

**PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP MINAT  
MASYARAKAT KELURAHAN SEI KERA HILIR II UNTUK MENGGUNAKAN  
PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA  
KANTOR CABANG MEDAN BALAIKOTA**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**TRISNA RAMADANI**

**NIM. 0503161072**

**Program Studi**

**PERBANKAN SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SUMATERA UTARA**

**2021**

**PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP MINAT  
MASYARAKAT KELURAHAN SEI KERA HILIR II UNTUK MENGGUNAKAN  
PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA  
KANTOR CABANG MEDAN BALAIKOTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

**Disusun Oleh:**

**TRISNA RAMADANI**

**NIM. 0503161072**

**Program Studi**

**PERBANKAN SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SUMATERA UTARA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Trisna Ramadani  
NIM : 0503161072  
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 23 Januari 1998  
Pekerjaan : Mahasiswi  
Alamat : Jl. Letda Sujono Gg. Palapa No. 5 Medan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “***PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT KELURAHAN SEI KERA HILIR II UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG MEDAN BALAIKOTA***” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 17 Maret 2021

Yang membuat pernyataan,



**TRISNA RAMADANI**

**NIM. 0503161072**

**PERSETUJUAN**

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP MINAT  
MASYARAKAT KELURAHAN SEI KERA HILIR II UNTUK  
MENGUNAKAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DI BANK  
MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG MEDAN BALAIKOTA**

Oleh:

**TRISNA RAMADANI**

**NIM. 0503161072**

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi(SE) Pada Program Studi Perbankan Syariah

Medan, 17 Maret 2021

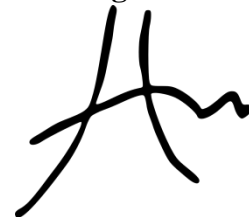
**Pembimbing I**



**Dr. Muhammad Ridwan, MA**

**NIDN. 2020087604**

**Pembimbing II**



**Annio Indah Lestari, M.Si**

**NIDN. 2009037401**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**



**Dr. Tuti Anggraini, MA**

**NIDN. 2031057701**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT KELURAHAN SEI KERA HILIR II UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG MEDAN BALAIKOTA” atas nama Trisna Ramadani, NIM. 0503161072 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 23 Maret 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Perbankan Syariah.

Medan, 24 Maret 2021

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Perbankan Syariah UIN-SU

**Ketua**



**(Dr. Tuti Anggraini, MA)**  
NIDN. 2031057701

**Sekretaris**



**(Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, M.E.I)**  
NIDN. 2026048901



1. **(Dr. Muhammad Ridwan, MA)**  
NIDN. 2020087604


**Anggota**



2. **(Annio Indah Lestari, M.Si)**  
NIDN. 2009037401



3. **(Dr. Fauzi Arif Lubis, MA)**  
NIDN. 2024128401



4. **(Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, M.E.I)**  
NIDN. 2026048901

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam UIN-SU Medan**

**(Dr. Muhammad Yafiz, MA)**  
NIDN. 2023047602

## ABSTRAK

Skripsi berjudul **“PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT KELURAHAN SEI KERA HILIR II UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG MEDAN BALAIKOTA”**. Atas nama Trisna Ramadani. Di bawah bimbingan Bapak **Dr. Muhammad Ridwan, MA** sebagai Pembimbing I dan Ibu **Annio Indah Lestari, MM** sebagai Pembimbing II.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota berdasarkan fenomena yang terjadi bahwa terjadinya kenaikan jumlah rekening dana nasabah deposito mudharabah yang sangat signifikan dari yang sebelumnya mengalami penurunan sebanyak -35% pada tahun 2017-2018, kemudian mengalami kenaikan hingga mencapai 39% pada tahun 2018-2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bagi hasil, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan data primer melalui penyebaran kuisioner kepada masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Slovin Sampel* dengan pengukuran *Skala Likert*. Data diproses melalui *Program SPSS Versi 23.0* dengan teknis analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi hasil, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Dari hasil uji t membuktikan bahwa secara parsial variabel bagi hasil, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Kemudian dari hasil uji f membuktikan bahwa bagi hasil, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota dengan nilai f-hitung lebih besar dari f-tabel yaitu ( $3,156 > 2,700$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,028 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa bagi hasil, promosi dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Selain itu variabel bagi hasil merupakan variabel yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.

**Kata Kunci:** *Bagi Hasil, Promosi, Lokasi, Minat Masyarakat, Deposito Mudharabah.*

## ABSTRACT

The thesis entitled "**THE INFLUENCE OF RESULTS, PROMOTION AND LOCATION ON COMMUNITY INTEREST OF SEI KERA DOWNSTREAM II TO USE MUDHARABAH DEPOSIT PRODUCTS IN BANK MUAMALAT INDONESIA, MEDAN BRANCH OFFICE, BALAIKOTA**". On behalf of Trisna Ramadani. Under the guidance of **Mr. Dr. Muhammad Ridwan, MA** as Advisor I and **Mrs. Annio Indah Lestari, MM** as Advisor II.

The problem examined in this study is the interest of the people of Sei Kera Hilir II Village to use Mudharabah Deposit products at Bank Muamalat Indonesia, Medan City Hall Branch Office based on the phenomenon that an increase in the number of mudharabah deposit customer funds accounts is very significant from the previous one which has decreased as much as - 35% in 2017-2018, then increased to reach 39% in 2018-2019. The purpose of this study was to determine the effect of profit sharing, promotion and location on public interest in using mudharabah deposit products at Bank Muamalat Indonesia, Medan City Hall Branch. This study uses a quantitative approach and uses primary data through distributing questionnaires to the people of Kelurahan Sei Kera Hilir II. The sample in this study were 100 respondents with the sampling technique using the Slovin Sample with Likert Scale measurement. Data were processed through the *SPSS Version 23.0* program with multiple linear regression analysis techniques. The results showed that profit sharing, promotion and location had a significant effect on the interest of the people of Sei Kera Hilir II Village to use mudharabah deposit products at Bank Muamalat Indonesia, Medan City Hall Branch. The results of the t test prove that partially the profit sharing, promotion and location variables have a significant effect on the interest of the people of Sei Kera Hilir II Village to use mudharabah deposit products at Bank Muamalat Indonesia Branch Office Medan City Hall. Then the results of the f test prove that the profit sharing, promotion and location simultaneously have a significant effect on the interest of the people of Sei Kera Hilir II Village to use mudharabah deposit products at Bank Muamalat Indonesia Branch Office Medan City Hall with an f-count greater than the f-table, namely ( $3.156 > 2,700$ ) with a significance value ( $0.028 < 0.05$ ). Based on the results of this analysis, it can be concluded that profit sharing, promotion and location have a significant effect both partially and simultaneously on the interest of the people of Sei Kera Hilir II Village to use mudharabah deposit products at Bank Muamalat Indonesia, Medan City Hall Branch Office. In addition, the profit sharing variable is the variable that has the greatest influence on the interest of the people of Sei Kera Hilir II Village to use mudharabah deposit products at Bank Muamalat Indonesia Branch Office Medan City Hall.

**Keywords:** *Profit Sharing, Promotion, Location, Community Interest, Mudharabah Deposits.*

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alaamiin, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberi limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Rasa syukur kepada-Nya atas karunia dan memberikan penulis kesehatan, kekuatan, dan semangat yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT KELURAHAN SEI KERA HILIR II UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG MEDAN BALAIKOTA”**.

Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar kita Rasulullah Muhammad SAW karena atas perjuangan beliau kita dapat menjalankan kehidupan yang lebih bermartabat dengan kemajuan ilmu pengetahuan yang didasarkan pada Iman dan Islam.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Pada kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan terimakasih yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini kepada:

1. **Allah SWT** yang telah memberikan saya kesehatan, semangat dan kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
2. Bapak *Nurman* dan Ibunda *Nurasiah* yang telah memberikan dukungan baik melalui doa, nasihat, semangat yang luar biasa maupun materil yang tak terhingga jumlahnya hingga saat ini.
3. Kakak, Abang dan Adik tersayang *Nurmala Syafitri*, *Edi Gunawan*, *Indra Syahputra* dan *Triska Aprilia* yang telah memberikan doa, nasihat dan semangat yang luar biasa kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.



4. Abangda terkasih ***Jafinov Ridam Musak*** yang telah memberikan dukungan doa dan semangat yang luar biasa kepada saya sehingga skripsi ini dapat segera terselesaikan.
5. Bapak ***Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA*** selaku Rector Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Bapak ***Dr. Muhammad Yafiz, MA*** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Ibu ***Dr. Tuti Anggrainini, MA*** selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
8. Bapak ***Muhammad Lathief Ilhamy, M.Ei*** selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
9. Ibu ***Tri Inda Fadhila Rahma, M.Ei*** selaku Pembimbing Akademik.
10. Kedua pembimbing skripsi saya yaitu Bapak ***Dr. Muhammad Ridwan, MA*** selaku pembimbing skripsi I dan kepada Ibu ***Annio Indah Lestari, M.Si*** selaku pembimbing skripsi II.
11. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
12. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota beserta jajarannya yang telah bersedia membantu saya untuk melaksanakan penelitian.
13. Teman-teman seperjuangan ***Perbankan Syariah–D 2016*** yang telah berjuang bersama dan saling memberikan semangat dan bantuan satu sama lain.
14. Kepada teman-teman ***Pemburu Wisuda*** yaitu ***Ade Irma Wahyuni, Cindy Husna Pratiwi, Dhinda Aarih Tania Daulay, Elviza Azura Hasibuan, Nazlatal Ula Harahap, Ria Novita, Sitta Rizky Ahda*** dan ***Windy Okanawa Bakara*** yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, suka dan duka serta saling menguatkan satu sama lain.

15. Kepada teman-teman *Bidadari Syurga* yang telah memberikan doa serta saling menguatkan satu sama lain.
16. Kepada *Kita-Kita Ajjah* yaitu *Fahrin Annisa, Nurmalia Syafitri, Triska Aprilia* dan *Yunita Syahputri* yang telah memberikan dukungan moril sehingga mampu memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan segera.
17. Kepada teman saya **Riza Nurul Aulia** yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
18. Terimakasih kepada seluruh Teman dan Sahabat serta pihak-pihak lain yang tidak dapat dituliskan satu persatu, yang selalu mendukung, mendoakan serta membantu saya selama proses penyelesaian skripsi ini.

Tiada kata yang lebih indah selain ucapan terimakasih semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak/Ibu dan Sahabat yang telah membantu dan mendukung penulis. Semoga yang diberikan menjadi amal shalih. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna demi kesempurnaan penelitian ini dan penelitian selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua.

Medan, 17 Maret 2021

Penulis,



**Trisna Ramadani**  
**NIM. 0503161072**

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	7

### **BAB II KAJIAN TEORITIS**

A. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Teori Minat Masyarakat.....	8
a. Pengertian Minat Masyarakat.....	8
b. Alur Psikologi Yang Dapat Mempengaruhi Minat.....	9
2. Teori Deposito Mudharabah.....	10

a. Pengertian Deposito.....	10
b. Landasan Hukum Deposito dalam Praktik Perbankan Syariah.....	11
c. Pengertian Mudharabah.....	13
d. Landasan Syariah Berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah dan Ijma' Para Ulama.....	13
e. Jenis-Jenis Mudharabah.....	15
f. Implementasi Prinsip Mudharabah pada Produk Deposito dalam Perbankan Syariah.....	15
g. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II Untuk Menggunakan Produk Deposito.....	18
1) Bagi Hasil.....	18
2) Promosi.....	21
3) Lokasi.....	25
B. Kajian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Teoritis.....	32
D. Hipotesis.....	32

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Penelitian.....	34
1. Jenis Penelitian.....	34
2. Sumber Data.....	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
C. Populasi Dan Sampel.....	35
D. Definisi Operasional.....	36
1. Variabel Bebas ( <i>Independent</i> ).....	36

2. Variabel Terikat ( <i>Dependent</i> ).....	40
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	42
F. Analisis Data.....	43
1. Uji Validitas Dan Reabilitas.....	43
2. Uji Asumsi Klasik.....	44
a. Uji Normalitas.....	44
b. Uji Heteroskedastisitas.....	45
c. Uji Multikolinearitas.....	45
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	45
4. Uji Hipotesis.....	46
a. Uji Koefisien Determinan Majemuk ( $R^2$ ).....	46
b. Uji t (Signifikan Parsial).....	46
c. Uji F (Signifikan Simultan).....	47

#### **BAB IV TEMUAN PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
1. Kelurahan Sei Kera Hilir II.....	48
2. Sejarah Singkat Bank Muamalat Indonesia.....	49
B. Deskripsi Data Penelitian.....	52
1. Karakteristik Responden.....	52
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	54
C. Uji Persyaratan Analisis.....	55
1. Uji Validitas.....	55
2. Uji Reliabilitas.....	57

D. Uji Asumsi Klasik.....	59
1. Uji Normalitas.....	59
2. Uji Heterokedastisitas.....	61
3. Uji Multikolinearitas.....	62
E. Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
F. Uji Hipotesis.....	65
1. Uji Parsial (Uji t).....	65
2. Uji Simultan (Uji F).....	67
3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	68
G. Interpretasi Hasil Penelitian.....	69
 <b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>77</b>
 <b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>
 <b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Jumlah Rekening Dana Muamalat Deposito Mudharabah.....	2
TABEL 2.1 Ringkasan Kajian Terdahulu.....	29
TABEL 3.1 Indikator Bagi Hasil.....	36
TABEL 3.2 Indikator Promosi.....	38
TABEL 3.3 Indikator Lokasi.....	39
TABEL 3.4 Indikator Minat Masyarakat.....	41
TABEL 3.5 Instrumen Skala <i>Likert</i> .....	43
TABEL 3.6 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	44
TABEL 4.1 Luas Wilayah Tiap Kelurahan di Kecamatan Medan Perjuangan Tahun 2017.....	48
TABEL 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
TABEL 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
TABEL 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	53
TABEL 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Bagi Hasil (X1), Promosi (X2) dan Lokasi (X3).....	54
TABEL 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah (Y).....	55
TABEL 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Bagi Hasil (X1), Promosi (X2) dan Lokasi (X3).....	56
TABEL 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah (Y).....	57
TABEL 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bagi Hasil (X1), Promosi (X2) dan Lokasi (X3).....	58

TABEL 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bagi Hasil (X1), Promosi (X2) dan Lokasi (X3).....	58
TABEL 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah (Y).....	58
TABEL 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah (Y).....	59
TABEL 4.13 Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	59
TABEL 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
TABEL 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
TABEL 4.16 Hasil Uji t.....	66
TABEL 4.17 Hasil Uji F.....	68
TABEL 4.18 Uji $R^2$ .....	69



## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Alur Psikologi Yang Dapat Mempengaruhi Minat.....	9
GAMBAR 2.2 Kerangka Teoritis.....	32
GAMBAR 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram.....	60
GAMBAR 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik P-Plot.....	61
GAMBAR 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas Dengan Pola <i>Scatterplot</i> .....	62

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan perekonomian dan perdagangan. Dalam perkembangan perbankan, terutama pada bank syariah telah mengalami kemajuan yang meningkat dengan adanya pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang arti pentingnya bank. Bank dengan prinsip syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan produk-produk berdasarkan prinsip-prinsip syariah.<sup>1</sup>

Pada kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat baik berskala kecil maupun berskala besar, banyak bank-bank syariah yang berlomba untuk menciptakan produk-produk baru dengan berbagai keunggulan. Tawaran-tawaran produk yang beragam dan memiliki daya tarik tersendiri yang diberikan bank syariah terhadap masyarakat dapat menjadi persaingan yang sangat ketat untuk merebut simpati masyarakat dalam menggunakan produk-produk bank syariah. Semakin beragam dan menguntungkan produk yang ditawarkan, maka masyarakat akan semakin bertambah dalam memutuskan untuk menyimpan dananya pada bank syariah.<sup>2</sup>

Mengingat semakin menjamurnya bank syariah dewasa ini, masyarakat kini menjadi semakin selektif dalam memilih bank syariah untuk menitipkan dana yang dimiliki agar tidak terjadi risiko kehilangan dana akibat buruknya kinerja suatu bank tersebut. Oleh karena itu, minat masyarakat untuk menyimpan dananya pada bank syariah ketika adanya suatu produk yang ditawarkan memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhannya. Begitupun dengan produk deposito.

