27 Tahun	21	26,3%
2	28-38 Tahun	36	45%
3	38-48 Tahun	13	16,3%
4	> 48 Tahun	10	12,5%
Jumlah		80	100%

Sumber : Data diolah(2020)

Dari tabel di atas dapat dideskripsi bahwasanya usia responden yang terbanyak (mayoritas) menjadi responden dalam penelitian ini adalah responden yang berusia 28-38 tahun sebanyak 36 orang, usia <27 tahun sebanyak 21 orang, usia 38-48 tahun sebanyak 13 orang dan usia >48 tahun sebanyak 10 orang.

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

No	Lama Berlangganan	Jumlah	Persentase (%)
1	<3 Tahun	37	46,3%
2	3-5 Tahun	7	8,8%
3	>5 Tahun	36	45%
Jumlah		80	100%

Sumber : Data diolah(2020)

Dari tabel di atas dapat dideskripsi bahwasanya lama berlangganan (mayoritas) menjadi responden dalam penelitian ini adalah responden yang berlangganan selama <3 Tahun atau baru berlangganan sebanyak 37 orang, kemudian >5 Tahun sebanyak 36 orang, dan 3-5 Tahun sebanyak 7 orang.

2. Deskripsi Data Kuesioner Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 80 orang responden melalui penyebaran angket, penulis melakukan deskripsi data berdasarkan setiap butir pertanyaan untuk melihat hasil jawaban responden pelanggan Bank Syariah Mandiri Petisah, adapun deskripsi data kuesioner penelitian sebagai berikut :

Tabel 4.4 Tabulasi Jawaban Fasilitas Bank Syariah Mandiri

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
Kurang Setuju	16	20.0	20.0	21.3
Valid Setuju	50	62.5	62.5	83.8
Sangat Setuju	13	16.3	16.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puas tentang fasilitas yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Petisah, nasabah menilai fasilitas-fasilitas seperti gedung, ruangan, kursi dan fasilitas lainnya memberikan kenyamanan kepada nasabah.

**Tabel 4.5 Tabulasi Jawaban
Produk yang bervariasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.5	2.5	2.5
Kurang Setuju	12	15.0	15.0	17.5
Valid Setuju	57	71.3	71.3	88.8
Sangat Setuju	9	11.3	11.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puas tentang produk variatif Bank Syariah Mandiri Petisah. Produk yang ditawarkan oleh Bank memberikan banyak pilihan kepada nasabah sehingga nasabah tertarik memilih bank syariah mandiri tersebut.

**Tabel 4.6 Tabulasi Jawaban
Sikap pegawai**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
Kurang Setuju	16	20.0	20.0	21.3
Valid Setuju	53	66.3	66.3	87.5
Sangat Setuju	10	12.5	12.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puas sikap pegawai yang baik yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Petisah. Sikap yang diberikan oleh pegawai bank biasanya dinilai dari kesopanan, pelayanan dan integritas pegawai dinilai baik oleh nasabah.

**Tabel 4.7 Tabulasi Jawaban
Lokai strategis**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	3.8	3.8	3.8
Kurang Setuju	6	7.5	7.5	11.3
Valid Setuju	57	71.3	71.3	82.5
Sangat Setuju	14	17.5	17.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puas tentang lokasi yang strategis oleh Bank Syariah Mandiri Petisah. Jarak dan letak Bank Syariah Mandiri Petisah dinilai merupakan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh nasabah.

**Tabel 4.8 Tabulasi Jawaban
Bagi Hasil yang menguntungkan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
Kurang Setuju	16	20.0	20.0	21.3
Valid Setuju	54	67.5	67.5	88.8
Sangat Setuju	9	11.3	11.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puas tentang bagi hasil yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Petisah. Bank ini memberikan tingkat bagi hasil yang cukup besar dibandingkan dengan bank-bank lain sejenis.

**Tabel 4.9 Tabulasi Jawaban
Kemudahan Prosedur**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	18	22.5	22.5
	Setuju	53	66.3	88.8
	Sangat Setuju	9	11.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puas tentang kemudahan prosedur diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Petisah. Dalam hal pengurusan pembiayaan dari kelengkapan berkas hingga persetujuan, bank ini dinilai memiliki prosedur yang jelas dan persyaratan yang mudah di lengkapi.

**Tabel 4.10 Tabulasi Jawaban
Ketertarikan bertransaksi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	18	22.5	22.5
	Setuju	50	62.5	85.0
	Sangat Setuju	12	15.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang menyatakan tertarik menjadi pelanggan Bank Syariah Mandiri Petisah. Ketertarikan nasabah terlihat sebesar 50 responden menyatakan setuju dan 12 responden menyatakam sangat setuju.

**Tabel 4.11 Tabulasi Jawaban
Intensitas transaksi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	7	8.8	8.8	8.8
Kurang Setuju	17	21.3	21.3	30.0
Valid Setuju	46	57.5	57.5	87.5
Sangat Setuju	10	12.5	12.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang memuji Bank Syariah Mandiri Petisah. Dalam hal ini sebanyak 46 responden menyatakan setuju dan 10 orang menyatakan sangat setuju. Artinya jawaban positif lebih dominan.

**Tabel 4.12 Tabulasi Jawaban
Pembiayaan ulang**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.5	2.5	2.5
Kurang Setuju	14	17.5	17.5	20.0
Valid Setuju	55	68.8	68.8	88.8
Sangat Setuju	9	11.3	11.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puakan melakukan pengajuan pemnbiayaan ulang Bank Syariah Mandiri Petisah kepada orang lain. Nasabah akan melakukan pengajuan pembiyaan lagi karena ketertarikan dan kepuasannya terhadap bank tersebut.

**Tabel 4.13 Tabulasi Jawaban
Alternatif pembiayaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
Kurang Setuju	9	11.3	11.3	12.5
Valid Setuju	60	75.0	75.0	87.5
Sangat Setuju	10	12.5	12.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	
		0		

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puas pilihan pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri Petisah. Bank ini dinilai menjadi bank alternatif bagi nasabah dalam pengajuan pembiayaan yang terpercaya.

**Tabel 4.14 Tabulasi Jawaban
Tempat transaksi jangka pajang**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	3.8	3.8	3.8
Kurang Setuju	17	21.3	21.3	25.0
Valid Setuju	49	61.3	61.3	86.3
Sangat Setuju	11	13.8	13.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puas dan akan bertansaksi jangka panjang di Bank Syariah Mandiri Petisah. Nasabah lebih dominan menyatakan akan bertransaksi jangka panjang di bank tersebut.

**Tabel 4.15 Tabulasi Jawaban
Merekomendasikan BSM**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
Kurang Setuju	10	12.5	12.5	13.8
Valid Setuju	55	68.8	68.8	82.5
Sangat Setuju	14	17.5	17.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puas dan akan merekomendasikan Bank Syariah Mandiri Petisah. Lebih banyak nasabah yang cenderung akan merekomendasikan dan mempromosikan kepuasannya kepada lingkungan sekitarnya.

