

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. SEJARAH PERKEMBANGAN BANK SYARIAH DI MEDAN

Di Indonesia pelopor perbankan syariah adalah Bank Muamalat Indonesia. Berdiri tahun 1991, bank ini diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah, serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Bank ini sempat terimbas oleh krisis moneter pada akhir tahun 90-an sehingga ekuitasnya hanya tersisa sepertiga dari modal awal. IDB kemudian memberikan suntikan dana kepada bank ini dan pada periode 1999-2002 dapat bangkit dan menghasilkan laba. Saat ini keberadaan bank syariah di Indonesia telah diatur dalam Undang-undang yaitu UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan.

1. Perkembangan Bank BNI Syariah di Kota Medan

BNI didirikan pada tanggal 29 April 2000 di Jakarta dan sampai saat ini BNI Cabang Syariah telah membuka 14 cabang di Indonesia yaitu:

1. Yogyakarta
2. Pekalongan
3. Bandung
4. Padang
5. Semarang
6. Banjarmasin
7. Malang
8. Jakarta Timur
9. Jakarta Selatan
10. Medan
11. Makasar
12. Palembang

13. Privat Jakarta

14. Privat Surabaya

Kantor cabang syariah medan merupakan cabang yang ke- 10 dan didirikan pada tanggal 15 Agustus 2002 yang diresmikan oleh Agoes Soebhakti, direktur ritel bank negara indonesia. BNI Syariah merupakan anak perusahaan BNI dengan komposisi kepemilikan saham 99,99% dimiliki oleh BNI dan sisanya dimiliki oleh PT BNI Life. Hingga akhir Mei 2010, unit usaha syariah BNI memiliki aset sebesar Rp 5,2 triliun, total dana masyarakat sebesar Rp 4,2 triliun, total pembiayaan Rp 3,2 triliun, modal sebesar Rp 1 triliun, dengan customer based lebih dari 420 ribu nasabah.

2. Visi, Misi, dan Tujuan Bank BNI Cabang Syariah Medan

1. VISI

- a. Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja sesuai dengan kaidah sehingga Insya Allah membawa berkah.

2. MISI

- a. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.
- f. Melaksanakan operasional perbankan berdasarkan prinsip Syariah Islam.
- g. Memberikan mutu pelayanan yang unggul kepada nasabah dengan sistem from end dan otomasi online.

Sedangkan tujuan dari Bank BNI Syariah Cabang Medan adalah untuk menampung keinginan masyarakat yang ingin mengguankan Bank Syariah serta

untuk mempercepat pengembangan kegiatan usaha Syariah dengan memanfaatkan jaringan Bank BNI Syariah Cabang Medan.

2. Perkembangan Bank Muamalat di Kota Medan

Pada tanggal 1 November 1991 terlaksana penandatanganan Akte Pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia di Sahid Jaya Hotel dihadapan Notaris Yudo Paripurno, SH, dengan Akte Notaris No.1 tanggal 1 November 1991 (Izin Menteri Kehakiman No. C2.2413.HT.01.01 tanggal 21 Maret 1992/Berita Negara RI tanggal 28 April 1992 No.34). Pada saat penandatanganan akte pendirian ini terkumpul komitmen pembelian saham sebanyak Rp 48 miliar.

Selanjutnya, pada acara silaturahmi pendirian Bank Syari'ah di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menenm modal senilai Rp 106 miliar. Dengan angka modal awal ini Bank Muamalat mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 bertepatan dengan tanggal 27 Syawal 1412 H, SK Menteri Keuangan RI No. 1223/MK. 013/1991 tanggal 5 November 1991 diikuti oleh izin usaha keputusan MenKeu RI No. 430/KMK.013/1992 tanggal 24 April 1992. Pada hari Jum'at, 27 Syawal 1412 H, bertepatan dengan tanggal 1 Mei 1992, Menteri Keuangan dan dengan dihadiri oleh Gubernur Bank Indonesia, meresmikan mulai beroperasinya Bank Muamalat dalam upacara "*Soft Opening*" yag diadakan di Kantor Pusat Bank Muamalat di Gedung Arthaloka, Jl. Jend. Sudirman Kav. 2 Jakarta.

a. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia

1. Visi

Menjadi Bank Syari'ah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

2. Misi

Menjadi role model lembaga keuangan syari'ah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan

orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada *stakeholder*.

b. Tujuan Berdiri Bank Muamalat Indonesia

Adapun tujuan berdiri Bank Muamalat Indonesia yaitu:

1. Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional, antara lain melalui:
 - a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha
 - b. Meningkatkan kesempatan kerja
 - c. Meningkatkan penghasilan masyarakat banyak
2. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, yang selama ini masih cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank karena masih menganggap bahwa bunga bank itu riba.
3. Mengembangkan lembaga bank dan system perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, mampu meningkatkan partisipasi masyarakat sehingga menggalakkan usaha-usaha ekonomi rakyat antara lain memperluas jaringan lembaga perbankan ke daerah-daerah terpencil.
4. Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

3. Perkembangan Bank Sumut Syariah di Kota Medan

Bank pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada *tanggal 4 Nopember 1961* dengan Akte Notaris Rusli Nomor 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas dengan nama BPDSU. Modal dasar pada saat itu sebesar Rp. 100 juta dan sahamnya dimiliki oleh pemerintah Daerah Tingkat II se Sumatera Utara. Pada tanggal 16 April 1999, berdasarkan peraturan Daerah Tingkat I Sumatera Utara No.2 Tahun 1999, bentuk badan dirubah kembali menjadi perseroan terbatas dengan nama Bank Sumut. PT. Bank Sumut merupakan bank non devisa yang kantor pusatnya di jalan Imam Bonjol No. 18 Medan. Dalam tahun 2006,

Bank telah menambah 1 kantor cabang pembantu, 4 kantor kas, 9 unit ATM dan 12 kantor kas yang mengalami peningkatan status menjadi kantor cabang sedangkan kas mobil dan payment point tidak berubah sehingga per 31 Desember 2006, bank telah memiliki 20 kantor cabang konvensional, 21 cabang kantor pembantu, 30 kantor kas, 15 kas mobil, 1 payment point, dan 29 unit ATM. Dalam tahun 2004, Bank membuka Unit Usaha Syariah yang telah mendapatkan izin dari Bank Indonesia Cabang Medan dengan suratnya No. 6 / 142 / DPIP / Prz / Mdn tanggal 18 Oktober 2004. Dalam tahun 2006, Bank juga menambah 1 cabang pembantu syariah sehingga per 31 Desember 2006, Bank telah memiliki 3 cabang syariah dan 1 kantor cabang pembantu. Jumlah karyawan Bank pada tanggal 31 Desember 2006 adalah 2995 masing-masing berjumlah 1.218 dan 1.044 orang.

Adapun visi daripada bank Sumut ialah :

1. Menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup masyarakat.

Misi Bank Sumut ialah :

1. Mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang didasarkan pada prinsip-prinsip compliance. Statemen budaya perusahaan ini yakni memberikan pelayanan terbaik.

Fungsi bank Sumut adalah :

1. Sebagai alat kelengkapan otonomi daerah dibidang perbankan
2. Penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah
3. Bertindak sebagai pemegang kas di daerah yang melaksanakan penyimpanan uang daerah serta
4. Sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah

4. Perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Medan

Setelah Proklamasi Kemerdekaan RI tanggal 17 Agustus 1945, dengan Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 1946, maka ditetapkan berdirinya Bank Rakyat Indonesia sebagai Bank Pemerintah yang semula berturut-turut bernama *Algemeene Volkscredietbank* (AVB) dan *Sycomin Ginko*. Pada akhirnya berdasarkan Surat Keputusan Direksi BRI Nokep : S. 67-DIR/12/1982 tanggal 2 Desember 1982 Direksi Bank Indonesia menetapkan, bahwa Hari Jadi Bank Rakyat Indonesia adalah tanggal 16 Desember 1895.