Deposito sama dengan tabungan akan tetapi tabungan ini tidak bisa di tarik semauanya, ada jangka waktu yang telah disepakati. Walaupun sama-sama bentuk simpanan tapi deposito dapat memberikan keuntungan kepada nasabah. Deposito biasanya dijalankan oleh bank, baik bank konvensional maupun bank syariah seperti bank muamalat. Ada sistem bagi hasil yang

---

<sup>1</sup> Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Syariah*, (Jakarta : Pustaka Alvabeta, 2007), h.3.

<sup>2</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2003), h.12-13.

akan diberikan oleh bank kepada masyarakat yang menyimpan uangnya dalam bentuk deposito.

Deposito bank muamalat merupakan deposito dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang dikelola secara prinsip islam dan memberikan hasil investasi yang lebih optimal jika dibandingkan dengan deposito di bank lain.

Dalam dunia persaingan pada bank syariah, agar minat masyarakat meningkat untuk menggunakan produk deposito maka Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan Balaikota meluncurkan produk Muamalat Deposito Mudharabah dengan penyetoran awal dan saldo minimum Rp 1.000.000 (Satu Juta Rupiah) untuk mata uang Rupiah dan USD 100 (Seratus Dollar Amerika) untuk mata uang US Dollar. Tidak ada biaya administrasi bulanan yang dibebankan kepada nasabah dalam program deposito selama nasabah memenuhi saldo minimum.

Adapun jumlah rekening dana Muamalat Deposito Mudharabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan Balaikota, sebagai berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Rekening Dana Muamalat Deposito Mudharabah

No.	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Dana (Dalam Miliaran Rupiah)	Selisih Tahun (Dalam %)	
				2017 – 2018	2018 – 2019
1.	2017	356 Deposan	171.788.071.781	-35%	39%
2.	2018	407 Deposan	127.075.046.674		
3.	2019	360 Deposan	176.227.925.787		

Sumber: Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa respon masyarakat terhadap produk Deposito Mudharabah ini sudah cukup baik meskipun terjadi penurunan pada tahun 2017- 2018 sebesar 35%, namun mengalami kenaikan yang signifikan di tahun

2018 – 2019 sebesar 39%, hal ini menunjukkan bahwa respon masyarakat terhadap produk ini sangat bagus. Dari data yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa dari 3 tahun tersebut jumlah rekening dana deposito mudharabah mengalami fluktuasi. Hal ini disebabkan karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito, yaitu:

1. Faktor bagi hasil, merupakan pembagian hasil usaha yang diberikan bank kepada nasabah sesuai kesepakatan.
2. Faktor keagamaan, merupakan salah satu faktor yang dipilih untuk mewakili pribadi nasabah. Mengingat bahwa dalam ajaran Agama Islam dijelaskan bahwa riba itu haram. Sedangkan konsep bunga bank sama dengan riba.
3. Faktor pelayanan, merupakan kegiatan jasa yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya. Pelayanan yang baik akan meningkatkan nasabah untuk membeli produk bank.
4. Faktor keamanan, merupakan salah satu faktor untuk menjamin dana nasabah dan keamanan nasabah pada saat datang ke bank.
5. Faktor biaya atau harga, merupakan pengenaan biaya administrasi untuk jasa pengelolaan dana simpanan dan pengenaan biaya penutupan deposito sebelum jatuh tempo.
6. Faktor lokasi, merupakan tempat perusahaan untuk melakukan segala kegiatannya yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan urusan-urusan dengan baik.<sup>3</sup>

Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus

---

<sup>3</sup> Julia Noermawati Eka Satyarini, “*Analisis Faktor Yang Menjadi Alasan Nasabah Memilih Deposito Mudharabah di BPRS XYZ*” dalam Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Volume VII, Nomor 2, Desember 2017/1438 H, h.120-127.

ditentukan terlebih dahulu pada awal kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan.<sup>4</sup> Faktor bagi hasil juga menjadi pertimbangan seseorang untuk menyimpan atau menabung dananya pada bank syariah.

Promosi merupakan sejenis komunikasi antara produsen dan konsumen yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa yang ditawarkan. Dalam dunia perbankan, agar produk perbankan laku dijual ke masyarakat atau nasabah, maka masyarakat perlu tahu kehadiran produk tersebut. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi dengan harapan strategi yang tepat dapat meraih target pasar yang diinginkan dan sekaligus dapat menciptakan *image* yang bagus bagi bank syariah.

Biaya atau harga dalam perbankan merupakan biaya administrasi dimana nasabah harus mengeluarkan biaya atau harga untuk jasa pengelolaan dana yang dilakukan oleh bank. Namun hal ini banyak dikeluhkan oleh nasabah, maka Bank Muamalat Indonesia memanfaatkan kesempatan ini untuk meluncurkan promosi dari salah satu produknya yaitu tidak mengenakan biaya apapun untuk pengelolaan dana penutupan deposito sebelum jatuh tempo dengan harapan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia.

Lokasi merupakan faktor pada tempat perusahaan untuk melakukan segala kegiatannya yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan urusan-urusan dengan bank. Bank yang terletak pada lokasi yang strategis dapat dengan mudah dijangkau oleh nasabah, sehingga nasabah tidak kesulitan dalam menemukan lokasi bank tersebut. Dengan adanya akses yang mudah untuk menjangkau bank tersebut, maka akan dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap penggunaan jasa atau produk pada bank tersebut. Misal, lokasi bank di tengah kota, mudah di akses melalui kendaraan umum, jalan menuju bank juga di aspal atau tidak berlubang, dan lain sebagainya.

---

<sup>4</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.90.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT KELURAHAN SEI KERA HILIR II UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG MEDAN BALAIKOTA”**.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah dari penelitian ini yaitu bahwa terdapat beberapa variabel yang dapat mempengaruhi minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk Deposito Mudharabah, yaitu : bagi hasil, promosi dan lokasi.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, adapun yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II yang pernah atau sedang menggunakan produk perbankan, baik produk perbankan di bank syariah maupun produk perbankan di bank konvensional.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah bagi hasil berpengaruh terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan?

3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan?
4. Apakah bagi hasil, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bagi hasil terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bagi hasil, pengaruh promosi dan pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan.

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, memperluas wawasan dan meningkatkan pengalaman yang lebih lagi. Dapat memberikan gambaran pelaksanaan teori dalam dunia kerja nyata serta mengetahui berbagai informasi dan manfaat mengenai produk deposito mudharabah.
2. Bagi pihak Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pelaksanaan program-program yang ada pada perusahaan dan masukan bagi pihak perusahaan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh pada produk deposito mudharabah sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas produknya kepada yang lebih baik.
3. Bagi Akademis, penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian terhadap produk deposito mudharabah di masa yang akan datang.



## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Tinjauan Pustaka

##### 1. Teori Minat Masyarakat

###### a. Pengertian Minat Masyarakat

Minat merupakan suatu penangkap atau pemilihan terhadap sesuatu yang dapat mempengaruhi sikap seseorang. Oleh karena itu, terdapat beberapa pengertian-pengertian minat, yaitu :

- 1) Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, situasi atau aktivitas yang menjadi objek dari minat itu dengan didasari perasaan senang.<sup>5</sup>
- 2) Menurut Winkel, Minat merupakan kecenderungan yang menetap agar subyek merasa tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang akan hal itu. Perasaan senang akan menimbulkan minat dan diperkuat lagi apabila memiliki sikap yang positif.
- 3) Menurut Bimo Walgito, Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih jauh lagi apa yang mereka dapat dan mereka pelajari.

Dari pengertian-pengertian minat di atas, dapat disimpulkan bahwa minat merupakan daya tarik yang ditimbulkan oleh obyek tertentu yang membuat seseorang merasa senang serta mempunyai keinginan akan obyek tersebut dan akan lebih kuat lagi apabila obyek tersebut memiliki sikap yang positif. Minat merupakan keinginan atau kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya serta kepribadian seseorang. Menurut Philip Kotler, Minat Beli

---

<sup>5</sup>Abdul Rachman Shaleh, et al., *Psikologis Suatu Pengantar*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h.263.

timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan di dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek ataupun minat.<sup>6</sup>

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), masyarakat adalah sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama.<sup>7</sup> Dan menurut J.L Gillin, masyarakat adalah sebuah kelompok manusia yang tersebar yang memiliki kebiasaan (*habit*), tradisi (*tradition*), sikap (*attitude*) dan perasaan persatuan yang sama. Dari kedua pengertian masyarakat tersebut, dapat disimpulkan bahwa masyarakat adalah sekelompok manusia yang terikat oleh suatu kebudayaan yang memiliki kebiasaan, tradisi, sikap dan perasaan persatuan yang sama.

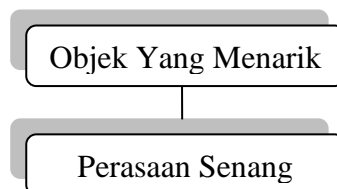
Sehingga, berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat adalah daya tarik yang ditimbulkan oleh obyek tertentu yang membuat sekelompok manusia merasa senang serta tertarik untuk mempunyai keinginan akan obyek tersebut dan akan lebih kuat lagi apabila obyek tersebut memiliki sikap yang positif.

#### **b. Alur Psikologi Yang Dapat Mempengaruhi Minat**

Ada beberapa alur psikologi yang dapat mempengaruhi minat masyarakat yang harus kita ketahui, yakni diantaranya adalah objek yang menarik, perasaan senang, sikap positif dan minat.

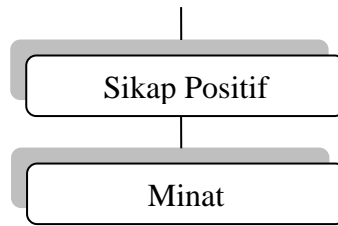
Gambar 2.1

Alur Psikologi Yang Dapat Mempengaruhi Minat



<sup>6</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran (Marketing Manajemen 9e)*, (Prentice-Hall, Inc, 1997), h.171.

<sup>7</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id>



Sumber: Winkel, 2005, *Psikologi Pengajaran*

Perilaku Minat Masyarakat merupakan hasil evaluasi terhadap suatu merk atau jasa, sehingga terdapat tahap akhir yaitu tahap keputusan terhadap merk atau jasa yang akan digunakan, kemudian mengevaluasi dan menyimpannya pada sebuah informasi untuk digunakan dimasa yang akan datang.

Keputusan seseorang untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Apabila manfaat yang dirasakan lebih besar, maka pengorbanan/dorongan untuk mendapatkan dan membeli produk tersebut juga semakin besar. Sebaliknya, apabila manfaat yang dirasakan masyarakat tersebut lebih kecil, maka masyarakat juga cenderung beralih kepada produk lain yang mempunyai manfaat yang lebih menguntungkan.

## 2. Teori Deposito Mudharabah

### a. Pengertian Deposito

Deposito merupakan produk dari bank yang memang ditujukan untuk kepentingan investasi dalam bentuk surat-surat berharga, sehingga dalam perbankan syariah akan memakai prinsip mudharabah. Berbeda dengan perbankan konvensional yang memberikan imbalan berupa bunga bagi nasabah deposan, maka dalam perbankan syariah imbalan yang diberikan kepada nasabah deposan adalah bagi hasil (*profit sharing*) sebesar nisbah yang telah disepakati di awal akad. Ada beberapa pengertian deposito, yakni:

- 1) Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, deposito adalah uang yang disimpan dalam rekening, tindakan menyimpan uang di bank, kredit yang

diberikan bank kepada seseorang, hak atas saldo uang di bank bagi mereka yang telah menyimpannya di bank.<sup>8</sup>

- 2) Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 deposito didefinisikan sebagai simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank atau pada saat jatuh tempo.
- 3) Dalam pasal 1 angka 22 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, Deposito didefinisikan sebagai Investasi dana berdasarkan akad Mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpanan dan Bank Syariah dan/atau UUS.<sup>9</sup>
- 4) Menurut Thomas Suyatno, pengertian deposito adalah tabungan di Bank dimana penarikannya hanya bisa dilakukan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan Bank yang bersangkutan.

Dari pengertian-pengertian tabungan di atas, dapat disimpulkan bahwa deposito adalah simpanan berjangka berdasarkan akad Mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dari pihak ketiga pada bank dimana penarikannya hanya bisa dilakukan sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan sesuai perjanjian antara pihak ketiga dan pihak bank atau pada saat jatuh tempo.

#### **b. Landasan Hukum Deposito dalam Praktik Perbankan Syariah**

Adapun dasar hukum deposito dalam hukum positif dapat kita jumpai dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Di tahun 2008, secara khusus mengenai Deposito dalam bank syariah diatur melalui Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

---

<sup>8</sup> Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Deposito*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/deposito>., Diunduh pada tanggal 23 Januari 2020.

<sup>9</sup> Khotibul Umam, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h.95.

Deposito sebagai salah satu produk penghimpunan dana juga mendapatkan dasar hukum dalam PBI No. 10/16/PBI/2008. Pasal 3 PBI dimaksud menyebutkan antara lain bahwa pemenuhan prinsip syariah dilakukan melalui kegiatan penghimpunan dana dengan mempergunakan akad mudharabah.<sup>10</sup>

Selain itu mengenai deposito ini juga telah diatur dalam sebuah Fatwa DSN No. 03/DSN-MUI/IV/2000, tanggal 1 April 2000 yang menyatakan bahwa keperluan masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan dan dalam bidang investasi, memerlukan jasa perbankan. Salah satu produk perbankan di bidang penghimpunan dana dari masyarakat adalah deposito, yaitu simpanan dana berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpanan dengan bank.

Berdasarkan pada Fatwa DSN-MUI ini deposito yang dibenarkan secara syariah yang berdasarkan prinsip mudharabah dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:<sup>11</sup>

- 1) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.
- 2) Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.
- 3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- 4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam bentuk akad pembukaan rekening.

---

<sup>10</sup> Saidurrahman, Andri Soemitra, *Buku Pegangan Profesi Pengawas Syariah di Bank Syariah dan Asuransi Syariah*, (Medan: CV. Manhaji dan Fakultas Syariah, IAIN Sumut 2014), h.83.

<sup>11</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h.96.

- 5) Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional deposito dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- 6) Bank tidak diperkenankan untuk mengurangi nisbah keuntungan.

### c. Pengertian Mudharabah

Mudharabah berasal dari kata *dharb*, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha.

Secara teknis, *al-mudharabah* akad kerjasama usaha antar dua pihak dimana pihak pertama (*shaahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.<sup>12</sup>

Mudharabah sendiri adalah merupakan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih dimana pemilik modal (*shahibul maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian di awal. Bentuk ini menegaskan kerjasama dengan kontribusi seratus persen modal dari pemilik modal dan keahlian dari pengelola.<sup>13</sup>

### d. Landasan Syariah Berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah dan Ijma' Para Ulama

Secara umum, landasan dasar syariah *al-mudharabah* lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha. Hal ini tampak dalam aya t-ayat dan hadits berikut:

---

<sup>12</sup> Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah : Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h.95.