**Tabel 4.16 Tabulasi Jawaban
Tingkat persaingan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	6	7.5	7.5	7.5
Kurang Setuju	36	45.0	45.0	52.5
Valid Setuju	28	35.0	35.0	87.5
Sangat Setuju	10	12.5	12.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puas kepada Bank Syariah Mandiri Petisah dibandingkan bank lain. Responden menilai bank syariah mandiri memiliki tingkat daya saing yang baik dibandingkan bank lain yang sejenis.

**Tabel 4.17 Tabulasi Jawaban
Lokasi Strategis**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
Kurang Setuju	5	6.3	6.3	7.5
Valid Setuju	54	67.5	67.5	75.0
Sangat Setuju	20	25.0	25.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puas tentang keunggulan lokasi strategis yang diberikan Bank Syariah Mandiri Petisah. Lokasi yang strategis merupakan daya saing yang unggul dari bank ini dibandingkan yang lain, selain di pusat kota juga mudah dijangkau.

**Tabel 4.18 Tabulasi Jawaban
Kemudahan Transaksi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kurang Setuju	11	13.8	13.8	13.8
Valid Setuju	51	63.8	63.8	77.5
Sangat Setuju	18	22.5	22.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puas tentang kemudahan transaksi dalam memberikan Minat Beli pada Bank Syariah Mandiri Petisah.

**Tabel 4.19 Tabulasi Jawaban
Prosedur yang lebih mudah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
Kurang Setuju	13	16.3	16.3	17.5
Valid Setuju	54	67.5	67.5	85.0
Sangat Setuju	12	15.0	15.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang puas tentang kemudahan prosedur pada Bank Syariah Mandiri Petisah. Prosedur yang mudah memberikan dampak positif bagi nasabah.

**Tabel 4.20 Tabulasi Jawaban
Kenyamanan Nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	5	6.3	6.3	6.3
Setuju	62	77.5	77.5	83.8
Sangat Setuju	13	16.3	16.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang nyaman bertransaksi pada Bank Syariah Mandiri Petisah. Nasabah merasa nyaman bertransaksi di bank ini karena integritas dan nilai kepercayaan yang sudah dibangun bertahun-tahun.

**Tabel 4.21 Tabulasi Jawaban
Program Pembiayaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	5.0	5.0	5.0
Kurang Setuju	11	13.8	13.8	18.8
Setuju	53	66.3	66.3	85.0
Sangat Setuju	12	15.0	15.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah(2020)

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden lebih banyak yang tertarik tentang program pembiayaan pada Bank Syariah Mandiri Petisah. Nasabah merasa program pembiayaan yang ditawarkan jelas dan sesuai dengan akad yang disepakati.

3. Analisis Data

Bagian ini adalah menganalisis data yang berasal dari data-data yang telah dideskripsikan dari subbab sebelumnya (subbab deskripsi data). Data-data yang telah dianalisis dimulai dari asumsi-asumsi yang digunakan untuk suatu statistik tertentu, dilanjutkan dengan melakukan pengujian hipotesis untuk penarikan kesimpulan.

a. Uji Asumsi Klasik

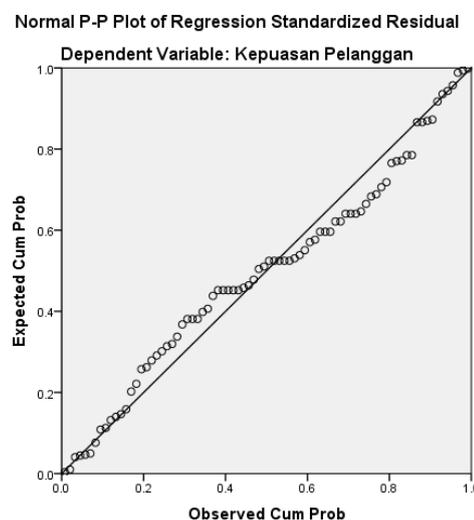
Pengujian asumsi klasik secara sederhana bertujuan untuk mengidentifikasi apakah ada atau tidaknya penyimpangan dari asumsi klasik pada model regresi linear berganda merupakan model yang baik atau tidak.

Ada beberapa pengujian asumsi klasik tersebut, yaitu :

1) Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variable dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.1 Normalitas



Sumber : Data diolah(2020)

Gambar di atas mengindikasikan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi ini cenderung normal.

2) Multikolinearitas

Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antara variable independent. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflation Factor/Vif*), yang tidak melebihi 4 atau 5.

Tabel 4.22 Coefficient

Coefficients^a

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.508	1.967
.508	1.967

Sumber : Data diolah(2020)

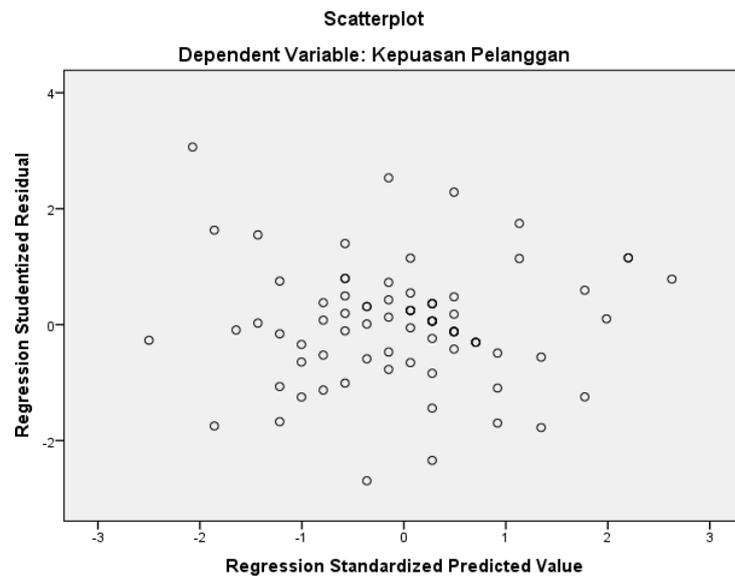
Kedua variabel independent yaitu X memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan (tidak melebihi 4 atau 5), dan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) lebih kecil dari 4, sehingga tidak terjadi multikolonieritas dalam variable independen penelitian ini.

3) Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan adalah : jika pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu, maka terjadi heteroskedastisitas. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik (point-point) menyebar di bawah dan di atas 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.2 Scatterplot



Sumber : Data diolah (2020)

Gambar diatas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas/teratur, secara tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian “tidak terjadi heteroskedastisitas” pada model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun regresi linear berganda bertujuan untuk melihat hubungan dan arah hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen dalam bentuk persamaan. Persamaan Regresi Berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + bX_1 + bX_2 + e$$

Tabel 4.23 Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	
1	(Constant)	14.140	3.223		4.387	.000	
	Minat Beli	3.356	.372	.710	9.010	.000	.715
	Daya Saing	.193	.139	.110	4.394	.000	.143

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel di atas hasil dari proses yang menggunakan program software SPSS sebagai penghitungan, maka hasilnya sebagai berikut :

$$Y = 14,140 + 3,356X_1 + 0,193X_2 + e$$

- 1) Konstanta mempunyai nilai regresi positif, artinya jika variabel Minat Beli dianggap nol, maka ada peningkatan pembiayaan.
- 2) Minat Beli mempunyai koefisien regresi dengan arah positif, artinya bahwa setiap kenaikan variabel Minat Beli maka akan terjadi peningkatan pembiayaan.
- 3) Daya Saing mempunyai koefisien regresi dengan arah positif, artinya bahwa setiap kenaikan variabel Daya saing maka akan terjadi peningkatan pembiayaan.

c. Uji Hipotesis

Adapun pengujian hipotesis terdiri dari pengujian secara parsial (Uji t) dan pengujian secara parsial (Uji t), adapun hasil pengujian adalah sebagai berikut :

1) Uji t (Secara Parsial)

Tujuan dari Uji t adalah untuk melihat apakah ada hubungan yang signifikan atau tidak dalam hubungan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y. data tersaji pada tabel di bawah ini, adapun t tabel = 1,66 (lihat tabel t untuk N=80).