Visi dan Misi Bank Rakyat Indonesia

1. Visi Bank Rakyat Indonesia

Menjadi Bank Komersil terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

2. Misi Bank Rakyat Indonesia

- a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan pada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan perekonomian masyarakat.
- b. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dengan melaksanakan praktek *Good Corporate Governance*.
- c. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Iskandar Muda Medan bentuk organisasinya adalah fungsional dan staff, jenjang karier para anggota organisasi tidak terikat pada tingkat pangkat dan jabatan struktural yang diperuntukkan bagi mereka yang memimpin satuan-satuan kerja yang melakukan kegiatan penunjang dimana pengendalian oleh pimpinan tidak terlalu ketat namun tidak mengabaikan fungsi pengawasan.

5. Perkembangan Bank Syariah Mandiri di Kota Medan

Dengan terjadinya merger empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo) ke dalam PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999, rencana perubahan PT Bank Susila Bakti menjadi bank syariah (dengan nama Bank Syariah Sakinah) diambil alih oleh PT Bank Mandiri (Persero). PT Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya dan melanjutkan rencana perubahan PT Bank Susila Bakti menjadi bank syariah, sejalan dengan keinginan PT Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syariah. Langkah awal dengan merubah anggaran dasar tentang nama PT Bank Susila Bakti menjadi PT Bank Syariah Sakinah berdasarkan Akta Notaris: Ny. Machrani M.S. SH, No. 29 pada tanggal 19 Mei 1999. Kemudian melalui Akta No. 23 tanggal 8 September 1999 Notaris: Sutjipto, SH nama PT Bank Syariah Sakinah Mandiri diubah menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 1/24/KEP. BI/1999 telah memberikan izin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT Bank Susila Bakti. Selanjutnya dengan Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999 tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nama PT Bank Susila Bakti menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT Bank Syariah Mandiri.

Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri Indonesia

Bank Syariah Mandiri ini memiliki Visi yaitu Menjadi Bank Syariah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha.

Dan misinya adalah :

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan
- b. Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM
- c. Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat
- d. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal
- e. Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

1. Prinsip Perbankan Syariah

Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah.

Beberapa prinsip/ hukum yang dianut oleh sistem perbankan syariah dal hal ini bank syariah di Kota Medan antara lain :

- a. Pembayaran terhadap pinjaman dengan nilai yang berbeda dari nilai pinjaman dengan nilai ditentukan sebelumnya tidak diperbolehkan.
- b. Pemberi dana harus turut berbagi keuntungan dan kerugian sebagai akibat hasil usaha institusi yang meminjam dana.
- c. Islam tidak memperbolehkan "menghasilkan uang dari uang". Uang hanya merupakan media pertukaran dan bukan komoditas karena tidak memiliki nilai intrinsik.
- d. Unsur Gharar (ketidakpastian, spekulasi) tidak diperkenankan. Kedua belah pihak harus mengetahui dengan baik hasil yang akan mereka peroleh dari sebuah transaksi.

· Investasi hanya boleh diberikan pada usaha-usaha yang tidak diharamkan dalam Islam. Usaha minuman keras misalnya tidak boleh didanai oleh perbankan syariah. Prinsip perbankan syariah pada akhirnya akan membawa kemaslahatan bagi umat karena menjanjikan keseimbangan sistem ekonominya. Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah.

Prinsip dasar operasional bank Islam/ syariah tidak mengenal adanya konsep bunga uang dan yang tidak kalah pentingnya adalah untuk tujuan komersial, Islam tidak mengenal peminjaman uang tetapi adalah kemitraan/kerjasama (mudharabah dan musyarakah) dengan prinsip bagi hasil, sedang peminjaman uang hanya dimungkinkan untuk tujuan sosial tanpa adanya imbalan apapun.

a. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

a. Demografi Responden

Responden pada penelitian ini akan memberikan gambaran banyak proporsi nasabah dilihat dari jenis kelamin, umur, dan jenis transaksi apa yang dilakukan di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan akan dijelaskan lebih lanjut pada tabel di bawah ini.