<sup>13</sup> Tuti Anggraini, dkk., *Lembaga Keuangan Syariah Dan Dinamika Sosial*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2015), h.11

## 1) Al-Qur'an

... لِلْهَافِظِلِ مِمَّنْ يَبْتَغُونَ لِأَرْضِ صَافِي يَضْرِبُونَ وَءَاخِرُونَ ...

Artinya :

“... dan dari orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT...” (Surah Al-Muzammil ayat 20)

Yang menjadi *wajhud dilalah* atau argument dari surah al-muzammil ayat 20 adalah adanya kata *yadhribun* yang sama dengan akar kata *mudharabah* yang berarti melakukan perjalanan usaha.

## 2) Al-Hadits

عَنْ صَالِحِ بْنِ عَلِيٍّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ثَلَاثَ فِيهِنَّ لُبْرَاكٌ لَا لِلْبَيْتِ بِالشَّحِيرِ الْبِرُّ لِخِلَاطُوا ضَمَّةَ الْمُقَارَوِ أَجَلٌ إِلَى الْبَيْعِ هُ  
لِلْبَيْعِ

Artinya :

Dari Shalih bin Shuhaib r.a bahwa Rasulullah SAW bersabda, “Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (*mudharabah*), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual.” (HR. Ibnu Majah no. 2280, *Kitab At-Tijarah*)

## 3) Ijma'

Imam zailai dalam kitab al-Amwal telah menyatakan bahwa para sahabat telah berkonsensus terhadap legitimasi pengolahan harta yatim

secara mudharabah. Kesepakatan para sahabat ini sejalan dengan spirit hadits yang dikutip Abu Ubaid.<sup>14</sup>

#### e. Jenis-Jenis Mudharabah

Secara umum, mudharabah terbagi menjadi dua jenis, yaitu *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*.

##### 1) Mudharabah Muthlaqah

Yang dimaksud dengan transaksi mudharabah muthlaqah adalah bentuk kerja sama antara *shohibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqh ulama salafus saleh seringkali dicontohkan dengan ungkapan *if'al ma syi'ta* (lakukanlah sesukamu) dari shahibul maal ke mudharib yang member kekuasaan besar.

##### 2) Mudharabah Muqayyadah

Mudharabah muqayyadah atau disebut juga dengan istilah *restricted mudharabah/specified mudharabah* adalah kebalikan dari mudharabah muthlaqah. Dimana si mudharib dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum si shahibul maal dalam memasuki jenis dunia usaha.<sup>15</sup>

#### f. Implementasi Prinsip Mudharabah pada Produk Deposito dalam Perbankan Syariah

Deposito sebagai salah satu produk perbankan dalam perbankan syariah yang menggunakan skema mudharabah. Dalam hal ini sejalan dengan tujuan dari nasabah menggunakan instrumen deposito yakni sebagai sarana investasi dalam upaya memperoleh keuntungan.

---

<sup>14</sup> Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 96.

<sup>15</sup> Ibid, hal. 97.



Aplikasi akad mudharabah secara teknis dalam deposito dapat kita baca dalam Surat Edaran Bank Indonesia (SEBI) No. 10/14/DPbS tertanggal 17 Maret 2008, yang merupakan ketentuan pelaksana dari PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah, sebagaimana yang telah diubah dengan PBI No. 10/16/PBI/2008. Dalam kegiatan penghimpunan dana dalam deposito atas dasar akad mudharabah berlaku persyaratan paling kurang sebagai berikut:<sup>16</sup>

- 1) Bank bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*) dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*shahibulmaal*).
- 2) Pengelolaan dana oleh bank dapat dilakukan sesuai dengan batasan-batasan yang ditetapkan oleh pemilik dana (*mudharabah muqayyadah*) atau dilakukan dengan tanpa batasan-batasan dari pemilik dana (*mudharabah muthlaqah*).
- 3) Bank wajib menjelaskan kepada nasabah mengenai karakteristik produk, serta hak dan kewajiban nasabah sebagaimana diatur dalam ketentuan Bank Indonesia mengenai transparansi informasi produk Bank dan Pengguna data pribadi nasabah.
- 4) Bank dan nasabah wajib menuangkan kesepakatan atas pembukaan dan penggunaan produk tabungan dan deposito atas dasar akad mudharabah, dalam bentuk perjanjian tertulis.
- 5) Dalam akad mudharabah harus dinyatakan secara jelas syarat-syarat dan batasan tertentu yang ditentukan oleh nasabah.
- 6) Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.
- 7) Penarikan dana oleh nasabah hanya dapat dilakukan sesuai waktu yang disepakati.
- 8) Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening

---

<sup>16</sup> Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana 2009), h.97.

antara lain biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembunakaan dan penutupan rekening.

- 9) Bank tidak diperbolehkan mengurangi bagian keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.

Berdasarkan pada penjelasan di atas, maka dapat kita ketahui bahwa dalam perbankan syariah mengenai instrumen penghimpunan dana dari masyarakat secara langsung ini menggunakan tiga instrumen simpanan, yaitu giro (*demand deposit*), tabungan (*saving deposit*), dan deposito (*time deposit*). Berbeda dengan konvensional yang menggunakan bunga sebagai kontraprestasi bagi nasabah, maka dalam perbankan syariah menggunakan dua prinsip perjanjian dalam Islam yang di dalamnya diyakini tidak mengandung unsur *riba*, *maisyir* maupun *gharar*, yaitu prinsip titipan (*wadi'ah*) dan prinsip bagi hasil (*mudharabah*).

Mekanisme penghimpunan dana oleh bank syariah melalui produk berupa tabungan dan deposito biasanya didasarkan pada akad *mudharabah muthlaqah*, yaitu akad mudharabah yang memberikan kebebasan kepada mudharib (bank) untuk memproduksi dana yang ada yang meliputi jenis usaha dan ruang lingkungannya. Sedangkan dana yang diperoleh akan dilempar/disalurkan kepada masyarakat dengan mendasarkan pada akad *mudharabah muqayyadah* sehingga memudahkan bank dalam proses monitoring.

Nasabah selaku deposan akan mendapatkan kontraprestasi berupa bagi hasil yang besarnya sesuai dengan nisbah yang telah ditentukan diawal akad. Dengan menggunakan akad mudharabah nasabah juga menanggung risiko tidak mendapatkan keuntungan, bahkan akan kehilangan sebagian uang yang disimpannya jika usaha yang didanai mengalami kerugian.

**g. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II Untuk Menggunakan Produk Deposito**

Ada beberapa bauran pemasaran yang dapat menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi minat, yakni *product*, *price*, *place* dan *promotion* yang lebih sering dikenal dengan 4P.<sup>17</sup>

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito yaitu sebagai berikut:

**1) Bagi Hasil**

Bagi hasil adalah suatu sistem pengelolaan dana dalam perekonomian islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul mal*) dan pengelola modal (*mudharib*).<sup>18</sup> Bagi hasil dalam sistem perekonomian Islam harus ditentukan pada awal berlakunya kontrak (akad) sesuai dengan kesepakatan sehingga sistem bagi hasil menjamin adanya keadilan dan tidak ada pihak yang tereksplotasi (*didzholimi*).<sup>19</sup>

Menurut Syafi'i Antonio, faktor yang mempengaruhi bagi hasil di bank syariah adalah *nisbah* bagi hasil yaitu pembagian keuntungan yang ditetapkan pada awal terbentuknya akad dalam persentai yang disepakati oleh kedua belah pihak bank dan pihak nasabah.<sup>20</sup>

Syukri Iska menyatakan beberapa alasan penggunaan sistem bagi hasil dilihat dari beberapa prinsip yang terkandung dalam syariah Islam, yaitu:<sup>21</sup>

---

<sup>17</sup> Sri Ramadhani dan Annio Indah Lestari, *Analisa Strategi Pemasaran Produk Asuransi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Asuransi Jiwa Syariah pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera Medan*, (Medan: Laporan Penelitian, 2019), h.14.

<sup>18</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.90.

<sup>19</sup> Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h.26.

<sup>20</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.140.

<sup>21</sup> Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah Di Indonesia: Dalam Perspektif Fikih Ekonomi*, (Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012), h.113.

- a) Pola kerjasama memberikan semangat untuk berusaha secara produktif.
- b) Meningkatkan kesejahteraan dan mencegah kesenjangan ekonomi.
- c) Mencegah penindasan ekonomi dan distribusi kekayaan yang tidak merata atau berlandaskan asas keadilan.
- d) Melindungi kepentingan ekonomi lemah.
- e) Membangun lembaga yang berasaskan kerja sama, sehingga berlaku hubungan “yang kuat membantu yang lemah”.
- f) Adanya nisbah kerja sama dan menggambarkan saling membantu dan saling tergantung.

Ketentuan prinsip bagi hasil terdiri atas:<sup>22</sup>

- a) Penentuan besarnya resiko bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
- b) Besarnya nisbah bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
- c) Jumlah pembagian bagi hasil meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
- d) Tidak ada yang meragukan keuntungan bagi hasil.
- e) Bagi hasil tergantung kepada keuntungan proyek yang dijalankan. Jika proyek itu tidak mendapatkan keuntungan maka kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.

Mekanisme bagi hasil dalam bank syariah terdiri dari dua bentuk yaitu:

- a) *Profit Sharing* (bagi untung bersih), yaitu perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari keseluruhan pendapatan setelah

---

<sup>22</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h.89.

dikeluarkan segala biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.

- b) *Revenue Sharing* (bagi pendapatan), yaitu perhitungan bagi hasil didasarkan kepada keseluruhan pendapatan yang diterima sebelum dikurangi biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.

Pada dasarnya, perbankan syariah dapat saja menggunakan pola profit sharing (bagi untung bersih) atau revenue sharing (bagi pendapatan), tergantung kepada kebijaksanaan pihak perbankan itu sendiri. Namun, secara umum bentuk yang diterapkan di bank syariah (seperti di Indonesia) ialah pola revenue sharing (bagi pendapatan) jika bank sebagai shahibul mal (pemodal) dan nasabah sebagai mudharib (pengguna dana), dan menggunakan sistem profit sharing (bagi untung bersih) jika bank sebagai mudharib (pengelola dana), dan nasabah sebagai shahibul mal (penabung).

Apabila bank menggunakan sistem *profit sharing*, dimana bagi hasil diperhitungkan dari pendapatan bersih setelah dikeluarkan biaya bank, kemungkinan yang akan diterima *shahibul mal* akan semakin kecil. Hal ini tentunya akan mempunyai dampak yang cukup signifikan, apabila ternyata secara umum kadar bunga pasaran lebih tinggi. Ini akan mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menginvestasikan uangnya kepada bank syariah dan berpengaruh menurunnya jumlah dana pihak ketiga secara keseluruhan. Akibatnya, untuk menghindari risiko tersebut pihak bank harus mengalokasikan sebagian peruntukkan bagi hasil yang diterima bank (mengurangi *nisbah*) untuk dibagikan kepada nasabah sehingga tetap bisa bersaing dengan sistem bunga di pasaran.

Sebaliknya, apabila bank syariah menggunakan sistem *revenue sharing*, dimana bagi hasil diperhitungkan dari keseluruhan pendapatan bank sebelum dikeluarkan segala biaya bank, maka kemungkinan yang terjadi adalah kadar bagi hasil yang diterima pemilik dana akan lebih

besar dibandingkan dengan kadar suku bunga di pasaran, sehingga semangat pemilik dana untuk menginvestasikan dananya di bank syariah semakin meningkat.

Apabila pemilik dana itu bank syariah dan pengelola dana itu nasabah, maka akan berlaku sebaliknya yaitu apabila diterapkan dalam perhitungan bagi hasil antara bank sebagai *shahibul mal* dan nasabah sebagai *mudharib* dengan *sistem revenue sharing*, maka yang sangat beruntung adalah pihak bank. Hal ini juga akan mengurangi daya kompetitifnya dengan bunga sekiranya kadar suku bunga di pasaran lebih kecil dibandingkan bagi hasil yang dibagikan untuk bank.

## 2) Promosi

Menurut Swastha dan Irawan promosi adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan pada produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>23</sup>

Menurut Buchari Alma, tujuan promosi adalah sebagai berikut:<sup>24</sup>

- a) Menarik perhatian para pembeli baru.
- b) Memberi hadiah atau penghargaan kepada konsumen atau pelanggan lama.
- c) Meningkatkan daya pembelian ulang dari konsumen lama.
- d) Menghindarkan konsumen dari peralihan ke merek lain.
- e) Mempopulerkan merek atau meningkatkan loyalitas.
- f) Meningkatkan volume penjualan jangka pendek dalam rangka memperluas pangsa pasar jangka panjang.

---

<sup>23</sup> Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), h.349.

<sup>24</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2004), h.145.

Kasmir mengatakan bahwa terdapat empat macam promosi yang dapat digunakan, antara lain:<sup>25</sup>

a) Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan memasang *billboard*, brosur-brosur yang disebar, memasang spanduk, dengan iklan di berbagai media, misal televisi, majalah, radio dan media lainnya.

b) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah kegiatan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin, yang ditujukan untuk mendorong penjualan serta lebih mempercepat respon pasar yang ditargetkan. Tujuan dari promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah agar menarik nasabah maupun masyarakat untuk segera membeli setiap produk yang ditawarkan.

c) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing masyarakat melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan citra bank dimata masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar masyarakat dapat mengenal bank lebih dekat, sehingga dengan ikut kegiatan tersebut masyarakat akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik minat masyarakat agar masyarakat tersebut menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh bank.

---

<sup>25</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), h.199-213.

d) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi adalah interaksi langsung yang dilakukan oleh kedua belah pihak bersifat individual, dalam hal ini penjual dituntut memiliki kecakapan dan keterampilan dalam mempengaruhi atau memotivasi pembeli dengan cara mengemukakan manfaat yang akan diperoleh oleh pembeli.