Tabel 4.24 Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	
1	(Constant)	14.140	3.223		4.387	.000	
	Minat Beli	3.356	.372	.710	9.010	.000	.715
	Daya Saing	.193	.139	.110	4.394	.000	.143

Sumber : Data diolah (2020)

a) Pengaruh Minat Beli terhadap Pembiayaan

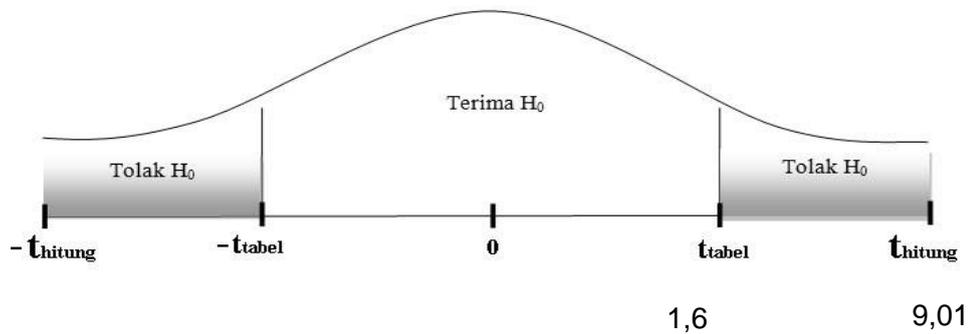
Untuk kriteria uji t dilakukan dengan rumus $df = n - k$, adapun n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel, pada tingkat $\alpha = 0,05$ dengan nilai t untuk $n = 80 - 2 = 78$ adalah 1,66. Untuk itu $t_{hitung} 9,010$ dan $t_{tabel} 2,011$.

H_0 diterima jika: $- 9,010 \leq t_{hitung} \leq$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika : a. $t_{hitung} > 1,66$ atau b. $-t_{hitung} > -1,66$

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Minat Beli menunjukkan nilai t hitung $9,010 >$ dari t hitung sebesar 1,66, dan nilai signifikansi sebesar $=0,000$ dan lebih kecil dari 0.05 dengan demikian berarti Minat Beli memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pembiayaan . yang berarti Hipotesis diterima.

Hal ini juga dapat dilihat dari nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel seperti diuraikan pada gambar berikut ini :



Gambar 4.3 Pengujian Hipotesis I

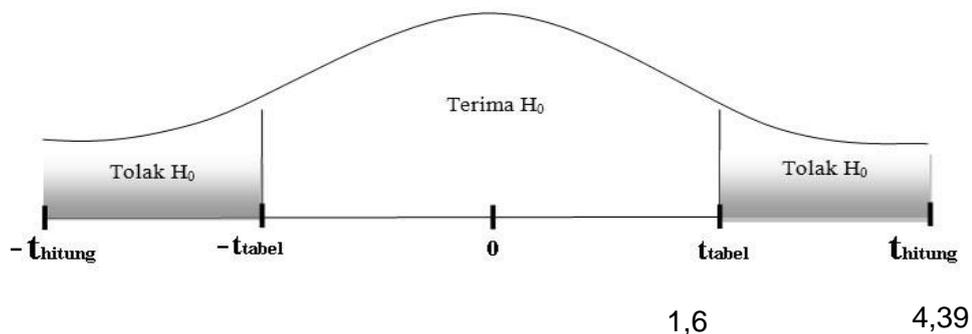
b) Pengaruh Daya Saing terhadap Pembiayaan

Untuk kriteria uji t dilakukan dengan rumus $df = n - k$, adapun n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel, pada tingkat $\alpha = 0,05$ dengan nilai t untuk $n = 80 - 2 = 78$ adalah 1,66. Untuk itu $t_{hitung} 4,394$ dan $t_{tabel} 2,011$.

H_0 diterima jika: $- 9,010 \leq t_{hitung} \leq$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika : a. $t_{hitung} > 1,66$ atau b. $-t_{hitung} > -1,66$

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel daya saing menunjukkan nilai t hitung $4,394 >$ dari t hitung sebesar 1,66, dan nilai signifikansi sebesar $=0,000$ dan lebih kecil dari 0.05 dengan demikian berarti Daya Saing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pembiayaan . yang berarti Hipotesis diterima. Hal ini juga dapat dilihat dari nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel seperti diuraikan pada gambar berikut ini :



Gambar 4.4 Pengujian Hipotesis II

2) Uji F (secara Simultan)

Untuk menguji hipotesis diatas maka dilakukan uji F pada tingkat $\alpha = 5\%$

$F_{\text{tabel}} = n - k - 1 = 80 - 2 - 1 = 77$ adalah 3,11

$F_{\text{hitung}} = 4,234$ dan $F_{\text{tabel}} = 3,11$

Tujuan dari Uji F adalah untuk melihat apakah ada hubungan yang signifikan atau tidak dalam hubungan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y . data tersaji pada tabel di bawah ini, adapun $F_{\text{tabel}} = 3,11$ (lihat tabel F untuk $N=80$).

Tabel 4.25 Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	337.868	2	168.934	42.243	.000 ^b
	Residual	307.932	77	3.999		
	Total	645.800	79			

Hasil pengujian diperoleh nilai F untuk variabel daya saing menunjukkan nilai F hitung $42,243 >$ dari F tabel sebesar 3,11, dan nilai signifikansi sebesar $=0,000$ dan lebih kecil dari 0.05 dengan demikian berarti Minat Beli dan Daya Saing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pembiayaan. yang berarti Hipotesis diterima.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square*.

Tabel 4.26 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.723 ^a	.523	.511	1.99978	.523	42.243	2

Sumber : Data diolah

Dari hasil pengolahan data di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (R Square) sebesar 0,523, hal ini berarti Minat Beli dan Daya Saing hanya berpengaruh sebesar 52,3% terhadap Pembiayaan sedangkan sisanya 47,7% Pembiayaan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi variabel dalam

penelitian ini yaitu variabel lain yang mempengaruhi pembiayaan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B.Pembahasan

1. Pengaruh Minat Beli terhadap Pembiayaan pada Syariah Mandiri Kantor Cabang Petisah

Minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan rencana pembelian suatu produk dengan merek tertentu pengetahuan tentang niat beli konsumen terhadap produk perlu diketahui oleh para pemasar untuk mendeskripsikan perilaku konsumen pada masa yang akan datang. Minat beli terbentuk dari sikap konsumen terhadap suatu produk hal tersebut berasal dari keyakinan konsumen terhadap kualitas produk. Semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk akan menyebabkan menurunkan minat beli konsumen.