1. Jenis Kelamin

Tabel 2
Proporsi Responden Dalam Sampel Menurut Jenis Kelamin

No	Bank	Jenis Kelamin	Frekuensi	Proporsi
1	Bank Sumut Syariah Cabang Medan	Laki-laki	12	13,3%
		Perempuan	6	6,66%
2	Bank Muamalat Cabang Medan	Laki-laki	8	8,88%
		Perempuan	10	45,5%
3	Bank BNI Syariah Cabang Medan	Laki-laki	9	10%
		Perempuan	9	10%
4	Bank BRI Syariah Cabang Medan	Laki-laki	5	5,55%
		Perempuan	13	14,4%
5	Bank Syariah Mandiri Cabang Medan	Laki-laki	7	7,7%
		Perempuan	11	12,2%
Total			90	100%

Sumber : Data Demografi Pada Kuisisioner, 2014.

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan jenis kelamin nasabah bank yang memutuskan untuk menjadi nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan, dapat kita lihat dari tabel di atas nasabah berjenis kelamin laki-laki berjumlah 41 orang dan nasabah berjenis kelamin perempuan berjumlah 49 orang, atau persentase pada gambar grafik di atas bahwa persentase laki-laki 45,6% dan persentase perempuan 54,4%. Maka jumlah nasabah bank yang

bertransaksi di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan paling banyak dari jenis kelamin adalah perempuan.

2. Umur

Tabel 3
Proporsi Responden Dalam Sampel Menurut Umur

No	Bank	Jenis Umur	Jumlah Responden	Proporsi
1	Bank Sumut Syariah Cabang Medan	20-30	2	2,22%
		31-40	14	15,5%
		>40	2	2,22%
2	Bank Muamalat Cabang Medan	20-30	3	3,33%
		31-40	15	16,6%
		>40	2	2,22%
3	Bank BNI Syariah Cabang Medan	20-30	2	2,22%
		31-40	15	16,6%
		>40	1	1,11%
4	Bank BRI Syariah Cabang Medan	20-30	8	8,88%
		31-40	6	6,66%
		>40	4	4,44%
5	Bank Syariah Mandiri Cabang Medan	20-30	12	13,3%
		31-40	3	3,33%
		>40	3	3,33%
Total			90	100%

Sumber : Data Demografi Pada Kuisisioner, 2014.

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan jenis umur nasabah bank yang bertransaksi di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan, dapat kita lihat dari tabel di atas nasabah yang berumur 20-30 tahun berjumlah 27 orang, nasabah yang berumur 31-40 tahun berjumlah 53 orang, dan nasabah yang merumur > 40 tahun berjumlah 10 orang. Maka jumlah nasabah bank yang bertransaksi di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan PT. Bank Syariah Mandiri

Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan paling banyak yaitu nasabah yang berumur 31-40 tahun.

3. Jenis Transaksi

Tabel 4
Proporsi Responden Menurut Jenis Transaksi.

No	Bank	Jenis Transaksi	Jumlah Responden	Proporsi
1	Bank Sumut Syariah Cabang Medan	Deposito	1	1,11%
		Tabungan	14	15,5%
		Pembiayaan	3	3,33%
2	Bank Muamalat Cabang Medan	Deposito	0	3,33%
		Tabungan	15	16,66%
		Pembiayaan	3	3,33%
3	Bank BNI Syariah Cabang Medan	Deposito	0	0%
		Tabungan	13	14,4%
		Pembiayaan	5	5,55%
4	Bank BRI Syariah Cabang Medan	Deposito	0	0%
		Tabungan	10	11,11%
		Pembiayaan	8	8,88%
5	Bank Syariah Mandiri Cabang Medan	Deposito	2	2,22%
		Tabungan	13	14,44%
		Pembiayaan	3	3,33%
Total			90	100%

Sumber : Data Demografi Pada Kuisisioner, 2014.