Dalam Islam, promosi merupakan salah satu aktivitas yang harus dilakukan pada dunia perbankan sesuai dengan aturan yang sudah ada terutama harus berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Promosi menurut Islam harus memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut:

a) Jujur (Tidak ada yang disembunyikan)

Islam sangat melarang untuk tidak jujur karena dapat menyebabkan kerugian dan kedzholiman. Oleh karena itu, Islam menganjurkan untuk jujur dalam melakukan aktivitas karena akan memperoleh kemuliaan pada sisi Allah dan keberuntungan. Sebagaimana Allah berfirman dalam QS. At-Taubah : 119

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴿١١٩﴾

Artinya :

*“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang jujur”.*

Ayat diatas menerangkan bahwa Islam sangat menganjurkan kita sebagai umat manusia untuk berperilaku jujur terutama saat melakukan promosi dalam perdagangan/perbankan. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang jujur.

b) Menepati Janji

Dalam melakukan promosi kepada masyarakat, pihak bank harus menjaga dan memenuhi akad yang telah disepakati antara kedua belah pihak sehingga tidak ada yang menyimpang dari kesepakatan



tersebut, baik berupa manfaat produk ataupun keuntungan yang diperoleh sehingga janji-janji tersebut benar-benar harus ditepati. Sebagaimana Allah berfirman dalam QS. Al-Ahzab : 23-24

مِنَ الْمُؤْمِنِينَ رَجَالٌ صَدَقُوا مَا عَاهَدُوا اللَّهَ عَلَيْهِ فَمِنْهُمْ مَن قَضَىٰ نَحْبَهُ وَمِنْهُمْ مَن يَنْتَظِرُ وَمَا بَدَّلُوا تَبْدِيلًا  
 لِيَجْزِيَ اللَّهُ الصَّادِقِينَ بِصِدْقِهِمْ وَيُعَذِّبَ الْمُنَافِقِينَ إِنْ شَاءَ أَوْ يَتُوبَ عَلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٢٤﴾

Artinya :

*“Di antara orang-orang mukmin itu ada orang-orang yang menepati apa yang telah mereka janjikan kepada Allah. Dan di antara mereka ada yang gugur, dan di antara mereka ada (pula) yang menunggu-nunggu dan mereka sedikitpun tidak mengubah (janjinya), (23) agar Allah memberikan balasan kepada orang-orang yang benar itu karena kebenarannya, dan mengazab orang munafik jika Dia kehendaki, atau menerima taubat mereka. Sungguh Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang, (24).*

Maksud dari ayat yang tersebut diatas adalah ada orang-orang mukmin yang menepati janjinya, dan ada pula orang gugur dalam menepati janjinya. Dalam melakukan promosi, hendaklah kita untuk menepati janji yang telah kita promosikan itu kepada masyarakat, baik itu berupa manfaat produk maupun keuntungan yang akan diperoleh agar tidak ada pihak yang merasa terdzholimi. Dan Allah mengazab orang munafik jika Dia kehendaki.

c) Memiliki Kecerdasan

Kegiatan ekonomi dan bisnis mengharuskan didasarkan dengan ilmu, kemampuan dan bertanggung jawab. Para pelaku ekonomi harus cerdas dan kaya wawasan agar bisnis yang dijalankan efektif dan efisien dan bisa memenangkan persaingan sehingga menghasilkan keuntungan maksimum dalam tingkat risiko yang rendah.

d) Amanah (Terpercaya)

Sifat amanah merupakan karakter utama seorang pelaku dan menduduki posisi yang paling penting dalam ekonomi dan bisnis. Tanpa adanya amanah kegiatan promosi akan mengalami kegagalan dan kehancuran. Dengan demikian pihak bank harus profesional dan bertanggung jawab, sehingga masyarakat dapat mempercayai apa yang dipromosikan oleh bank tersebut.

### 3) Lokasi

Lokasi adalah letak atau tempat dimana fenomena geografi terjadi. Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya.<sup>26</sup> Definisi lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Penentuan lokasi adalah strategi utama dalam usaha. Lokasi yang strategis akan menjadi jalan pembuka yang menentukan kesuksesan sebuah usaha. Banyak pengusaha yang terkadang kurang memahami pentingnya lokasi ketika membuka suatu usaha sehingga tidak melakukan survei lokasi dan menyusun strategi yang tepat dalam pemilihan lokasi tersebut. Beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk menilai suatu lokasi yang strategis adalah sebagai berikut:<sup>27</sup>

- a) Letak lokasi yang berada atau di sekitar (dekat dengan) pusat aktivitas perdagangan dan perkantoran.

Letak lokasi ini menjadi strategis karena umumnya di pusat perdagangan dan perkantoran terdapat *traffic* yang sangat tinggi. Kepadatan lalu lintas secara otomatis menciptakan pasar atau

---

<sup>26</sup> Kasmir, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, (Jakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service, 2006), h.129.

<sup>27</sup> Michael Adiwijaya, *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, ( Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), h.43.

membawa konsumen melewati lokasi usaha dan memperbesar kemungkinan mereka untuk berhenti dan berbelanja, atau minimal mengetahui keberadaan usaha tersebut.

b) Kedekatan lokasi dengan target pasar

Sebuah lokasi dikatakan strategis bila mudah dijangkau oleh target pasar atau masyarakat.

c) Terlihat jelas dari sisi jalan

Lokasi yang baik berarti mempermudah masyarakat dalam melihat, mencari, dan menemukan usaha ini. Dengan kata lain, lokasi yang baik memiliki visibilitas yang tinggi.

d) Akses ke lokasi baik

Akses sangat mempengaruhi nilai strategis suatu lokasi. Kriteria akses yang baik misalnya jalan yang beraspal baik, mulus, tidak bergelombang, dan tidak berlubang, adanya pola rute jalan yang teratur dan tidak semrawut, serta bebas dari ancaman banjir pada musim hujan.

Menurut Nugroho dan Paramito, suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan masyarakat.<sup>28</sup> Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Sehingga dengan demikian, ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik masyarakat untuk melakukan pembelian suatu produk.

Hukum pemilihan lokasi toko memperhatikan apa yang disebut *law of retail trade movement*. Hukum ini menyatakan bahwa konsumen tertarik

---

<sup>28</sup> Ari Wibowo, "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di D'stupid Baker Surabaya, (Surabaya: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 3, No. 12 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), 2014), h.4.

untuk belanja ke toko atau ke lokasi yang mempunyai banyak jenis dan persediaan barang dagangan, dan memiliki reputasi sebagai lokasi yang memiliki barang bermutu dengan harga bersaing.<sup>29</sup>

Pemilihan lokasi secara terminologi adalah memilih untuk menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif dan mendapatkan lokasi (tempat) dengan paling banyak faktor-faktor positif. Penentuan lokasi yang tepat akan meminimumkan biaya (investasi dan operasional) jangka pendek maupun jangka panjang. Pemilihan dalam islam dikenal dengan bahasa ikhtiar yang berarti proses merencanakan dan memilih hal yang baik dan lokasi dalam islam dikenal dengan bahasa “almakanu” yang berarti tempat. Terdapat hadis nabi yang menerangkan tentang ikhtiar (pemilihan), yang berbunyi :

*“Jika engkau ingin mengerjakan sesuatu pekerjaan maka pikirkanlah akibatnya, maka jika perbuatan tersebut baik, ambillah dan jika perbuatan itu jelek, maka tinggalkanlah” (HR Ibnu Mubarak).*

Hubungan dalil diatas dengan konsep pemilihan lokasi adalah bahwa pilih lokasi yang baik karena lokasi yang baik akan berdampak kebaikan dalam penempatan suatu pabrik, dan sebaliknya jangan memilih lokasi yang jelek karena akan berdampak negatif terhadap proses kinerja perusahaan.<sup>30</sup>

Jika terdapat beberapa pilihan lokasi, maka lokasi yang dipilih adalah lokasi dengan biaya transportasi terendah. Biaya transportasi tersebut meliputi biaya transportasi bahan baku dari supplier ke pabrik dan biaya transportasi barang jadi dari pabrik ke pasar (biasanya dalam bentuk biaya distribusi). Faktor-faktor selain biaya yang mempengaruhi pemilihan lokasi adalah faktor pasar, peraturan dan perpajakan, tersedianya tenaga kerja, tersedianya bahan bakar, air, listrik, atau tenaga pembangkit lain,

---

<sup>29</sup> Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.109.

<sup>30</sup> Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional Perspektif Integratif*, (Malang: UIN Maliki Press, 2001), h.72-73.

pemerintah daerah setempat, pembuangan limbah, industri, serta fasilitas pendukung dan komunikasi.<sup>31</sup>

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dengan cermat dalam pemilihan lokasi adalah sebagai berikut:<sup>32</sup>

- a) Aksesibilitas, yaitu kemudahan untuk dijangkau.
- b) Visibilitas, yaitu kemudahan untuk dilihat.
- c) Lalu lintas, dalam hal ini ada dua hal yang perlu diperhatikan:
- d) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya dorongan untuk membeli.
- e) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa menjadi hambatan.
- f) Tempat parkir yang luas dan aman.
- g) Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang luas untuk perluasan dikemudian hari.
- h) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa/produk yang ditawarkan.
- i) Persaingan, yaitu ada tidaknya pesaing sejenis di sekitar lokasi tersebut.
- j) Peraturan pemerintah.

Keuntungan pemilihan lokasi yang tepat adalah sebagai berikut:

- a) Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan.
- b) Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan.

---

<sup>31</sup> Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis: Teori&Pembuatan Proposal Kelayakan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h.317.

<sup>32</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta; Andi Offset, 2014), h.159.

- c) Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong secara terus menerus.
- d) Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha.
- e) Memiliki nilai dan harga ekonomi yang lebih tinggi di masa yang akan datang.
- f) Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.<sup>33</sup>

## B. Kajian Terdahulu

Tabel 2.1  
Ringkasan Kajian Terdahulu

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Model Analisis</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Winsi Fadiyah Putri	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Prima Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Medan Balaikota	Bagi Hasil ( $x_1$ ) Promosi ( $x_2$ ) Pelayanan ( $x_3$ ) Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Prima ( $y$ )	Regresi Linier Berganda	Faktor bagi hasil, faktor promosi dan faktor pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan prima di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Medan Balaikota
Nur Laili Maghfiroh	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	Pelayanan ( $x_1$ ) Bagi Hasil ( $x_2$ )	Regresi Linier Berganda	Dari 7 faktor tersebut, faktor reputasi merupakan faktor yang

<sup>33</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h.141.

	Minat Masyarakat Untuk Menabung (Studi Kasus Pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo)	Reputasi ( $x_3$ ) Produk ( $x_4$ ) Lokasi ( $x_5$ ) Referensi ( $x_6$ ) Ekonomi ( $x_7$ ) Minat Menabung Masyarakat ( $y$ )		paling tinggi dalam mempengaruhi minat masyarakat menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.
Ayu Nurtika Dewi	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung (Studi Kasus Pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean)	Pelayanan ( $x_1$ ) Produk Tabungan( $x_2$ ) Lokasi ( $x_3$ ) Minat Menabung Masyarakat ( $y$ )	Regresi Linier Berganda	Secara simultan variabel pelayanan, variabel produk tabungan, dan variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean.
Santi Arofah	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Deposito Mudharabah di Bank BTN Syariah Semarang	Bagi Hasil ( $x_1$ ) Pelayanan ( $x_2$ ) Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) ( $x_3$ ) Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Deposito Mudharabah ( $y$ )	Regresi Linier Berganda	Faktor bagi hasil, pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap Bank BTN Syariah Semarang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Deposito Mudharabah di Bank BTN Syariah

	Periode 2016			Semarang.
Ikmatul Ma'rifah	Pengaruh Tingkat Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Tabungan Berjangka Mudharabah pada PT. BPRS Dana Amanah Surakarta (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Laweyan)	Bagi Hasil (X1) Promosi (X2) Minat Masyarakat Kelurahan Laweyan dalam Memilih Tabungan Berjangka Mudharabah pada PT. BPRS Dana Amanah Surakarta	Regresi Linier Berganda	Tingkat bagi hasil dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Laweyan

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian saat ini:

1. Persamaan

Persamaan penelitian terdahulu diatas dengan penelitian saat ini adalah peneliti sama-sama menggunakan model analisis Regresi Linier Berganda, yaitu dimana model regresi tersebut melibatkan lebih dari satu variabel bebas.

2. Perbedaan

Pada penelitian terdahulu diatas terdapat beberapa variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan bank syariah, variabel-variabel tersebut diantaranya yaitu bagi hasil, promosi, pelayanan, reputasi, produk, lokasi, refrensi, ekonomi dan kepercayaan (*trust*). Namun pada penelitian



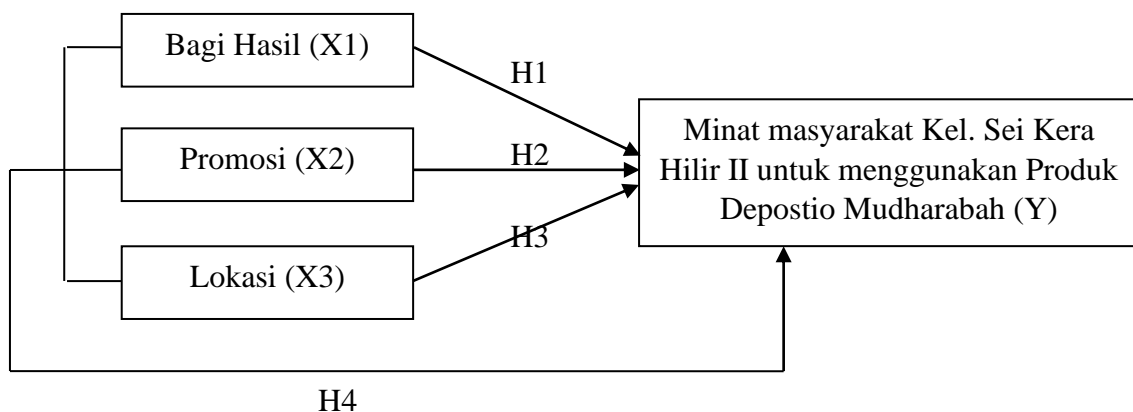
ini, peneliti akan fokus pada tiga variabel, yaitu variabel bagi hasil, promosi dan lokasi.

### C. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis adalah suatu gambaran tentang hubungan variabel dalam suatu penelitian yang diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis.<sup>34</sup> Pada penelitian ini, akan meneliti mengenai pengaruh bagi hasil, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.

Adapun kerangka teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.2  
Kerangka Teoritis



### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang menjadi objek penelitian, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan atau diuji secara empiris.<sup>35</sup> Berdasarkan kerangka teoritis, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut;

1.  $H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel bagi hasil terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk

<sup>34</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h.75.

<sup>35</sup> Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h.25

deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan.

$H_1$ : Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel bagi hasil terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan.

2.  $H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel promosi terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan.

$H_1$ : Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel promosi terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan.

3.  $H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel lokasi terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan.

$H_1$ : Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel lokasi terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan.

4.  $H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel bagi hasil, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan.

$H_1$ : Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel bagi hasil, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota secara simultan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh bagi hasil, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II yang merupakan nasabah dari Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Metode Kuantitatif. Menurut Sugiyono, Metode Kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian. Analisis datanya menggunakan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>36</sup>

Sedangkan menurut Arikunto, Penelitian Kuantitatif merupakan penelitian yang banyak dituntut dengan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data, dan penampilan dari hasilnya.<sup>37</sup>

##### 2. Sumber Data

Pada Penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer. Metode yang digunakan yaitu melalui kuisioner dimana pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan data yang berasal dari tempat tertentu untuk penelitian secara alamiah (bukan buatan). Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisioner pada masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II yang pernah atau sedang menggunakan produk perbankan, baik produk perbankan di bank syariah maupun produk perbankan di bank konvensional.

---

<sup>36</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi : Mixed Methods*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h.102.

<sup>37</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineke Cipta, 2002), 12.

## B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan. Waktu penelitian yang dilakukan pada bulan Juli Agustus 2020.

## C. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu.<sup>38</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan yang berjumlah 8.765 jiwa. Adapun kriteria yang diambil yaitu masyarakat yang pernah atau sedang menggunakan produk perbankan, baik itu bank syariah maupun bank konvensional. Dari kriteria tersebut, maka peneliti mengambil populasi sebanyak hasil penjumlahan dari 8.765 jiwa masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan dengan menggunakan rumus Slovin.

Sampel adalah sebagian/himpunan bagian dari unit populasi yang mewakili keseluruhan objek penelitian.<sup>39</sup> Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *accidental sampling*, yang merupakan pengambilan sampel pada masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II yang menggunakan jasa perbankan. Untuk menentukan jumlah sampel yang penulis gunakan pada penelitian ini sebagai responden dapat ditentukan dengan rumus Slovin, yaitu:<sup>40</sup>

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

Keterangan:

n = Sampel

N = Ukuran Populasi

$a^2$  = Toleransi Ketidaktelitian

---

<sup>38</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h.87.

<sup>39</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h.116.

<sup>40</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h.101.

$$n = \frac{8.765}{1 + 8.765 (0,1)^2} = \frac{8.765}{88,65} = 98,871968415. \text{ Jika dibulatkan menjadi } 99 \text{ jiwa.}$$

Dari hasil perhitungan di atas, maka peneliti menggenapkan banyaknya sampel yang ditetapkan sebanyak 100 jiwa.