Sedangkan menurut Hilgard, minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Dengan demikian, minat dapat dilihat dari aspek perhatian, kesenangan, kegemaran, dan kepuasan sebagai stimulasi bagi tindakan dan perbuatan seseorang.

Minat juga dipengaruhi pada diri sendiri dan dari luar (lingkungan). Dan kenyataannya, faktor yang paling dominan berpengaruh bagi nasabah adalah faktor lingkungan. Dalam hal ini dipertegas dengan pendapat Bloom bahwa minat seseorang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Dalam pendapatnya, Bloom mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya pekerjaan, sosial ekonomi, bakat, jenis kelamin, pengalaman, kepribadian, dan faktor lingkungan.⁵¹Faktor-faktor ini yang saling berinteraksi dan saling mempengaruhi dengan pengaruh yang tidak sama.

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Minat Beli menunjukkan nilai t hitung 9,010 > dari t hitung sebesar 1,66, dan nilai signifikansi sebesar =0,000 dan lebih kecil dari 0.05 dengan demikian berarti Minat Beli memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pembiayaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasannya minat beli yang timbul dari dalam diri nasabah akan

⁵¹ Ferdinand, 2006. Metode Penelitian Manajemen Hal.12

memberikan dampak positif dan kepercayaan nasabah untuk melakukan pengajuan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri, dan dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah telah memberikan kesan yang baik dihati para nasabahnya.

2. Pengaruh Daya Saing terhadap Pembiayaan pada Syariah Mandiri Kantor Cabang Petisah

Persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan. Terdapat dua sisi yang ditimbulkan oleh persaingan, yaitu sisi kesuksesan karena mendorong perusahaan-perusahaan untuk lebih dinamis dan bersaing dalam menghasilkan produk serta memberikan layanan terbaik bagi pasarnya, sehingga persaingan dianggapnya sebagai peluang yang memotivasi. Sedangkan sisi lainnya adalah kegagalan karena akan memperlemah perusahaan-perusahaan yang bersifat statis, takut akan persaingan dan tidak mampu menghasilkan produk-produk yang berkualitas, sehingga persaingan merupakan ancaman bagi perusahaannya.

Daya saing operasi merupakan fungsi operasi yang tidak saja berorientasi ke dalam (internal) tetapi juga keluar (eksternal), yakni merespon pasar sasaran usahanya dengan proaktif.⁵²

Daya saing merupakan salah satu kriteria untuk menentukan keberhasilan dan pencapaian sebuah tujuan yang lebih baik oleh suatu negara dalam peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi. Daya saing diidentifikasi dengan masalah produktifitas, yakni dengan melihat tingkat output yang dihasilkan untuk setiap input yang digunakan. Meningkatnya produktifitas ini disebabkan oleh peningkatan jumlah input fisik modal dan tenaga kerja, peningkatan kualitas input yang digunakan dan peningkatan teknologi.

Keunggulan kompetitif adalah suatu keunggulan yang dapat diciptakan dan dikembangkan. Ini merupakan ukuran daya saing suatu aktifitas kemampuan suatu negara atau suatu daerah untuk memasarkan produknya di luar daerah atau luar negeri. Maka dari itu, menurut Tarigan (2005) seorang perencana wilayah harus memiliki kemampuan untuk menganalisa potensi ekonomi wilayahnya.

⁵² Muhardi, 2007. Strategi Operasi.Hal.39

Dalam hal ini kemampuan pemerintah daerah untuk melihat sektor yang memiliki keunggulan/kelemahan di wilayahnya menjadi semakin penting. Sektor ini memiliki keunggulan, memiliki prospek yang lebih baik untuk dikembangkan dan diharapkan dapat mendorong sektor-sektor lain untuk berkembang.

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel daya saing menunjukkan nilai t hitung $4,394 >$ dari t hitung sebesar $1,66$, dan nilai signifikansi sebesar $=0,000$ dan lebih kecil dari 0.05 dengan demikian berarti Daya Saing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pembiayaan . yang berarti Hipotesis diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penilaian nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah bahwa bank ini memiliki kemampuan bersaing yang cukup baik diantara bank-bank sejenis lainnya, dan daya saing ini dinilai mampu mempengaruhi nasabah untuk melakukan pengajuan pembiayaan kepada Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah.

3. Pengaruh Minat Beli dan Daya Saing terhadap Pembiayaan pada Syariah Mandiri Kantor Cabang Petisah

Prinsip penyaluran pembiayaan adalah prinsip kepercayaan dan kehati-hatian ,indikator kepercayaan ini adalah kepercayaan moral, komersial, financial dan agunan.Kepercayaan dibedakan atas kepercayaan murni dan kepercayaan reserve.Kepercayaan murni adalah memberikan pembiayaan kepada debiturnya hanya ataskepercayaan saja, tanpa ada jaminan lainnya. Kepercayaan Reserve diartikanmenyalurkan pembiayaan/ pinjaman kepada debitor atas kepercayaan, tetapi kurang yakin sehingga bank selalu meminta agunan berupa materi. Bahkan suatu bank dalampeyaluran pembiayaan lebih mengutamakan agunan atas pinjaman tersebut⁵³.

Hasil pengujian diperoleh nilai F untuk variabel daya saing menunjukkan nilai F hitung $42,243 >$ dari F tabel sebesar $3,11$, dan nilai signifikansi sebesar $=0,000$ dan lebih kecil dari 0.05 dengan demikian berarti Minat Beli dan Daya Saing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pembiayaan. yang berarti Hipotesis diterima.

⁵³ Malayu S.P Hasibuan , *Dasar Dasar Perbankan* , (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2005), h. 87

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang diuji melalui hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada dasarnya Minat Beli memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pembiayaan BSM OTO Bank Syariah Mandiri KCP Petisah Medan. Hal ini dapat dijelaskan bahwa cara dan perlakuan yang diberikan Bank Syariah Mandiri KCP Petisah memuaskan dan memberikan kesan baik terhadap seluruh nasabahnya.
2. Pada dasarnya daya saing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembiayaan BSM OTO Bank Syariah Mandiri KCP petisah Medan. Hal ini dapat dibuktikan dengan kepercayaan nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri KCP petisah cukup baik. Dan Bank Syariah Mandiri KCP petisah memiliki kemampuan bersaing yang baik dengan bank-bank sejenis lainnya.
3. Minat beli dan daya saing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembiayaan BSM OTO Bank Syariah Mandiri KCP Petisah Medan, hali ini dapat dibuktikan berdasarkan pengumpulan data yang saya lakukan berdampak positif terhadap Bank Syariah Mandiri KCP Petisah Medan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Minat Beli

Dalam kaitannya dengan minat beli, hal ini harus menjadi perhatian bagi Bank Syariah Mandiri agar dapat memberikan kepuasan sehingga menjaga nasabah untuk tetap setia kepada Bank Syariah Mandiri dengan memperhatikan

fasilitas, produk, prosedur, dan hal lain yang dapat meningkatkan minat beli nasabah.