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan jenis transaksi nasabah bank yang bertransaksi di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan dapat kita lihat dari tabel di atas, pada nasabah deposito berjumlah 3 orang, nasabah tabungan berjumlah 65 orang, dan nasabah pembiayaan berjumlah 22 orang, maka nasabah bank yang paling banyak bertransaksi di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan adalah nasabah tabungan dan nasabah pembiayaan.

2. Hasil Analisis Data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu tingkatan dimana skala atau seperangkat ukuran mempresentasikan konsep secara akurat. Jadi, penelitian ini ditujukan untuk melihat apakah instrumen penelitian (kuesioner) dalam penelitian ini sudah valid dan reliabel untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan jasa bank Syariah (khususnya Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan, Bank BRI Syariah Cabang Medan, Bank BNI syariah cabang Medan, Bank Sumut Syariah Cabang Medan dan Bank Syariah Mandiri Cabang Medan). Suatu item pertanyaan dapat dikatakan valid jika koefisien korelasinya ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan $n = 44$ yakni lebih besar dari 0,297

Kuesioner ini terdiri dari 32 pertanyaan yang terdiri dari : 5 pertanyaan pada variabel promosi, 4 pertanyaan pada variabel pelayanan, 3 pertanyaan pada variabel Margin, 5 pertanyaan pada variabel lokasi, 4 pertanyaan pada variabel produk, 5 pertanyaan pada variabel religi dan 6 pertanyaan pada variabel preferensi nasabah, yang ditujukan untuk faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah Bank Syariah Kota Medan. Berdasarkan lampiran 2 dapat dilihat hasil uji validitas sebagai berikut :

a) Variabel Promosi (X_1)

Tabel 5
Uji Validitas Variabel Promosi

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Kesimpulan
Pert1	0,630	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert2	0,359	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert3	0,321	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert4	0,646	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert5	0,662	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data di olah, 2014.

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N . Oleh karena $N = 44$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N - 2 = 42$, $r_{\text{tabel}} = 0,297$. Nilai r tabel satu sisi pada $df = 42$ dan $p = 0,05$ adalah $0,297$. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Dari hasil output di atas bahwa lima pertanyaan dengan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan rincian sebagai berikut :

Berdasarkan tabel di atas maka analisis outputnya adalah sebagai berikut :

1. Pertanyaan 1 dari variabel promosi dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($0,630 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
2. Pertanyaan 2 dari variabel promosi dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($0,359 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
3. Pertanyaan 3 dari variabel promosi dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($0,321 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
4. Pertanyaan 4 dari variabel promosi dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($0,646 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
5. Pertanyaan 5 dari variabel promosi dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($0,662 > 0,297$) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel promosi adalah valid.

b) Variabel Pelayanan (X_2)

Tabel 6
Uji Validitas Variabel Pelayanan

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Kesimpulan
Pert1	0,621	0,279	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
Pert2	0,490	0,279	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
Pert3	0,799	0,279	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
Pert4	0,679	0,279	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid

Sumber : Data di olah, 2014.

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N .

Oleh karena $N = 44$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N - 1 = 43$, $r_{tabel} = 0.297$ pada buku-buku statistik, nilai r tabel satu sisi pada $df = 43$ dan $p = 0,05$ adalah 0,297. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dari hasil output di atas bahwa empat pertanyaan dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan rincian sebagai berikut :

1. Pertanyaan 1 dari variabel pelayanan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,621 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
2. Pertanyaan 2 dari variabel pelayanan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,490 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
3. Pertanyaan 3 dari variabel pelayanan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,799 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
4. Pertanyaan 4 dari variabel pelayanan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,676 > 0,297$) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel pelayanan adalah valid.

c) Variabel Margin (X3)

Tabel 7
Uji Validitas Variabel Margin

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Kesimpulan
Pert1	0,410	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert2	0,746	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert3	0,821	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data di olah, 2014.