#### D. Definisi operasional

Untuk memberikan pemahaman yang sama, maka peneliti memberikan definisi terhadap variabel-variabel yang diteliti sebagai berikut:

1. **Variabel Bebas (*Independent*)**, merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*).<sup>41</sup>  
Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas yaitu:

- a. Bagi Hasil ( $x_1$ ) adalah pembagian hasil/keuntungan yang diperoleh dari pengelolaan dana yang diberikan Bank Muamalat Indonesia kepada nasabah sebagai bentuk imbal hasil dari kerja sama yang telah dilakukan.

Indikator bagi hasil adalah Kejelasan Bagi Hasil, Bagi Hasil Lebih Besar dan Menguntungkan, Adil dan Saling Menguntungkan, Kepatuhan dan Kedisiplinan, dan Transparansi.

Tabel 3.1  
Indikator Bagi Hasil

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Bagi Hasil	a. Kejelasan Bagi Hasil	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kejelasan besarnya nisbah bagi hasil yang diberikan mendorong saya untuk menggunakan produk deposito mudharabah</li> <li>2. Pemberian nisbah bagi hasil deposito mudharabah yang diberikan bank sesuai dengan</li> </ol>

<sup>41</sup> Azhari Akmal, et. al., *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*,(Medan: La-Tansa Press, 2012), h.57.

		harapan nasabah
	b. Bagi Hasil Lebih Besar dan Menguntungkan	3. Nisbah bagi hasil deposito mudharabah lebih tinggi dari deposito lain 4. Nisbah bagi hasil yang diberikan Bank Muamalat lebih menguntungkan dari sistem bunga
	c. Adil dan Saling Menguntungkan	5. Dengan sistem bagi hasil yang diberikan Bank Muamalat lebih adil dan saling menguntungkan
	d. Kepatuhan dan Kedisiplinan	6. Nisbah bagi hasil yang diterapkan sudah sesuai dengan prinsip syariah
	e. Transparansi	7. Adanya kepastian dan keterbukaan dalam sistem bagi hasil

Sumber: Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, *Bank Syariah Teori Dan Praktek*

- b. Promosi ( $x_2$ ) adalah salah satu bentuk pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balakota dengan tujuan untuk memperkenalkan produk deposito mudharabah kepada masyarakat sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut.

Indikator Promosi adalah Periklanan, Promosi Penjualan, Publisitas dan Penjualan Pribadi.

Tabel 3.2  
Indikator Promosi

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Promosi	a. Periklanan	<p>1. Iklan yang disampaikan Bank Muamalat menarik dan mudah dipahami</p> <p>2. Iklan yang ditawarkan Bank Muamalat memuat tentang karakteristik, keuntungan dan keistimewaan produk deposito</p>
	b. Promosi Penjualan	<p>3. Karyawan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota memberikan cinderamata kepada nasabah yang setia</p> <p>4. Karyawan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota menawarkan hadiah sesuai dengan saldo yang membuat saya tertarik untuk menggunakan produk deposito di Bank Muamalat</p>
	c. Publisitas	<p>5. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota mengadakan pameran, bakti sosial, dan kegiatan lainnya kepada masyarakat</p>
	d. Penjualan Pribadi	<p>6. Karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan Balaikota memberikan dorongan kepada saya untuk menggunakan</p>

		<p>produk deposito mudharabah</p> <p>7. Adanya dorongan dari pihak lain untuk menjadi nasabah deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota</p>
--	--	--

Sumber: Kasmir (2013: 199)

- c. Lokasi ( $x_3$ ) adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota melakukan kegiatan untuk menawarkan jasa dan produk yang mereka miliki ke masyarakat dengan tujuan untuk mencari keuntungan satu sama lain.

Indikator lokasi adalah Lokasi Yang Strategis, Dekat Dengan Tempat Tinggal, Lokasi Dengan Akses Yang Mudah.

Tabel 3.3  
Indikator Lokasi

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Lokasi	a. Lokasi Yang Strategis	<p>1. Letak lokasi berada atau di sekitar (dekat dengan) pusat aktivitas perdagangan dan perkantoran</p> <p>2. Lokasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota terlihat jelas dari sisi jalan</p>
	b. Dekat Dengan Tempat Tinggal	<p>3. Lokasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota tidak jauh dari Kelurahan Sei Kera Hilir II</p> <p>4. Lokasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota</p>



		merupakan Bank Syariah yang terdekat dari Kelurahan Sei Kera Hilir II
	c. Lokasi Dengan Akses Yang Mudah	<p>5. Akses untuk menuju ke Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota sangat mudah dan dilalui banyak angkutan umum</p> <p>6. Jalan yang beraspal, tidak bergelombang dan tidak macet membuat masyarakat senang untuk menggunakan produk di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota</p>

Sumber: Michael Adiwijaya, 2010, 8 *Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*

**2. Variabel Terikat (dependent)**, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>42</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah (y) adalah minat suatu masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.

Indikator minat masyarakat adalah Objek Yang Menarik, Perasaan Senang, Sikap Positif dan Minat.

---

<sup>42</sup> *Ibid.*, h.57.

Tabel 3.4  
Indikator Minat Masyarakat

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Minat Masyarakat	a. Objek Yang Menarik	<p>1. Produk yang ditawarkan sangat menarik sehingga masyarakat berminat untuk menggunakan produk deposito Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balaikota</p> <p>2. Imbal hasil produk Muamalat Deposito Mudharabah mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk tersebut</p>
	b. Perasaan Senang	<p>3. Masyarakat merasa senang menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota dikarenakan pelayanan yang sangat ramah dan baik</p> <p>4. Masyarakat berminat menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota karena prosedur dan proses pencairan yang cepat dan mudah</p>
	c. Sikap Positif	5. Masyarakat mendapatkan pembiayaan sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan
	d. Minat	6. Masyarakat lebih tertarik

		<p>menggunakan produk di Bank Konvensional dari pada di Bank Syariah</p> <p>7. Masyarakat tertarik pada Bank Konvensional karena tidak melihat perbedaan antara deposito di Bank Konvensional maupun Bank Syariah</p>
--	--	---

Sumber: Winkel, 2005, *Psikologi Pengajaran*

### E. Teknik dan instrumen pengumpulan data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah studi komunikasi tulisan yaitu menghimpun data dengan memberikan kuesioner yang terkait dengan variabel penelitian.

Instrumen pengumpulan data adalah alat yang digunakan dalam pengumpulan data. Instrumen pada penelitian ini adalah kuesioner (angket) yang terdiri dari butir-butir pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian yaitu bagi hasil, promosi, lokasi dan minat masyarakat. Penyusunan instrumen didasarkan pada indikator-indikator yang diambil dari teori.

Adapun yang menjadi skala ukuran pada kuesioner (angket) adalah dengan menggunakan skala *Likert* yaitu skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pertanyaan yang berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.<sup>43</sup> Skala *Likert* menggunakan lima tingkatan jawaban yang digunakan dalam pemberian skor yang dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

---

<sup>43</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h.59.

Tabel 3.5  
Instrumen Skala *Likert*

NO.	PERTANYAAN	SKOR
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## F. Analisis Data

Dalam penelitian analisis data merupakan kegiatan setelah seluruh data terkumpul, dan dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden.<sup>44</sup>

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linier berganda. Sebelum dilakukan pengujian regresi linier berganda terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reabilitas, serta uji asumsi klasik sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas Dan Reabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Pada instrumen tersebut, diminta tanggapan kepada responden dengan memberikan nilai (skor) pada setiap item pernyataan. Sebuah item pernyataan dikatakan mempunyai validitas jika memiliki tingkat korelasi yang tinggi terhadap skor total item. Dalam penelitian ini pengukuran validitas dilakukan dengan melihat Corrected Item-Total Correlation dari output SPSS versi 20. Apabila  $r_{hiutng} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan valid dan apabila  $r_{hiutng} < r_{tabel}$  maka item pertanyaan tidak valid.

---

<sup>44</sup> Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h.77

$r_{tabel}$  uji dua arah (two tail) dengan tingkat signifikan 0,05 dapat diperoleh melalui rumus  $df$  (degree of freedom) yaitu  $n-2$  dimana  $n$  adalah jumlah sampel.

Uji reabilitas atau keandalan digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi item pernyataan pada kuesioner dalam penggunaannya, dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila memiliki  $\alpha$  0,60 atau lebih. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat dikatakan reliabel.<sup>45</sup>

Tabel 3.6  
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
$\geq 0,20$ – 0,40	Agak Reliabel
$\geq 0,40$ – 0,60	Cukup Reliabel
$\geq 0,60$ – 0,80	Reliabel
$\geq 0,80$ – 1,00	Sangat Reliabel

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.<sup>46</sup>

<sup>45</sup> Dewi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), h.26.

<sup>46</sup> Isnaini Harahap, dkk., *Pedoman Praktikum SPSS Dan Bank Mini*, (Medan: IAIN, 2013), h.47

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika *scatterplot* tidak terdapat pola tertentu yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika *scatterplot* terdapat pola tertentu yang jelas dan teratur seperti gelombang, melebar dan menyempit maka akan terjadi heteroskedastisitas.<sup>47</sup>

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan), berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mengetahui adanya multikolinearitas, dapat dilihat dari nilai *Value Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Apabila nilai VIF > 10 dan nilai *tolerance* < 0,10 maka terjadi multikolinearitas. Dan apabila nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas.<sup>48</sup>

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan nilai pengaruh dan hubungan variabel bebas yang jumlahnya lebih dari dua ( $x_1, x_2, x_3$ ) terhadap variabel terikat (Y).<sup>49</sup>

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + e$$

Dimana:

---

<sup>47</sup>Dewi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), h.66.

<sup>48</sup> Isnaini, et. al., *Pedoman SPSS dan Praktikum Bank Mini*, Medan: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, 2013), h.63.

<sup>49</sup> Azhari Akmal, et. al., *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Medan: La-Tansa Press, 2012), h.99.

$Y$  = Keputusan Nasabah

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien Regresi Berganda

$x_1$  = Faktor Bagi Hasil

$x_2$  = Faktor Promosi

$x_3$  = Faktor Lokasi

$e$  = Error Term

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Koefisien Determinan Majemuk ( $R^2$ )

Uji koefisien determinan majemuk ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat dengan adanya regresi linier berganda. Nilai koefisien determinan majemuk ( $R^2$ ) ini dikatakan jika diatas 0,5 karena nilai koefisien determinan berkisar antara 0 hingga 1.

Jika  $R^2$  yang diperoleh mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan jika  $R^2$  yang diperoleh mendekati 0 maka dapat dikatakan semakin kecil pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

##### b. Uji t (Signifikan Parsial)

Uji t (Signifikan Parsial) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial (individu) terhadap variabel terikat. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $P\text{-value} < \text{level of significant (0,05)}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, berarti secara parsial ada faktor yang mempengaruhi minat masyarakat. Dan apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $P\text{-value} > \text{level of significant}$

(0,05), maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, berarti secara parsial tidak ada faktor yang mempengaruhi minat masyarakat.  $t_{tabel}$  dihitung dengan cara  $df = n - k$  dimana  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel bebas dan variabel terikat.

c. Uji F (Signifikan Simultan)

Uji F (Signifikan Simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, berarti secara simultan ada faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat. Dan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, berarti secara simultan tidak ada faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat.  $F_{tabel}$  dihitung dengan cara  $df_1 = k - 1$  dan  $df_2 = n - k$  dimana  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah variabel bebas dan terikat.



## BAB IV

### TEMUAN PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Kelurahan Sei Kera Hilir II

Kelurahan Sei Kera Hilir II merupakan salah satu kelurahan yang termasuk ke dalam wilayah Kecamatan Medan Perjuangan. Kecamatan Medan Perjuangan berada pada 25 meter diatas permukaan laut. Terletak antara 030-320 Lintang Utara dan 980-470 Bujur Timur. Kecamatan Medan Perjuangan berbatasan langsung dengan Kecamatan Medan Tembung & Medan Timur di sebelah utara, Kecamatan Medan Area dan Kota di sebelah selatan, Kecamatan Medan Timur di sebelah barat dan Kecamatan Medan Tembung di sebelah timur. Kecamatan Medan Perjuangan merupakan salah satu kecamatan di Kota Medan yang mempunyai luas sekitar 4,56 km<sup>2</sup> . Jarak kantor kecamatan Medan Perjuangan ke kantor walikota Medan yaitu sekitar 6 km.

**Tabel : 4.1**

#### **Luas Wilayah Tiap Kelurahan di Kecamatan Medan Perjuangan Tahun 2017**

<b>No.</b>	<b>Kelurahan</b>	<b>Luas Wilayah (Km<sup>2</sup>)</b>	<b>Persentase Terhadap Luas Kecamatan</b>
1.	Pandau Hilir	0,39	8.55
2.	Sei Kera Hulu	0,31	6.80
3.	Pahlawan	0,36	7.89
4.	Sei Kera Hilir I	0,45	9.87
5.	Sei Kera Hilir II	0,44	9.65
6.	Sidorame Timur	0,50	10.96
7.	Sidorame Barat II	0,43	9.43

8.	Sidorame Barat I	0,58	12.72
9.	Tegal Rejo	1,10	24.12
Jumlah		4,56	100

Sumber: <https://medankota.bps.go.id>

Kecamatan Medan Perjuangan yang dipimpin oleh seorang camat, saat ini terdiri dari 9 kelurahan yang terbagi atas 128 lingkungan dan 262 blok sensus. Tahun 2017, kecamatan Medan Perjuangan memiliki total 192 pegawai negeri yang dialokasikan di Kantor Camat dan Instansi-instansi pemerintah lainnya dimana alokasi pegawai terbesar ada di puskesmas, yakni sebanyak 67 pegawai. Sedangkan alokasi pegawai terkecil terdapat pada statistik kecamatan, pertanian dan PD Kebersihan yang hanya berjumlah 1 pegawai. Bila dirinci menurut golongan, dari 53 pegawai negeri di kelurahan kecamatan Medan Perjuangan, ternyata sebagian besar pegawai negeri sudah bergolongan III yaitu sebanyak 46 pegawai. Jumlah pegawai negeri terbanyak berada di kelurahan Sei Kera Hulu, sei Kera Hilir II, dan Sidorame Barat II.

Di wilayah Kecamatan Medan Perjuangan khususnya Kelurahan Sei Kera Hilir II, sarana jalan cukup memadai karena jenis jalan tanah sudah tidak ditemukan lagi. Panjang jalan yang sudah di aspal dengan jalan yang di perkeras hampir seimbang, panjang jalan yang diaspal besarnya hampir menelursi setiap gang sedangkan panjang jalan yang diperkeras sudah memenuhi jalur utama. Dengan demikian panjang jalan di wilayah kecamatan Medan Perjuangan sudah beraspal, namun ada beberapa tempat yang diganti dengan paving blok.<sup>50</sup>

## 2. Sejarah Singkat Bank Muamalat Indonesia

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk (Bank Muamalat Indonesia) memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari

<sup>50</sup><https://medankota.bps.go.id>. Di unduh pada tanggal 20 Oktober 2020.

Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank Muamalat Indonesia semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank Muamalat mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank Muamalat telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic Payment (MEPS).

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).

Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”.<sup>51</sup>

#### Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia

##### a. Visi :

“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat daerah.”

##### b. Misi :

“Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan bergantung pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai seluruh pemangku kepentingan.”<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> Copyright © 2016 PT Bank Muamalat Tbk. All Rights Reserved, <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>. Di unduh pada tanggal 11 Oktober 2020

<sup>52</sup> Copyright © 2016 PT Bank Muamalat Tbk. All Rights Reserved, <https://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>. Di unduh pada tanggal 11 Oktober 2020

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuisioner yang diberikan kepada masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II sebagai responden, maka dapat diketahui karakteristik setiap masyarakat.