Peningkatan mutu dan pelayanan juga sangat penting mengingat masyarakat kita selalu ingin transaksi yang mudah dan cepat tetapi tetap sesuai prosedur yang ada dalam perusahaan.

2. Daya Saing

Dalam kaitannya dengan Daya Saing, hal-hal yang mendorong diri karyawan untuk lebih maksimal dalam bekerja masih harus ditingkatkan, terkait dengan pemberian penghargaan atas pencapaian prestasi kerja karyawan baik berupa moril maupun materil.

Hal ini menjadi acuan untuk meningkatkan target perusahaan. Daya saing sangat dibutuhkan karena mengingat pembiayaan BSM OTO dan sejenisnya sangat diminati oleh kalangan masyarakat dikarenakan produk ini termasuk kebutuhan pokok dalam keluarga.

3. Minat Beli dan Daya Saing

Dalam kaitannya dengan minat beli dan daya saing, diharapkan pihak Bank Syariah Mandiri untuk meningkatkan dan mengevaluasi pelayanan terkait minat beli dan daya saing agar nasabah semakin yakin dan percaya untuk selalu melakukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri.

Pemberian Casback dan kemudahan berkas pendukung juga sangat penting untuk meningkatkan minat beli dan daya saing tetapi juga harus sesuai dengan prosedur yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Muhammad Dwiono Koesen Al-Jambi, 2006. *Selamat Tinggal Bank Konvensional*, CV TifaSurya Indonesia.
- Andri Soemitra, 2009. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, , dalam Aslikhah, 2011, “Strategi Pemasaran Pada BMT Masalahah” Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, Jurnal Malia VOL 1 Nomor 1 Tahun 2011.
- A. Wangsawidjaja, Z. 2012. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia.
- Durianto, dkk, 2003. *Brand Equity ten, Strategi memimpin pasar*. Jakarta : Erlangga
- Ferdinand , 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Jakarta : Erlangga
- Ginangjar, 2013. *Pengaruh Non Performing Financing terhadap Profitabilitas Bank Syariah (Studi pada bank syariah yang terdaftar di Bursa Efek)*
- Ismail, 2010. *Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi*, Jakarta : Kharisma Putra Utama
- Kasmir, 2002. *Manajemen Perbankan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Malayu S.P Hasibuan , 2005. *Dasar Dasar Perbankan* , Jakarta : PT Bumi Aksara,
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasara* (Jakarta : Erlangga.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran* Jakarta : Erlangga
- Rizky Dermawan, 2013. *Pengambilan Keputusan*, Bandung : Alfabeta.
- Rifa'atul Mahmudah, 2016 *Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Internal Terhadap Keputusan Pembelian Di Minimarket Lima-Lima Benowo Surabaya Fakultas Ekonomi, Unesa, Kampus Ketintang*
- Rochaety E, dkk. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS, Edisi Pertama*. Penerbit Mitra Wacana Media : Jakarta
- Sekaran, Uma. 2013. *Research Methods for Business*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sunarto Zulkifli, 2008 *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, Jakarta : Zikrul Hakim

Sofyan S. Hrp, 2010. *Akuntansi Perbank Syariah* .Jakarta: LPFE Usakti.

Sri Nurhayati dan Wasilah, 2013. *Akuntansi Syariah di Indonesia Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.

Undang-undang Perbankan Syariah 2008, *UU RI No.21 Th 2008* ; Jakarta: Sinar Grafika,

Veithzal Rival, 2008. *Islamic Financial Managemen* , Jakarta : PT.RajaGrafindo Persada

Zainuddin Ali, 2010. *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika.

No Responden :

Keterangan :

DAFTAR PERTANYAAN (KUESIONER)

“Pengaruh Minat Beli dan Daya Saing terhadap Pembiayaan BSM Oto pada Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah”

A. Mohon berikan tanda (√) pada kolom yang tersedia dengan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I anggap sesuai.

I. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : (1) Laki-laki (2) Perempuan
2. Usia : (1) < 27 Tahun
(2) 28-38 Tahun
(3) > 38 Tahun
(4) >37 Tahun
3. Lama menjadi nasabah : (1) < 3 tahun
(2) 3-5 tahun
(3) >5 tahun

II. Petunjuk :

Saudara/i diminta untuk memberi tanda checklist (√) pada setiap pilihan yang tersedia yaitu SS = Sangat Setuju, S = Setuju, KS = Kurang Setuju, TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju pada setiap masing-masing nomor pertanyaan yang tersedia pada setiap kolom disamping pertanyaan / pertanyaan untuk menemukan seberapa setuju Bapak/Ibu/Saudara/i mengenai Hal-hal Tersebut.

MINAT BELI (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya tertarik bertransaksi di BSM Petisah					
2	Saya akan terus melakukan transaksi di BSM Petisah					
3	Setelah pembiayaan saya selesai saya akan melakukan pembiayaan ulang					
4	BSM Petisah merupakan alternatif bagi saya dalam melakukan pembiayaan					
5	BSM Petisah akan menjadi tempat bagi saya untuk bertransaksi jangka panjang					
6	Saya akan merekomendasikan kepada keluarga tentang BSM Petisah					

DAYA SAING (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
7	BSM Petisah lebih memiliki nilai pelayanan yang baik dibandingkan bank lain					
8	BSM petisah memiliki keunggulan dalam hal lokasi strategis					
9	BSM Petisah memberikan kemudahan bertransaksi dibandingkan bank lain					
10	Prosedur yang ditawarkan BSM Petisah lebih mudah dibandingkan bank lain					
11	BSM Petisah memberikan kenyamanan kepada nasabah					
12	Program pembiayaan yang diberikan BSM Petisah sangat menarik					

PEMBIAYAAN (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
13	Saya memilih bertransaksi karena fasilitas di Bank Syariah Mandiri melayani semua segmen.					
14	Saya memilih bertransaksi di Bank Syariah Mandiri karena bank tersebut mempunyai produk yang bervariasi					
15	Saya memilih bertransaksi di Bank Syariah Mandiri karena sikap dan perilaku pegawai bank tersebut sesuai dengan syariah					
16	Saya memilih bertransaksi di Bank Syariah Mandiri karena tempat/lokasi yang strategis					
17	Saya memilih bertransaksi di Bank Syariah Mandiri karena bagi hasil yang menguntungkan					
18	Saya melakukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri karena mendapatkan kemudahan prosedur					

1	.723 ^a	.523	.511	1.99978	.523	42.243	2
---	-------------------	------	------	---------	------	--------	---

Model Summary^b

Model	Change Statistics		Durbin-Watson
	df2	Sig. F Change	
1	77 ^a	.000	1.658

a. Predictors: (Constant), Daya Saing, Minat Beli

b. Dependent Variable: Pembiayaan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	337.868	2	168.934	42.243	.000 ^b
	Residual	307.932	77	3.999		
	Total	645.800	79			

a. Dependent Variable: Pembiayaan

b. Predictors: (Constant), Daya Saing, Minat Beli

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations
		B	Std. Error	Beta			Zero-order
1	(Constant)	14.140	3.223		4.387	.000	
	Minat Beli	3.356	.372	.710	9.010	.000	.715
	Daya Saing	-.193	.139	-.110	-1.394	.167	-.143