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N = 44$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N - 1 = 43$, $r_{tabel} = 0.297$. Pada buku-buku statistik, nilai r tabel satu sisi pada $df = 43$ dan $p = 0,05$ adalah 0,297. Butir

pertanyaan dinyatakan valid jika jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dari hasil out put di atas bahwa lima pertanyaan dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan rincian sebagai berikut :

Berdasarkan tabel di atas maka analisis out-put-nya adalah sebagai berikut :

1. Pertanyaan 1 dari variabel Margin dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,410 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
2. Pertanyaan 2 dari variabel Margin dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,746 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
3. Pertanyaan 3 dari variabel Margin dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,821 > 0,297$) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel Margin adalah valid.

d) Variabel Lokasi (X₄)

Tabel 8
Uji Validitas Variabel Lokasi

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Kesimpulan
Pert1	0,727	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert2	0,655	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert3	0,823	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert4	0,621	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert5	0,641	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data di olah, 2014.

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N = 44$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N = 44$, r_{tabel} 0,297). Pada buku-buku statistik , nilai r tabel satu sisi pada $df = 44$ dan $p = 0,05$ adalah 0,297. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dari hasil out put di atas bahwa lima pertanyaan dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan rincian sebagai berikut :

1. Pertanyaan 1 dari variabel lokasi dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,727 > 0,297$) maka dinyatakan valid.

2. Pertanyaan 2 dari variabel lokas dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,655 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
3. Pertanyaan 3 dari variabel lokas dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,823 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
4. Pertanyaan 4 dari variabel lokas dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,621 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
5. Pertanyaan 5 dari variabel lokas dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,641 > 0,297$) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel lokas adalah valid.

e) Variabel Produk (X5)

Tabel 9
Uji Validitas Variabel Produk

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Kesimpulan
Pert1	0,776	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert2	0,623	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert3	0,776	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert4	0,556	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data di olah, 2014.

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N = 44$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N = 44$, $r_{tabel} = 0,297$). Pada buku-buku statistik, nilai r tabel satu sisi pada $df = 44$ dan $p = 0,05$ adalah 0,297. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dari hasil out put di atas bahwa lima pertanyaan dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan rincian sebagai berikut :

1. Pertanyaan 1 dari variabel produk dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,776 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
2. Pertanyaan 2 dari variabel produk dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,623 > 0,297$) maka dinyatakan valid.

3. Pertanyaan 3 dari variabel produk dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,776 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
4. Pertanyaan 4 dari variabel produk dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,556 > 0,297$) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel produk adalah valid.

f) Variabel Religi (X6)

Tabel 10
Uji Validitas Variabel Religi

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Kesimpulan
Pert1	0,604	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert2	0,380	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert3	0,517	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert4	0,707	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert5	0,433	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data di olah, 2014.

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N = 44$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N = 44$, $r_{tabel} = 0,297$. Pada buku-buku statistik, nilai r tabel satu sisi pada $df = 44$ dan $p = 0,05$ adalah 0,297. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dari hasil out put di atas bahwa lima pertanyaan dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan rincian sebagai berikut :

1. Pertanyaan 1 dari variabel religi dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,604 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
2. Pertanyaan 2 dari variabel religi dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,380 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
3. Pertanyaan 3 dari variabel religi dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,517 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
4. Pertanyaan 4 dari variabel religi dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,707 > 0,297$) maka dinyatakan valid.

5. Pertanyaan 4 dari variabel religi dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,433 > 0,297$) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel Religi adalah valid.

g) Variabel Preferensi Nasabah (Y)

Tabel 11
Uji Validitas Variabel Preferensi Nasabah

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Kesimpulan
Pert1	0,654	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert2	0,702	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert3	0,518	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert4	0,654	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert5	0,735	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pert6	0,586	0,279	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data di olah, 2014.