Deskripsi kerarakteristik responden adalah menguraikan atau memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini. Sebab dengan menguraikan karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, akan dapat diketahui identitas responden secara terperinci. Oleh karena itu deskripsi karakteristik responden pada penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok, yaitu jenis kelamin responden, usia responden, dan pekerjaan responden.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, ditetapkan sebesar 94 orang responden. Dari 94 kuesioner yang dibagikan kepada responden, semua kuesioner telah dikembalikan dan semuanya dapat diolah lebih lanjut. Oleh karena itu akan disajikan deskripsi karakteristik responden yaitu sebagai berikut:

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel : 4.2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Pria</b>	<b>Wanita</b>	<b>Total</b>
<b>63</b>	<b>37</b>	<b>100</b>
<b>63%</b>	<b>37%</b>	<b>100%</b>

Dari tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 63% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 37%.

## b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel : 4.3****Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>19 – 25 Tahun</b>	<b>16</b>	<b>16%</b>
<b>26 – 37 Tahun</b>	<b>45</b>	<b>45%</b>
<b>38 – 49 Tahun</b>	<b>39</b>	<b>39%</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Dari tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berusia 26 – 37 tahun sebanyak 45%, responden berusia 19 – 25 tahun sebanyak 16% dan responden berusia 38 – 49 tahun sebanyak 39%.

## c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

**Tabel : 4.4****Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

<b>Jenis Pekerjaan</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>PNS</b>	<b>26</b>	<b>26%</b>
<b>Pegawai Swasta</b>	<b>32</b>	<b>32%</b>
<b>Wirausaha</b>	<b>42</b>	<b>42%</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Dari tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai Wirausaha sebanyak 42%, responden bekerja sebagai Pegawai Swasta sebanyak 32% dan responden bekerja sebagai PNS sebanyak 26%.

## 2. Deskripsi Variabel Penelitian

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel penelitian didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebar. Tanggapan responden terhadap variabel penelitian tentang Pengaruh Bagi Hasil, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel : 4.5**

### Statistik Deskriptif Variabel Bagi Hasil (X1), Promosi (X2) dan Lokasi (X3)

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X1.1	100	2.00	5.00	4.0900	.77973	.608
X1.2	100	2.00	5.00	4.1600	.80050	.641
X1.3	100	2.00	5.00	4.2000	.77850	.606
X1.4	100	2.00	5.00	4.0000	.87617	.768
X1	100	11.00	20.00	16.4500	2.05173	4.210
X2.1	100	2.00	5.00	4.0200	.81625	.666
X2.2	100	3.00	5.00	4.0200	.76515	.585
X2.3	100	3.00	5.00	4.2200	.66027	.436
X2.4	100	2.00	5.00	4.0600	.86246	.744
X2	100	11.00	20.00	16.3200	2.02948	4.119
X3.1	100	2.00	5.00	3.5800	1.12976	1.276
X3.2	100	2.00	5.00	3.5700	.95616	.914
X3.3	100	2.00	5.00	3.8000	1.11010	1.232
X3	100	6.00	15.00	10.9500	2.16667	4.694
Valid N (listwise)	100					

(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, secara umum responden yang menjawab setuju pada variabel bagi hasil sebesar 42,10%, untuk variabel promosi responden yang menjawab setuju sebesar 41,19% dan untuk variabel lokasi responden yang menjawab setuju sebesar 46,94%. Hal ini menunjukkan mayoritas responden setuju bahwa bagi hasil, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah.

**Tabel : 4.6**

**Statistik Deskriptif Variabel Minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah (Y)**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Y1	100	2.00	5.00	3.6500	.88048	.775
Y2	100	2.00	4.00	3.0200	.75183	.565
Y3	100	2.00	5.00	3.3500	.92524	.856
Y4	100	2.00	5.00	3.5000	.89330	.798
Y5	100	2.00	5.00	3.9100	.81767	.669
Y	100	13.00	23.00	17.4300	2.09016	4.369
Valid N (listwise)	100					

(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, secara umum responden yang menjawab setuju sebesar 43,69%. Hal ini menunjukkan responden setuju bahwa minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah dipengaruhi bagi hasil, promosi dan lokasi.

### C. Uji Persyaratan Analisis

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner yang dapat dilihat dengan membandingkan r-hitung dengan r-tabel. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila *Pearson Correlation* (r-hitung) > r-tabel, maka item pernyataan dinyatakan valid. Namun apabila nilai *Pearson Correlation* (r-hitung) < r-tabel, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid, dengan nilai signifikansi < 0,05. Hasil uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:



**Tabel : 4.7****Hasil Uji Validitas Variabel Bagi Hasil (X1), Promosi (X2) dan Lokasi (X3)****Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	83.3500	46.977	.251	.602
X1.2	83.2800	47.295	.212	.606
X1.3	83.2400	46.204	.327	.593
X1.4	83.4400	47.966	.127	.615
X1	70.9900	39.222	.266	.606
X2.1	83.4200	47.276	.207	.606
X2.2	83.4200	45.175	.438	.582
X2.3	83.2200	47.547	.251	.603
X2.4	83.3800	46.420	.264	.599
X2	71.1200	37.299	.357	.579
X3.1	83.8600	45.516	.228	.602
X3.2	83.8700	45.367	.310	.592
X3.3	83.6400	45.425	.241	.600
X3	76.4900	37.040	.324	.592

(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.7 di atas, dapat menunjukkan tingkat korelasi tinggi atau lemah hubungan setiap item. Untuk mengetahui bagaimana angka hubungan tersebut, sebelumnya kita sudah tahu bahwa jumlah responden adalah 100, jadi dapat kita lihat melalui perhitungan  $df = (N-3)$  yaitu  $(100-3 = 97)$ . Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai  $r\text{-tabel} = 0,1976$ . Dilihat dari nilai  $r\text{-tabel}$ , hal ini menunjukkan hasil  $r\text{-hitung}$  lebih tinggi dari  $r\text{-tabel}$ , maka ini menyatakan bahwa uji validitas ini dinyatakan valid.

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validitas Variabel Minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah (Y)**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	31.2100	14.976	.253	.644
Y2	31.8400	14.116	.495	.589
Y3	31.5100	13.768	.415	.598
Y4	31.3600	14.091	.386	.608
Y5	30.9500	16.614	.329	.696
Y	17.4300	4.369	1.000	.202

*(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)*

Berdasarkan pengamatan uji validitas pada tabel 4.7 di atas, dihasilkan bahwa semua instrument dari variabel X yaitu X1, X2 dan X3 semuanya menghasilkan nilai (r-hitung) > dari pada r-tabel sebesar 0,1976. Selain itu instrument dari variabel minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah (Y) pada tabel 4.8 yang terdiri dari Y1, Y2, Y3, Y4 dan Y5 semuanya menghasilkan nilai (r-hitung) lebih besar dari pada r-tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrument dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan diperoleh hasil dengan konsistensi pengukuran yang baik. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka semua variabel dalam penelitian dinyatakan reliable. Adapun hasil tingkat reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.9****Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bagi Hasil (X1), Promosi (X2) dan Lokasi (X3)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Tabel 4.10****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	14

(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,716. Maka dapat dinyatakan bahwa nilai reliabilitas konsistensi internal untuk koefisien alpha lebih besar dari pada 0,60 yaitu ( $0,716 > 0,60$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bagi hasil, promosi dan lokasi dalam penelitian ini dinyatakan reliable.

**Tabel 4.11****Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah (Y)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Tabel 4.12****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	6

(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,748. Maka dapat dinyatakan bahwa nilai reliabilitas konsistensi internal untuk koefisien alpha lebih besar dari pada 0,60 yaitu ( $0,748 > 0,60$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah dalam penelitian ini dinyatakan reliable.

**D. Uji Asumsi Klasik****1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki distribusi yang normal dengan melihat hasil berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov Test dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Sig.  $> 0,05$ ), grafik histogram dan P-Plot of Regression Standardized Residual. Hasil uji normalitas dalam penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13****Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov Test****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.99414988
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.045
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

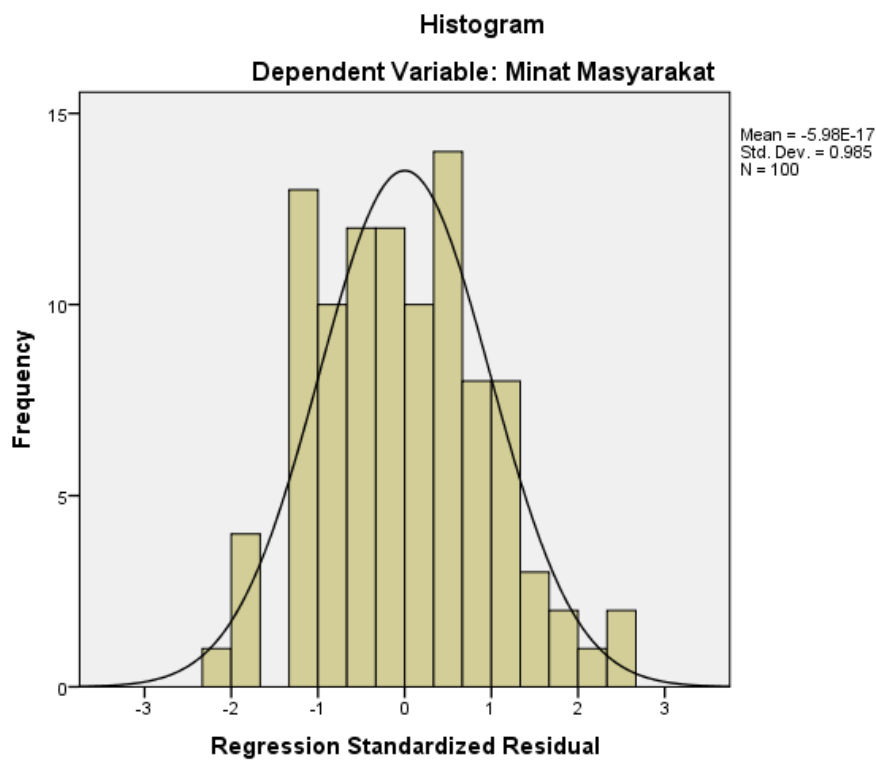
d. This is a lower bound of the true significance.

(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi atau Asymp. Sig. (2-tailed)  $> 0,05$  yaitu (0,200 lebih besar dari 0,05). Maka disimpulkan bahwa data yang diuji dalam penelitian ini berdistribusi normal.

**Gambar 4.1**

**Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram**

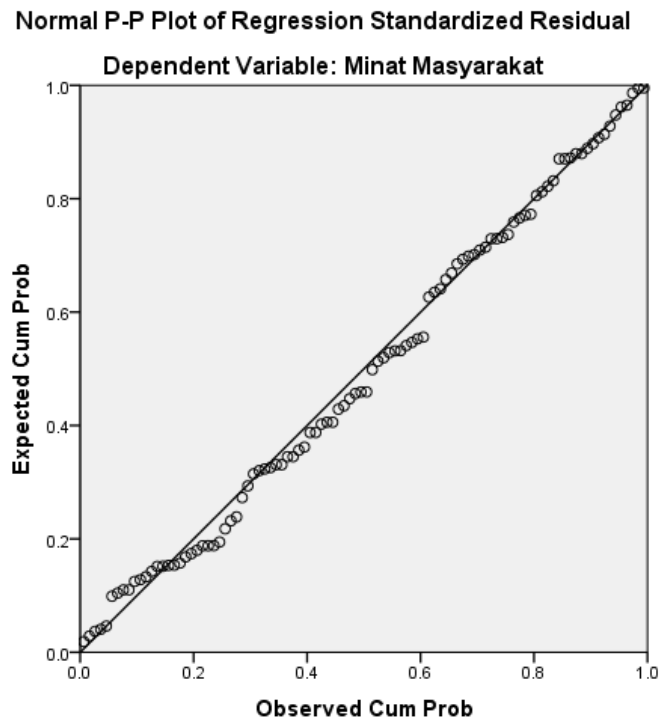


(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

Berdasarkan gambar 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa grafik histogram berbentuk lonceng, grafik tersebut tidak melenceng ke samping kiri maupun kanan yang artinya data berdistribusi normal.

Gambar 4.2

### Hasil Uji Normalitas dengan Grafik P-Plot



(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

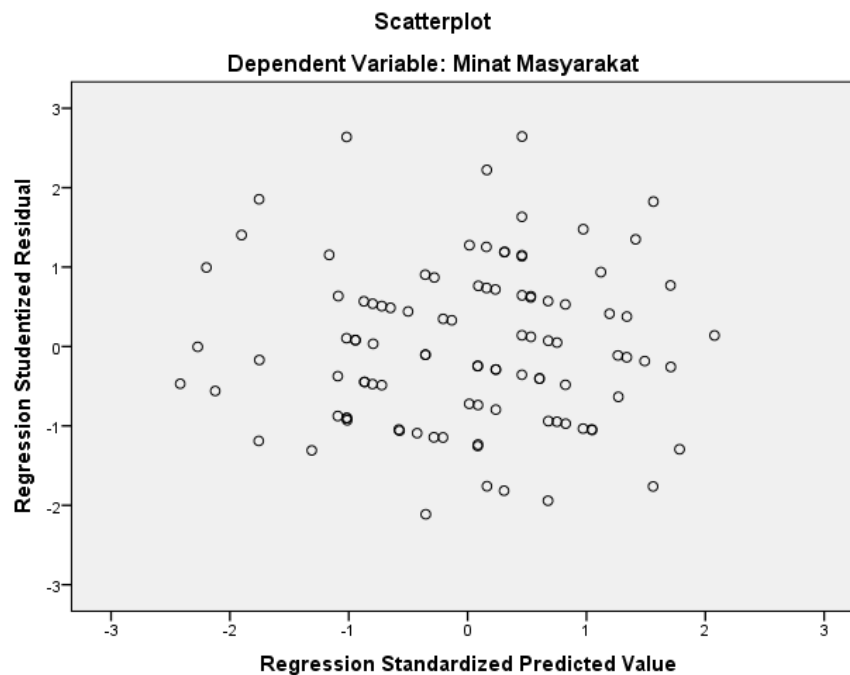
Berdasarkan gambar 4.2 di atas, diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya. Hal ini menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas

## 2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas terjadi karena adanya perubahan situasi yang tidak tergambarkan dalam spesifikasi model regresi. Dalam pengujian ini menggunakan diagram pancar residual atau grafik pola penyebaran titik (Scatterplot) seperti gambar berikut:

Gambar 4.3

### Hasil Uji Heterokedastisitas Dengan Pola *Scatterplot*



(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

Dari pola scatterplot pada gambar 4.3 di atas, terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik tersebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas. Kriteria pengujian multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), sebagai berikut:

- Jika nilai  $VIF < 10$  maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- Jika nilai  $VIF > 10$  maka dapat diartikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

Tabel 4.14

**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.165	2.576			
	Bagi Hasil	.292	.100	.291	.993	1.007
	Promosi	.238	.100	.234	.999	1.001
	Lokasi	.231	.094	.240	.991	1.009

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, dapat kita lihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi di atas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

### E. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menghitung seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui besarnya koefisien regresi dari variabel bebas yaitu bagi hasil, promosi dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 23.0, yang dapat disajikan hasil olahan data dari persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:



**Tabel 4.15**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	14.165	2.576	
	Bagi Hasil	.292	.100	.291
	Promosi	.238	.100	.234
	Lokasi	.231	.094	.240

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

Berdasarkan hasil persamaan dari olahan data regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 23.0, maka dapat dipaparkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 14,165 + 0,292 + 0,238 + 0,231 + e$$

Keterangan:

Y = Minat masyarakat

X<sub>1</sub> = Bagi hasil

X<sub>2</sub> = Promosi

X<sub>3</sub> = Lokasi

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

e = eror term

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 14,165 hal ini berarti bahwa apabila variabel bebas yaitu Bagi Hasil, Promosi dan Lokasi dianggap konstan maka nilai variabel terikat yaitu Minat Masyarakat (Y) sebesar 14,165.
2. Nilai koefisien regresi variabel Bagi Hasil (b<sub>1</sub>X<sub>1</sub>) sebesar 0,292 menunjukkan bahwa setiap peningkatan bagi hasil sebesar 1%, maka akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 0,292%.