Coefficients^a

Model		Correlations		Collinearity Statistics	
		Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)				
	Minat Beli	.716	.709	.998	1.002
	Daya Saing	-.157	-.110	.998	1.002

a. Dependent Variable: Pembiayaan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Minat Beli	Daya Saing
1	1	2.980	1.000	.00	.00	.00
	2	.017	13.310	.02	.87	.10
	3	.003	32.259	.98	.13	.90

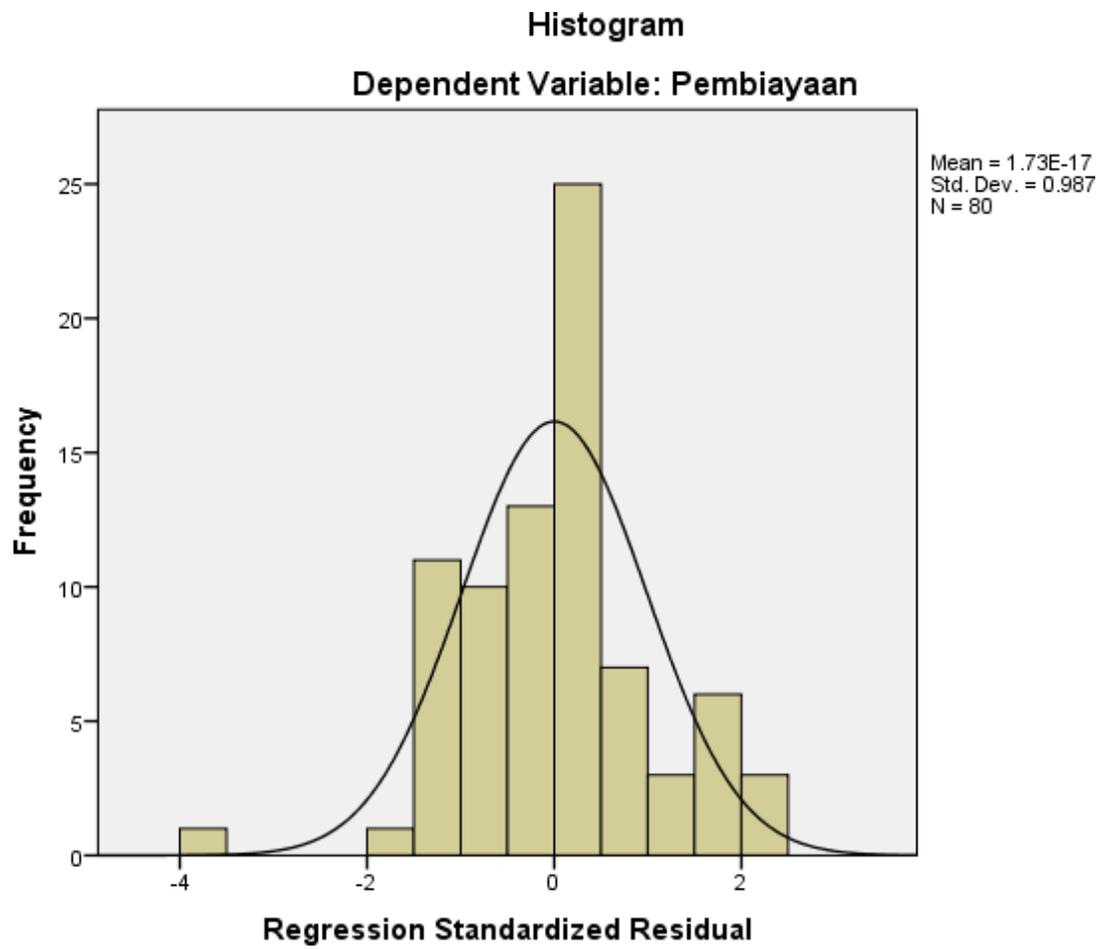
a. Dependent Variable: Pembiayaan

Residuals Statistics^a

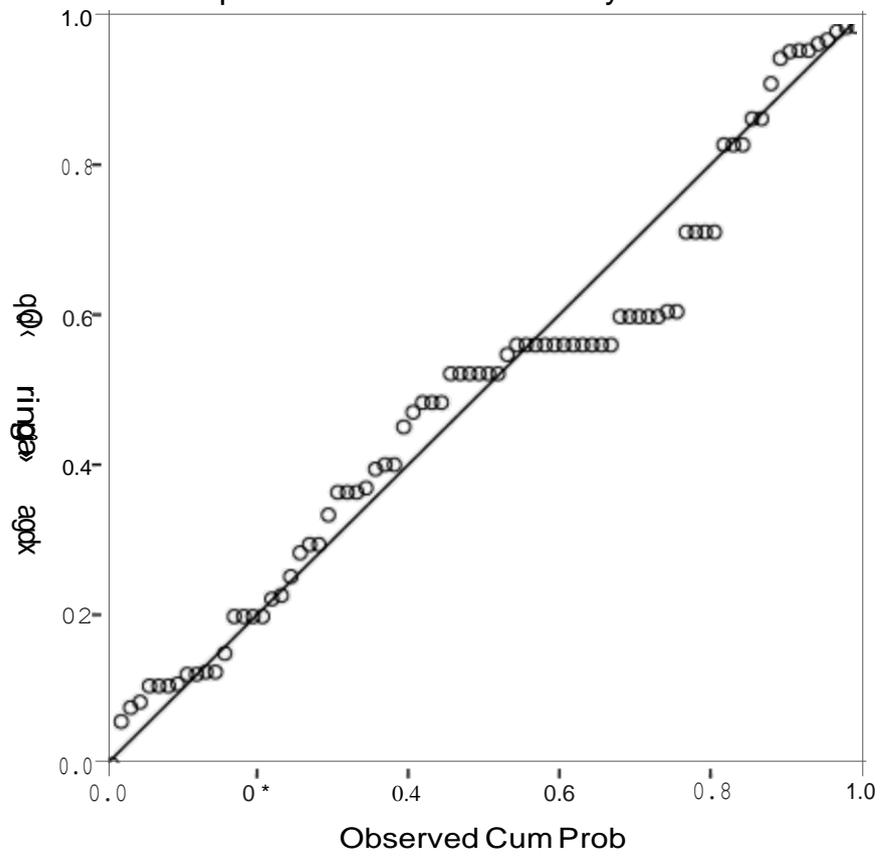
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	16.9878	27.8290	23.5500	2.06804	80
Std. Predicted Value	-3.173	2.069	.000	1.000	80
Standard Error of Predicted Value	.225	.765	.361	.141	80
Adjusted Predicted Value	16.2992	27.5149	23.5325	2.07979	80
Residual	-7.05611	4.29999	.00000	1.97430	80
Std. Residual	-3.528	2.150	.000	.987	80
Stud. Residual	-3.620	2.209	.004	1.016	80
Deleted Residual	-7.42563	4.70081	.01746	2.09220	80
Stud. Deleted Residual	-3.948	2.268	.003	1.040	80
Mahal. Distance	.009	10.585	1.975	2.402	80
Cook's Distance	.000	.270	.021	.046	80
Centered Leverage Value	.000	.134	.025	.030	80

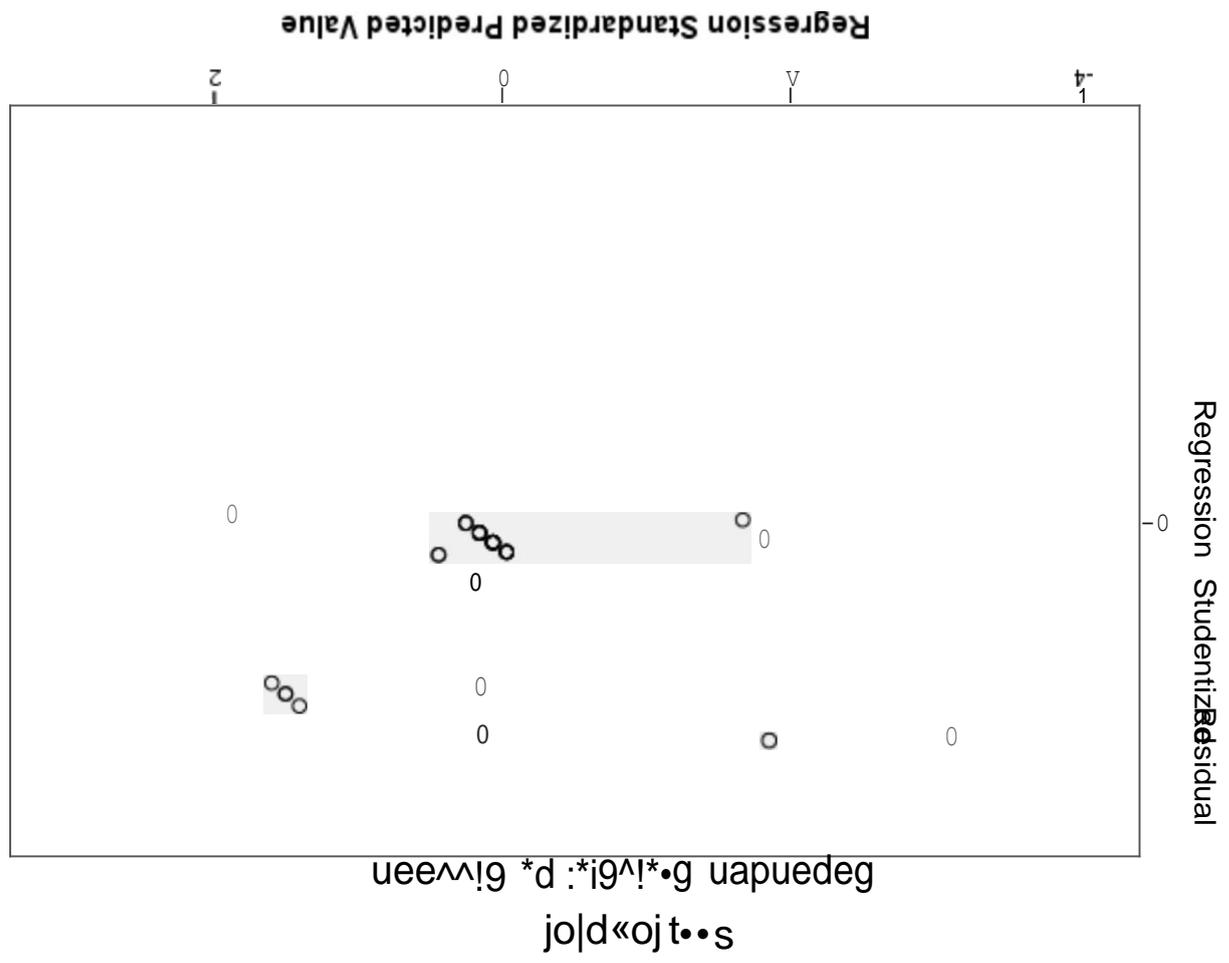
a. Dependent Variable: Pembiayaan

Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Pembiayaan





No	Identitas Responden			Variabel Dependen										Variabel Independen													
	Jenis Kelamin	Usia	Lama Bekerja	Pembiayaan										Minat Beli (X1) Daya Saing (X2)													
				I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	T	I	II	III	IV	V	VI	T	I	II	III	IV	V	VI	T
1	2	2	1	3	3	3	2	3	3	3	2	2	24	2	2	2	3	3	3	15	2	3	4	4	4	4	21
2	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	4	4	4	3	23	4	4	3	4	4	4	23
3	1	1	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42	5	4	5	5	4	5	28	4	5	4	3	4	4	24
4	2	3	1	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34	4	4	4	4	3	4	23	4	3	4	4	3	3	21
5	1	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	3	4	22
6	1	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	28	3	4	3	3	3	3	19	4	4	4	4	3	4	23
7	1	2	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	31	4	3	3	3	4	4	21	3	5	4	3	4	3	22
8	2	2	1	3	3	4	4	3	4	4	3	3	31	4	3	3	3	4	4	21	3	5	4	3	4	3	22
9	2	2	1	4	4	3	3	3	4	4	3	3	31	4	3	4	4	4	4	23	3	4	4	3	4	3	21
10	2	1	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	32	4	3	4	4	4	4	23	3	4	4	4	3	4	22
11	2	1	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	31	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	4	3	4	23
12	1	2	1	3	3	4	4	3	4	4	3	4	32	3	4	4	4	4	4	23	3	4	4	3	4	4	22
13	1	1	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	3	4	4	23
14	2	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	5	3	24	4	4	5	4	4	4	25
15	1	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	33	3	4	3	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24
16	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	4	5	3	4	4	24	4	3	5	4	3	4	23
17	1	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	4	34	4	3	4	4	5	4	24	4	4	4	4	4	4	24
18	2	2	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	33	4	3	4	5	4	4	24	3	4	4	3	2	3	19
19	2	2	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	36	4	5	4	5	5	4	27	4	4	4	4	3	3	22
20	2	2	1	4	2	3	4	4	3	3	2	3	28	4	4	3	2	4	3	20	4	3	3	5	4	3	22
21	1	2	1	3	3	3	4	3	4	4	3	4	31	4	4	5	3	4	5	25	4	4	4	4	4	4	24
22	2	2	1	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34	4	4	4	3	4	4	23	3	3	4	3	5	4	22
23	1	1	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
24	1	1	1	4	5	4	4	4	4	3	4	4	36	5	4	5	4	5	4	27	5	4	4	4	4	5	26
25	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	5	5	26	4	4	5	4	4	4	25
26	2	3	3	3	4	5	5	4	3	4	3	4	35	5	3	4	3	4	4	23	4	4	3	4	4	3	22
27	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	3	4	4	23	4	4	5	5	4	4	26
28	1	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	33	4	5	4	3	4	4	24	4	3	4	4	3	3	21
29	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	2	2	20
30	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	29	3	3	3	3	4	3	19	4	3	3	4	4	4	22
31	2	1	3	4	2	2	4	2	3	3	2	3	25	4	3	4	2	4	3	20	4	3	4	4	4	4	23
32	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	5	4	25
33	2	3	2	2	4	4	4	5	4	4	3	4	34	4	5	4	3	3	3	22	2	2	4	4	4	5	21
34	2	4	1	4	5	4	3	4	4	4	4	4	36	4	4	5	2	4	4	23	4	4	4	4	3	4	23
35	2	4	1	5	4	5	5	4	5	4	5	5	42	5	5	5	5	5	4	29	4	4	3	4	4	4	23
36	1	4	1	3	3	4	4	4	3	3	3	3	30	3	3	3	3	2	2	16	3	3	4	4	5	4	23
37	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	5	2	5	4	24	3	4	4	4	4	4	23
38	1	3	2	5	5	4	4	4	5	4	4	4	39	4	4	4	2	4	4	22	4	4	3	4	4	4	23
39	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	2	4	4	22	4	4	4	5	4	4	25
40	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
41	1	3	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	5	3	3	23
42	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
43	1	1	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	33	4	4	4	3	4	4	23	3	3	4	4	4	4	22
44	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	3	4	4	23	4	4	3	4	4	4	23
45	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	3	4	4	23	4	4	5	3	4	4	24
46	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
47	2	3	1	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	4	23
48	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	3	24
49	2	2	1	5	4	4	4	4	4	3	4	4	36	4	3	4	3	4	4	22	4	5	5	4	4	4	26
50	1	2	1	3	4	3	2	3	3	3	2	3	26	3	2	4	4	4	3	20	2	3	4	4	4	4	21