3. Nilai koefisien regresi variabel Promosi ( $b_2X_2$ ) sebesar 0,238 menunjukkan bahwa setiap peningkatan promosi sebesar 1% maka akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 0,238%.
4. Nilai koefisien regresi variabel Lokasi ( $b_3X_3$ ) sebesar 0,231 menunjukkan bahwa setiap peningkatan lokasi sebesar 1% maka akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 0,231%.

## F. Uji Hipotesis

### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengukur secara parsial seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan membandingkan nilai t-hitung dengan nilai t-tabel dalam tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Dengan kriteria pengambilan keputusan, yaitu:

- Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  diterima
- Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  ditolak

Rumus untuk mencari nilai t-tabel:

$$\begin{aligned}
 t\text{-tabel} &= \alpha; n - k \\
 &= 0,05; 100 - 4 \\
 &= 0,05; 96 \\
 t\text{-tabel} &= 1,984
 \end{aligned}$$

Keterangan:

$\alpha$  = Signifikansi (0,05%)

$n$  = Jumlah responden

$k$  = Jumlah variabel

**Tabel 4.16****Hasil Uji t****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.165	2.576		5.499	.000
	Bagi Hasil	.292	.100	.291	2.926	.007
	Promosi	.238	.100	.234	2.375	.012
	Lokasi	.231	.094	.240	2.449	.016

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

Dari hasil perhitungan nilai t-tabel, maka ditentukan nilai t-tabel sebesar 1,984. Hasil pengujian hipotesis melalui uji t diperoleh nilai t-hitung berdasarkan nilai koefisien yang dapat dilihat pada tabel 4.16 di atas, yang menunjukkan bahwa:

a. Variabel Bagi Hasil

Berdasarkan hasil perhitungan data yang diperoleh bahwa nilai hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak karena nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, yaitu ( $2,926 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi yang diperoleh ( $0,007 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.

b. Variabel Promosi

Berdasarkan hasil perhitungan data yang diperoleh bahwa nilai hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak karena nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, yaitu ( $2,375 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi yang diperoleh ( $0,012 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.

### c. Variabel Lokasi

Berdasarkan hasil perhitungan data yang diperoleh bahwa nilai hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak karena nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, yaitu  $(2,449 > 1,984)$  dan nilai signifikansi yang diperoleh  $(0,016 < 0,05)$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.

Berdasarkan hasil dari tabel di atas untuk mengetahui variabel mana yang lebih dominan diantara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), maka dilakukan perbandingan dengan melihat ranking koefisien regresi yang distandarkan  $\beta$  (Beta) terbesar yaitu 0,291 dibandingkan dengan variabel bebas lainnya. Maka bagi hasil merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Bagi Hasil ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dan Lokasi ( $X_3$ ) mampu serentak atau secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel pada tingkat error/signifikansi sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Dengan kriteria pengambilan keputusan, yaitu:

- Jika F-hitung  $<$  F-tabel pada  $\alpha = 5\%$ , maka H0 diterima
- Jika F-hitung  $>$  F-tabel pada  $\alpha = 5\%$ , maka H0 ditolak

Rumus untuk mencari nilai F-tabel:

$$\begin{aligned} \text{F-tabel} &= k; n - k \\ &= 3; 100 - 4 \\ &= 3; 96 \\ \text{F-tabel} &= 2,700 \end{aligned}$$

Keterangan:

n = Jumlah responden

k = Jumlah variabel

**Tabel 4.17**

**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.823	3	12.941	3.156	.028 <sup>b</sup>
	Residual	393.687	96	4.101		
	Total	432.510	99			

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Bagi Hasil

(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

Dari hasil pada distribusi nilai F-tabel, maka ditemukan nilai F-tabel sebesar 2,700. Hasil pengujian hipotesis secara simultan melalui uji F diperoleh F-hitung berdasarkan nilai koefisien yang dapat dilihat pada tabel 4.20 di atas menunjukkan bahwa nilai  $F = 3,156$  dengan tingkat signifikansi ( $0,028 < 0,05$ ). Dari hasil perhitungan data yang diperoleh bahwa nilai hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak karena nilai F-hitung  $>$  F-tabel yaitu ( $3,156 > 2,700$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas Bagi Hasil, Promosi dan Lokasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balakota.

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi simultan yang merupakan hasil pengkuadratan koefisien korelasi menunjukkan persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Kekuatan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari besarnya nilai koefisien determinasi yang berada di antara nol dan satu. Hasil nilai Adjusted R-Square dari regresi digunakan untuk mengetahui besarnya struktur modal yang diketahui oleh

variabel-variabel bebasnya. Hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.18**

**Uji  $R^2$**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 <sup>a</sup>	.690	.661	1.025

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Bagi Hasil

(Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 23.0, 2021)

Berdasarkan tabel 4.18 di atas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi ( $R^2$ ) adalah 0,800. Artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel bebas dan variabel terikat. Persentase pengaruh variabel bebas Bagi Hasil, Promosi dan Lokasi terhadap variabel terikat Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R-Square) yaitu sebesar 0,690. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Bagi Hasil, Promosi dan Lokasi berpengaruh sebesar 0,690 atau 69% terhadap Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Sedangkan sisanya sebesar 31% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain diluar penelitian.

### **G. Interpretasi Hasil Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat untuk menggunakan produk deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota yang akan dibahas sebagai berikut:

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara Bagi Hasil, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai F-hitung sebesar 3,156 dengan nilai signifikansi sebesar 0,028; maka hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak. Bagi Hasil, Promosi dan Lokasi secara simultan juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap Minat Masyarakat Untuk

Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), diketahui bahwa variabel Bagi Hasil, Promosi dan Lokasi secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,690 atau 69%. Besarnya nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) tersebut menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota yakni variabel Bagi Hasil, variabel Promosi dan variabel Lokasi sebesar 69% sedangkan sisanya sebesar 31% dipengaruhi faktor lain diluar dari penelitian ini.

Hasil uji t pada variabel Bagi Hasil ( $X_1$ ) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota yang ditunjukkan dengan hasil t-hitung sebesar 2,926 dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 dan hasil koefisien positif sebesar 0,292; maka hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bagi hasil mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bagi hasil memperoleh nilai tertinggi sehingga kompetensi menjadi variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat masyarakat. Dengan demikian, semakin besar nisbah bagi hasil yang diperoleh maka Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota juga semakin meningkat.

Tingkat bagi hasil merupakan proporsi besarnya bagi hasil antara *mudharib* dan *shahibul mal* yang sudah disepakati bersama. Jika bank dapat memberikan tingkat bagi hasil yang tinggi kepada nasabah maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk memilih produk deposito mudharabah pada bank tersebut dengan imbalan akan mendapatkan keuntungan. Bahkan mungkin saja masyarakat akan mengajak masyarakat lainnya untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.

Pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat masyarakat dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahab (2017), yang menyatakan bahwa dalam penelitiannya menemukan variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Hasil

penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Raihanah Daulay (2018), yang menyatakan bahwa bagi hasil merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menyimpan dananya di bank syariah. Bila perusahaan mampu untuk mengelola dengan baik dana yang disimpan nasabah maka bagi hasil yang diperoleh akan lebih baik pula.

Dari penjelasan tersebut, bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balakota. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santi Arofah pada tahun 2016 yang menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk deposito Mudharabah di Bank BTN Syariah Semarang.

Hasil uji t pada variabel Promosi ( $X_2$ ) menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balakota. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai t-hitung sebesar 2,375 dengan nilai signifikansi sebesar 0,012 dan nilai koefisien yang mempunyai nilai positif sebesar 0,238; maka hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat. Dengan demikian, semakin baik promosi yang dilakukan maka minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balakota juga akan semakin meningkat.

Promosi (*promotion*) merupakan fungsi komunikasi dari perusahaan yang bertanggungjawab menginformasikan dan membujuk/mengajak pembeli. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat yang mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Dalam meningkatkan minat masyarakat dan jumlah nasabah untuk menabung, bank syariah juga perlu melakukan promosi agar masyarakat lebih mengenal dan mengetahui tentang bank syariah dan produk-produk yang ada di dalamnya. Promosi penjualan seperti kupon, diskon, kontes dan undian, hadiah atau cenderamata, dan premium atau bonus yang sangat menarik sangat berpengaruh untuk menarik minat masyarakat bertransaksi dan mempertahankan nasabah yang sudah lama bertransaksi di bank syariah agar tidak pindah ke bank lain. Jika promosi dilakukan dengan baik dan menyeluruh kepada masyarakat, maka



masyarakat akan mengenal bank tersebut dan akan percaya untuk melakukan transaksi dengan bank tersebut.

Dalam penelitian Hippy (2016) juga menyebutkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat. Artinya semakin agresif, kreatif dan inovatif dalam melakukan promosi akan meningkatkan minat nasabah dan masyarakat pada bank syariah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tri Astuti dan Indah Mustikawati (2018), yang menyatakan bahwa Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan termasuk bank dalam memasarkan produknya. Dengan kegiatan promosi tersebut diharapkan nasabah dan masyarakat dapat mengetahui lebih jauh mengenai produk yang ditawarkan oleh bank. Berbagai sarana digunakan untuk memasarkan produknya kepada nasabah dan masyarakat dengan tujuan agar nasabah dan masyarakat tertarik dengan apa yang dipromosikan bank sehingga dengan ketertarikan tersebut dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dan masyarakat terhadap bank. Hal ini juga akan berdampak pada minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah semakin besar.

Dari penjelasan tersebut Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iknatul Ma'rifah pada tahun 2017, yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di bank syariah.

Hasil uji t pada variabel Lokasi ( $X_3$ ) menunjukkan adanya pengaruh Lokasi terhadap Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 2,449 dengan nilai signifikansi sebesar 0,016 dan nilai koefisien yang mempunyai nilai positif sebesar 0,231; maka hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa kemudahan pencapaian lokasi atau mengakses lokasi dengan sarana dan prasarana yang mudah dapat membantu mendorong minat masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II untuk menggunakan

produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota lebih besar lagi.

Lokasi yang letaknya strategis, mudah dijangkau dengan sarana transportasi baik itu angkutan umum maupun kendaraan pribadi dan memiliki akses kemudahan ketersambungannya jaringan serta pengaturan ruang yang sedemikian rupa sehingga mendapatkan kenyamanan di dalamnya juga berpengaruh terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II Untuk Menggunakan produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.

Lokasi juga dikarenakan oleh kedekatan antara tempat tinggal nasabah maupun calon nasabah (masyarakat) dengan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota yang mudah dijangkau oleh kendaraan dengan aspal yang rata (tidak rusak dan berlubang). Karena semakin jauh lokasi bank maka biaya untuk menuju bank tersebut juga akan semakin besar.

Dari penjelasan tersebut lokasi berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Nurtika Dewi pada tahun 2017 yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa secara simultan Bagi Hasil, Promosi dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Hal ini seperti penelitian yang dilakukan oleh Santi Arofah pada tahun 2016 yang menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk deposito Mudharabah di Bank BTN Syariah Semarang. Penelitian yang dilakukan oleh Iknatul Ma'rifah pada tahun 2017, yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di bank syariah. Dan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Nurtika Dewi pada tahun 2017 yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan di atas tentang pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Sei Kera Hilir II Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota yang ditunjukkan dengan hasil t-hitung sebesar 2,926 dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 dan hasil koefisien positif sebesar 0,292; maka hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa bagi hasil yang diberikan dengan porsi yang pas mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota yang ditunjukkan dengan hasil t-hitung sebesar 2,375 dengan nilai signifikansi sebesar 0,012 dan nilai koefisien yang mempunyai nilai positif sebesar 0,238; maka hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa promosi penjualan yang sangat menarik mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota yang ditunjukkan dengan hasil t-hitung sebesar 2,449 dengan nilai signifikansi sebesar 0,016 dan nilai koefisien yang mempunyai nilai positif sebesar 0,231; maka hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang letaknya strategis, aman, nyaman, mudah dijangkau dengan sarana transportasi dan dekat mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menggunakan produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota.

4. Bagi Hasil, Promosi dan Lokasi sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai F-hitung sebesar 3,156 dengan nilai signifikansi sebesar 0,028; maka hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan di atas tentang pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota, maka penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat 3 (Tiga) variabel yang berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota yaitu Variabel Bagi Hasil, Variabel Promosi dan Variabel Lokasi.

Untuk Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota disarankan agar terus meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat agar mereka lebih memahami Bank Muamalat Indonesia khususnya keunggulan yang terdapat pada produk Deposito Mudharabah, kemudian harus menerapkan prinsip setoran awal pembukaan rekening yang terjangkau bagi masyarakat, lebih menekankan pada prinsip syariah yang ada dan lebih berkompetisi dalam memberikan layanan yang terbaik sesuai dengan prinsip islam. Maka dari itu harus tetap memperhatikan apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat sesuai dengan perkembangan zaman dalam hal bertansaksi dan tidak ada unsur yang menimbulkan mudharat. Semoga Bank Muamalat Indonesia dapat menjawab segala kebutuhan masyarakat.

2. Bagi Lembaga-Lembaga Perbankan dan Tokoh-Tokoh Perbankan

Perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah ini belum begitu banyak diketahui oleh masyarakat. Masih sangat banyak masyarakat awam yang menganggap bahwa bank konvensional tidak ada bedanya dengan bank syariah. Dari sini dapat kita lihat bahwa masih sangat diperlukan banyak

edukasi lagi yang berkaitan dengan bank syariah khususnya perbedaan antara bank konvensional dengan bank syariah yang bisa dimulai dengan memperkenalkan kepada anak-anak remaja masjid maupun tokoh-tokoh agama, sehingga tidak lagi muncul asumsi-asumsi yang salah terkait bank syariah.

Bank syariah sebaiknya memperbanyak iklan di tv, social media dan memasang billboard di jalan-jalan yang strategis agar semua masyarakat mengetahui promosi apakah yang sedang dilakukan bank syariah dan produk-produk terbaru apakah yang dimiliki bank syariah.

Meskipun keseluruhan promosi penjualan bank syariah dianggap baik, namun akan lebih baik apabila ditingkatkan seperti pemberian hadiah atau cenderamata yang lebih menarik sehingga dapat merangsang minat masyarakat lebih banyak lagi.

Untuk meningkatkan pendapatan serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan perbankan syariah di kalangan masyarakat luas, sebaiknya kegiatan promosi dapat dilakukan secara rutin agar pengetahuan masyarakat tentang perbankan dapat diterima dan dikenal masyarakat sehingga dapat menjangkau lebih banyak lagi calon nasabah.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dipersilahkan melakukan penelitian dengan variabel lain dan penelitian ini dapat dijadikan Refrensi pada penelitian berikutnya mengenai Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Deposito Mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota. Karena penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa lebih baik dari penelitian sebelumnya.