No	Identitas Responden			Variabel Independen									Variabel Independen																		
	Jenis Kelamin	Usia	Lama Bekerja	Persepsi Dependensi Biaya									Minat Beli (X1)						Penggunaan (X2)												
				I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	T	I	II	III	IV	V	VII	T	I	II	III	IV	V	VI	T				
51	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24
52	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	23	
53	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	24		
54	2	2	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	23		
55	2	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	27		
56	1	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	27	3	3	3	3	4	3	19	4	3	4	2	4	4	4	21			
57	1	3	3	4	4	5	5	4	4	5	3	3	37	4	3	4	3	5	5	24	5	5	3	3	4	3	23				
58	1	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38	4	5	4	4	4	25	5	5	4	4	4	4	4	26				
59	1	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	3	4	25					
60	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	4	5	5	5	29	5	5	4	5	4	4	27					
61	1	3	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	4	4	3	4	23	4	4	4	5	3	3	23					
62	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	5	3	4	24	4	4	4	4	4	4	4	24				
63	1	1	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	33	4	4	4	3	5	24	3	3	4	4	4	4	22					
64	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	3	4	23	4	4	3	4	4	4	23					
65	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	3	4	24	4	4	5	3	4	4	24					
66	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	4	24					
67	2	3	1	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38	4	4	4	4	4	24	5	3	4	4	4	4	24					
68	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	4	3	25					
69	2	2	1	5	4	4	4	4	4	3	4	4	36	4	3	4	3	4	22	4	5	4	4	4	4	25					
70	1	2	1	3	4	3	2	3	3	3	2	3	26	3	2	4	4	4	20	2	3	4	5	4	4	22					
71	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	4	25					
72	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	5	25					
73	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	5	25	4	4	3	4	4	5	24					
74	2	2	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	4	23					
75	2	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	4	4	27					
76	1	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	27	3	3	3	3	4	19	4	3	4	2	4	4	21					
77	1	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	3	36	4	3	4	3	5	24	5	5	3	3	4	3	23					
78	1	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37	4	5	4	4	4	25	5	5	4	4	4	4	26					
79	1	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	3	4	25					
80	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	4	4	27					

2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43		
5	6.01	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.85	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62		
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94		
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.56	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22		
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01		
<S	SO	<	ZZ	ZW	ZZZ	ZZ*	Z<	aoZ	ix	*x	*m	ZS	ZX	ZW	ZO>		
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72		
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62		
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.56	2.55	2.53		
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46		
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40		
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35		
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31		
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.56	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27		
19	4.36	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23		
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20		
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18		
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15		
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.16	2.15	2.13		
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11		
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09		
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07		
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06		
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04		
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.06	2.05	2.03		
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01		
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00		
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99		
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98		
34	4.13	3.26	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97		
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96		
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95		
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95		
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94		
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93		
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92		
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92		
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91		
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.98	1.96	1.93	1.91		
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90		
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89		

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30584
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29881
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34081	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40656	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00956	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66026	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65880	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65746	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19946
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37446	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66366	1.96969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.96932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.96896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.96861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.96827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.96793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.96761	2.36996	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.96729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.96696	2.36896	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.96667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.96636	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.96609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.96580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.96552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.96525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.96498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.96472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.96447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.96422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.96397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.96373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.96350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.96326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.96304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.96282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.96260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.96238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.96217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.96197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.96177	2.36073	2.62126	3.16596
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.96157	2.36041	2.62085	3.16526
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.96137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.96118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.96099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.96081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.96063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.96045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.96027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.96010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

ritix eew<i>< oa rt>>v i <ar= m —leek

121	0.67652	1.26659	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15695
122	0.67651	1.26653	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15636
123	0.67649	1.26647	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15761
124	0.67647	1.26642	1.65723	1.97926	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.26636	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.26631	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.26625	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.26620	1.65685	1.97867	2.35583	2.61476	3.15512
129	0.67640	1.26615	1.65675	1.97852	2.35560	2.61446	3.15461
130	0.67638	1.26610	1.65666	1.97836	2.35537	2.61416	3.15411
131	0.67637	1.26605	1.65657	1.97824	2.35515	2.61386	3.15361
132	0.67635	1.26600	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.26795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.26790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.26785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.26781	1.65613	1.97756	2.35406	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.26776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.26772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.26767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14989
140	0.67625	1.26763	1.65581	1.97705	2.35326	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.26758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.26754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.26750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.26746	1.65550	1.97656	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.26742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.26736	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.26734	1.65529	1.97623	2.35196	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.26730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.26726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.26722	1.65506	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.26718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60876	3.14506
152	0.67611	1.26715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.26711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.26707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.26704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.26700	1.65466	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.26697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.26693	1.65455	1.97509	2.35016	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.26690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14226
160	0.67603	1.26687	1.65443	1.97490	2.34986	2.60691	3.14193

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.26653	1.65437	1.97461	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.26650	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.26677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.26673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.26670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.26667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.26664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.26661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.26658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.26655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.26652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.26649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.26646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.26644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.26641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.26638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.26635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.26633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.26630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.26627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.26625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.26622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.26619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.26617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.26614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.26612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.26610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.26607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.26605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.26602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.26600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.26598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.26595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.26593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.26591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.26589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.26586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.26584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.26582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.26580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Fiqri Heriansyah
Tempat, Tanggal Lahir : Simpang Empat, 05 Juni 1996
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-Laki
kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Lingk III Simpang Panegoran
Pekerjaan : Mahasiswa
No. HP : 082272352675
E-mail : fiqriheriansyah06@gmail.com

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

2002-2008 : SD Negeri 112320 Aek Kota Batu
2008-2011 : MTs. Swasta Al-Washliyah Simpang Marbau
2011-2014 : SMK Swasta Al-Washliyah 2 Marbau
2015 : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ORGANISAI

Himpunan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah S1 Periode 2018-2019