Diharapkan juga untuk penelitian selanjutnya agar dapat memperluas populasi penelitian sehingga dapat mengetahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produk deposito mudharabah sehingga penelitian bisa lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainul. 2007. *Dasar-Dasar Manajemen Syariah*, Jakarta: Pustaka Alvabeta.
- Kasmir. 2003. *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Satyarini, Eka, Noermawati Julia. *Analisis Faktor Yang Menjadi Alasan Nasabah Memilih Dposito Mudharabah di BPRS XYZ*, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Volume VII, Nomor 2, Desember 2017/1438 H.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani.
- Shaleh, Abdul Rachman, dkk. 2004. *Psikologis Suatu Pengantar*, Jakarta: Prenada Media.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran (Marketing Manajemen 9e)*, Prentice-Hall Inc.
- Ramadhani, Sri, Annio, Lestari Indah. *Analisa Strategi Pemasaran Produk Asuransi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera Medan*, Laporan Penelitian dan Pengembangan Pada Masyarakat (LP2M), 2019.
- Umam, Khotibul. 2016. *Perbankan Syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Andri, Soemitra, Saidurrahman. 2014. *Buku Pegangan Profesi Pengawas Syariah di Bank Syariah dan Asuransi Syariah*, Medan: CV. Manhaji dan Fakultas Syariah, IAIN Sumut.
- Umam, Khotibul. 2016. *Perbankan Syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anggraini, Tuti, dkk. 2015. *Lembaga Keuangan Syariah Dan Dinamika Sosial*, Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarata: Kencana.
- Ascarya. 2007. *Akad Dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Iska, Syukri. 2012. *Sistem Perbankan Syariah Di Indonesia: Dalam Perspektif Fikih Ekonomi*, Yogyakarta: Fajar Media Press.

- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Irawan, Swastha. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.
- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. 2013. *Kewirausahaan*, Jakarta: Rajawali Press.
- Kasmir. 2006. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Jakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Adiwijaya, Michael. 2010. *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Wibowo, Ari. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di D'stupid Baker Surabaya*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 3, No. 12, 2014.
- Alma, Buchari. 2010. *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Hasan, Irmayanti. 2001. *Manajemen Operasional Perspektif Integratif*, Malang: UIN Maliki Press.
- Jumingan. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis Teori & Pembuatan Proposal Kelayakan*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta; Andi Offset.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rahmani, Bi, Nur Ahmadi. 2016. *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi : Mixed Methods*, Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineke Cipta.

- Sanusi, Anwar. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Akmal, Azhari, dkk. 2012. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Medan: La-Tansa Press.
- Priyanto, Dewi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom.
- Harahap, Isnaini, dkk. 2013. *Pedoman Praktikum SPSS Dan Praktikum Bank Mini*, Medan: IAIN.
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id>. Di unduh pada tanggal 15 Oktober 2020.
- <https://medankota.bps.go.id>. Di unduh pada tanggal 20 Oktober 2020.
- “Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Deposito”,  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/deposito>, Diunduh pada tanggal 23 Januari 2020.
- Copyright © 2016 PT Bank Muamalat Tbk. All Rights Reserved,  
<https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>. Di unduh pada tanggal 11 Oktober 2020.
- Copyright © 2016 PT Bank Muamalat Tbk. All Rights Reserved,  
<https://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>. Di unduh pada tanggal 11 Oktober 2020.



## LAMPIRAN

### 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN  
PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP MINAT  
MASYARAKAT KEL. SEI KERA HILIR II UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK  
DEPOSITO MUDHARABAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG  
MEDAN BALAIKOTA

#### A. Deskriptif Responden

1. Jenis Kelamin :  Pria  Wanita
2. Umur : Tahun
3. Pekerjaan :
4. Lama Menjadi Nasabah : Tahun

#### B. Petunjuk Pengisian Angket

Berilah tanda (√) pada kolom yang saudara/i pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut :

- Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) : 1  
Jawaban Tidak Setuju (TS) : 2  
Jawaban Kurang Setuju (KS) : 3  
Jawaban Setuju (S) : 4  
Jawaban Sangat Setuju (SS) : 5

#### C. Daftar Pernyataan

##### a. Variable Bagi Hasil (X 1)

No.	Daftar Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kejelasan besarnya nisbah bagi hasil yang diberikan bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota mendorong saya untuk menggunakan produk deposito mudharabah.					
2	Pemberian nisbah bagi hasil deposito mudharabah yang diberikan bank Muamalat Indonesia lebih tinggi dibandingkan dengan deposito mudharabah di bank lain.					
3	Nisbah bagi hasil yang diterapkan bank					

	Muamalat Indonesia sudah sesuai dengan prinsip syariah.					
4	Adanya kepastian dan keterbukaan dalam sistem bagi hasil.					

**b. Variable Promosi (X 2)**

No.	Daftar Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Iklan yang ditawarkan dalam brosur Bank Muamalat memuat tentang karakteristik, keuntungan dan keistimewaan produk deposito mudharabah					
2	Iklan yang disampaikan Bank Muamalat Indonesia menarik dan mudah dipahami.					
3	Karyawan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota menawarkan hadiah sesuai dengan saldo yang membuat saya tertarik untuk menggunakan produk deposito di Bank Muamalat Indonesia					
4	Adanya dorongan dari pihak lain untuk menjadi nasabah deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota					

**c. Variable Lokasi (X3)**

No.	Daftar Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota sangat strategis dan terlihat jelas dari sisi jalan					
2	Lokasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota tidak jauh dari Kel. Sei Kera Hilir II.					
3	Akses untuk menuju ke Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota sangat mudah dan dilalui banyak angkutan umum					

**d. Variable Minat Masyarakat (Y)**

No.	Daftar Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Produk yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia sangat menarik sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan					

	Balaikota.					
2	Imbal hasil produk Muamalat Deposito Mudharabah mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk tersebut.					
3	Masyarakat berminat menggunakan produk deposito mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Medan Balaikota karena prosedur dan proses pencairan yang cepat dan mudah.					
4	Masyarakat lebih tertarik menggunakan produk di Bank Konvensional dari pada di Bank Syariah					
5	Masyarakat tertarik pada Bank Konvensional karena tidak melihat perbedaan antara deposito di Bank Konvensional maupun Bank Syariah					

## 2. Data Kuesioner

No. Responden	Bagi Hasil (X1)				Total X1	Promosi (X2)				Total X2	Lokasi (X3)			Total X3
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		X3.1	X3.2	X3.3	
1	5	5	5	4	19	4	5	5	5	19	5	4	4	13
2	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	4	4	5	13
3	5	5	5	3	18	4	4	4	4	16	4	3	4	11
4	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	5	4	5	14
5	4	3	4	5	16	4	4	3	5	16	5	5	5	15
6	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	5	4	4	13
7	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	5	13
8	4	4	4	4	16	4	4	5	3	16	5	4	5	14
9	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19	5	5	5	15
10	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	5	4	5	14
11	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14	5	4	4	13
12	4	5	5	5	19	4	3	3	5	15	4	4	5	13
13	2	2	3	4	11	5	3	4	5	17	5	3	4	12
14	3	5	4	3	15	5	5	5	4	19	4	3	4	11
15	2	4	3	4	13	4	4	4	3	15	3	3	4	10
16	4	2	5	3	14	4	4	4	4	16	3	3	5	11
17	4	4	5	3	16	5	5	5	5	20	3	4	5	12
18	4	3	3	3	13	4	4	4	5	17	5	5	4	14
19	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	5	13
20	2	2	4	3	11	3	3	4	5	15	4	4	5	13
21	2	5	4	2	13	4	3	5	4	16	5	5	4	14
22	3	5	2	4	14	5	5	5	4	19	4	3	5	12
23	4	2	4	3	13	5	5	5	5	20	5	3	4	12

24	5	3	4	5	17	4	4	4	5	17	4	3	5	12
25	2	3	4	2	11	5	3	5	5	18	5	3	4	12
26	4	4	5	5	18	4	3	4	4	15	3	5	5	13
27	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	3	4	5	12
28	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	4	14
29	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	3	4	5	12
30	4	4	4	2	14	4	3	3	5	15	4	3	5	12
31	3	2	4	4	13	4	3	4	5	16	3	4	4	11
32	4	5	4	4	17	3	5	5	4	17	5	3	4	12
33	3	2	4	3	12	5	3	4	2	14	4	3	5	12
34	5	5	4	3	17	4	3	5	4	16	4	4	5	13
35	4	5	3	5	17	4	3	4	2	13	5	3	4	12
36	2	5	4	3	14	3	3	4	2	12	4	2	5	11
37	3	4	4	5	16	4	5	5	5	19	3	5	4	12
38	3	4	5	5	17	5	4	4	4	17	5	2	4	11
39	4	5	5	4	18	3	3	3	2	11	4	3	5	12
40	5	4	4	5	18	5	3	4	3	15	4	3	4	11
41	5	4	3	5	17	5	5	5	3	18	2	2	4	8
42	5	4	4	5	18	5	5	5	4	19	2	3	4	9
43	5	4	5	3	17	4	4	4	5	17	2	5	5	12
44	5	4	4	3	16	5	5	5	5	20	2	4	3	9
45	4	4	4	2	14	2	4	4	4	14	3	5	4	12
46	4	5	5	4	18	3	4	4	4	15	5	4	4	13
47	4	4	5	4	17	5	3	4	3	15	2	5	5	12
48	5	5	5	3	18	5	5	5	5	20	5	5	5	15
49	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16	5	4	5	14
50	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	5	13
51	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19	4	3	4	11
52	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	2	5	5	12
53	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	2	4	4	10
54	5	4	4	4	17	4	5	5	5	19	3	3	4	10
55	5	5	5	5	20	3	4	4	4	15	3	4	4	11
56	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	4	13
57	4	4	4	3	15	5	3	3	4	15	4	5	4	13
58	4	4	5	3	16	4	3	4	4	15	2	5	5	12
59	5	3	4	5	17	4	3	4	3	14	2	4	4	10
60	5	5	5	4	19	5	3	3	3	14	2	5	4	11
61	4	4	4	3	15	4	5	5	5	19	2	2	5	9
62	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	2	4	8
63	5	5	5	5	20	3	4	4	4	15	3	2	2	7
64	4	4	4	5	17	4	5	5	5	19	3	2	3	8
65	5	5	3	4	17	2	4	4	4	14	2	2	2	6
66	4	5	3	2	14	3	4	4	4	15	2	3	3	8

67	4	4	4	4	16	5	3	3	3	14	2	3	2	7
68	4	4	4	4	16	4	3	5	2	14	2	2	5	9
69	4	5	5	5	19	4	3	4	4	15	2	4	2	8
70	5	4	4	4	17	4	3	4	4	15	2	2	2	6
71	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	3	2	2	7
72	4	5	5	5	19	3	4	4	4	15	3	2	2	7
73	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	2	2	2	6
74	3	4	3	5	15	4	3	3	4	14	4	2	3	9
75	4	5	5	5	19	3	4	3	5	15	4	3	3	10
76	4	4	5	4	17	4	4	3	4	15	5	3	2	10
77	5	5	5	3	18	4	5	4	3	16	4	2	4	10
78	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18	4	4	4	12
79	4	4	4	4	16	4	4	3	5	16	4	4	5	13
80	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	5	4	2	11
81	4	5	5	5	19	3	4	4	2	13	4	5	2	11
82	5	4	4	4	17	2	5	5	5	17	4	5	2	11
83	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	4	4	2	10
84	4	5	5	5	19	5	5	5	3	18	5	4	2	11
85	4	4	5	5	18	3	3	3	5	14	5	4	3	12
86	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	3	3	10
87	4	4	5	4	17	4	4	4	3	15	5	3	2	10
88	4	4	3	4	15	5	4	4	3	16	4	3	4	11
89	5	5	5	4	19	4	5	5	5	19	3	3	2	8
90	4	4	3	2	13	2	5	5	5	17	4	5	2	11
91	4	4	2	5	15	4	4	4	4	16	2	4	2	8
92	5	5	2	4	16	4	4	4	4	16	2	4	2	8
93	4	4	2	5	15	4	5	5	5	19	2	4	2	8
94	4	4	5	4	17	2	3	4	3	12	2	4	3	9
95	3	4	5	5	17	3	3	4	4	14	2	4	3	9
96	5	3	4	5	17	4	4	5	4	17	3	3	2	8
97	5	5	5	4	19	5	5	5	3	18	3	3	4	10
98	4	4	4	3	15	4	5	5	5	19	2	3	4	9
99	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	3	10
100	5	5	4	5	19	2	4	5	3	14	4	3	4	11

No. Responden	Minat Masyarakat (Y)					Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	3	3	3	3	4	16
2	3	3	3	4	3	16
3	3	4	4	5	3	19
4	3	3	4	3	3	16

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

48	4	3	4	5	3	19
49	2	2	4	4	4	16
50	4	2	4	4	3	17
51	4	4	4	4	3	19
52	4	4	4	5	3	20
53	2	4	3	5	3	17
54	3	3	4	5	4	19
55	4	2	4	3	4	17
56	2	3	4	3	4	16
57	4	4	3	2	5	18
58	3	2	4	3	2	14
59	4	3	4	3	3	17
60	3	3	4	3	3	16
61	4	2	2	4	5	17
62	3	3	2	2	5	15
63	4	3	2	3	4	16
64	4	2	2	2	5	15
65	3	2	3	3	4	15
66	5	4	5	3	5	22
67	3	4	4	5	3	19
68	4	3	4	4	4	19
69	5	4	4	4	3	20
70	4	3	4	4	3	18
71	2	2	4	4	4	16
72	3	2	2	4	4	15
73	3	2	3	3	3	14
74	2	2	2	4	5	15
75	2	3	3	4	3	15
76	2	4	5	3	4	18
77	4	3	2	4	5	18
78	3	4	4	4	4	19
79	4	4	3	3	4	18
80	3	4	3	3	5	18
81	4	3	3	4	4	18
82	3	2	2	4	4	15
83	4	3	2	2	3	14
84	4	3	2	3	4	16
85	4	2	2	2	3	13
86	3	2	3	3	4	15
87	4	3	4	3	2	16
88	4	4	5	4	5	22
89	4	3	3	4	4	18
90	2	3	2	2	5	14

91	4	3	5	3	2	17
92	4	2	2	4	4	16
93	3	3	2	2	5	15
94	4	3	2	3	4	16
95	5	2	2	2	3	14
96	4	2	3	3	5	17
97	4	3	3	3	4	17
98	3	3	2	2	5	15
99	2	3	4	4	4	17
100	4	3	3	2	4	16

### 3. Dokumentasi Pembagian Kuesioner







## **RIWAYAT HIDUP**

Nama lengkap penulis adalah Trisna Ramadani yang merupakan anak ke – 4 dari Bapak Nurman dan Ibu Nurasih. Penulis lahir 23 tahun yang lalu, pada hari Jum'at, 23 Januari 1998. Penulis bertempat tinggal di Jl. Letda Sujono Gg. Palapa No. 5 Medan.

Penulis menyelesaikan pendidikan di sekolah dasar SD Negeri 064974 Medan pada tahun 2010, SMP di MTs. Al-Hasanah Medan pada tahun 2013, lulus di SMA Negeri 11 Medan pada tahun 2016, dan melanjutkan kuliah S1 di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan hingga sekarang.

Penulis juga mengikuti kegiatan kemahasiswaan, yakni merupakan anggota UIE UINSU dan HMJ Perbankan Syariah UINSU. penulis juga merupakan Staff Manager Investasi di organisasi KSPMS GOLDEN UINSU. merupakan lulusan TICMI dengan menyandang lisensi Wakil Perantara Perdagangan Efek.

Selain itu, penulis juga aktif di berbagai organisasi masyarakat, mulai dari sebagai Bendahara Umum pada organisasi Remaja Masjid hingga menjadi Perwakilan dari Kelurahan apabila ada acara Pemerintahan seperti Pemilu, Pilkada, dll.