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N = 44$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N = 44$, $r_{tabel} = 0,297$). Pada buku-buku statistik, nilai r tabel satu sisi pada $df = 44$ dan $p = 0,05$ adalah 0,297. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dari hasil output di atas bahwa lima pertanyaan dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan rincian sebagai berikut :

Berdasarkan tabel di atas maka analisis outputnya adalah sebagai berikut :

1. Pertanyaan 1 dari variabel Preferensi nasabah dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,654 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
2. Pertanyaan 2 dari variabel Preferensi nasabah dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,702 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
3. Pertanyaan 3 dari variabel Preferensi nasabah dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,518 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
4. Pertanyaan 4 dari variabel Preferensi nasabah dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,654 > 0,297$) maka dinyatakan valid.

5. Pertanyaan 5 dari variabel Preferensi nasabah dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,735 > 0,297$) maka dinyatakan valid.
6. Pertanyaan 6 dari variabel Preferensi nasabah dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,586 > 0,297$) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel Preferensi nasabah adalah valid.

2). Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan internal *consistency*. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya dipercaya suatu instrumen penelitian, berdasarkan pada tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,70 atau lebih. Nilai koefisien *Alpha Cronbach*. Adapun tingkat *reliabilitas* dengan *Alpha Cronbach* diukur dari skala 0 sampai 1, sebagaimana tercantum pada tabel 13 berikut ini:

Tabel 12
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai *Alpha*

Alpha	Tingkat Reabilitas
>0,00 s.d 0,20	Kuran Reliabel
>0,20 s.d 0,40	Agak Reliabel
>0,40 s.d 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 s.d 0,80	Reliabel
>0,80 s.d 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Triton PB. *SPSS 13.00 Terapan*, Yogyakarta: Andi Offset, 2006.

Berikut ini output SPSS untuk melihat tingkat *reliabilitas* pada variabel digambarkan pada tabel di bawah ini :

1. Uji Reabilitas Promosi

Tabel 13
Uji Reabilitas Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,743	5

Sumber : Data diolah, 2014

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom *Cronbach's Alpha* di atas, dimana besar reliabel 0,743 sehingga dinyatakan sangat reliabel karena lebih besar dari 0,70.

2. Uji Reabilitas Lokasi

Tabel 14
Uji Reabilitas Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,864	5

Sumber : Data diolah, 2014

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom *Cronbach's Alpha* di atas, dimana besar reliabel 0,864 sehingga dinyatakan sangat reliabel karena lebih besar dari 0,70

3. Uji Reabilitas Pelayanan

Tabel 15
Uji Reabilitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,808	4

Sumber : Data diolah, 2014

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom *Cronbach's Alpha* di atas, dimana besar reliabel 0,808 sehingga dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,70.

4. Uji Reabilitas Margin/bagi hasil

Tabel 16

Uji Reabilitas Margin/bagi hasil

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,787	3

Sumber : Data diolah, 2014

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom *Cronbach's Alpha* di atas, dimana besar reliabel 0,787 sehingga dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,70.

5. Uji Reabilitas Produk

Tabel 17

Uji Reabilitas Prduk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,820	4

Sumber : Data diolah, 2014

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom *Cronbach's Alpha* di atas, dimana besar reliabel 0,820 sehingga dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,70.

6. Uji Reabilitas Religi

Tabel 18

Uji Reabilitas Religi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,726	5

Sumber : Data diolah, 2014

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom *Cronbach's Alpha* di atas, dimana besar reliabel 0,726 sehingga dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,70.

7. Uji Reabilitas Preferensi

Tabel 19
Uji Reabilitas Preferensi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,842	6

Sumber : Data diolah, 2014

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom *Cronbach's Alpha* di atas, dimana besar reliabel 0,842 sehingga dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,70.

b. Uji Asumsi Klasik

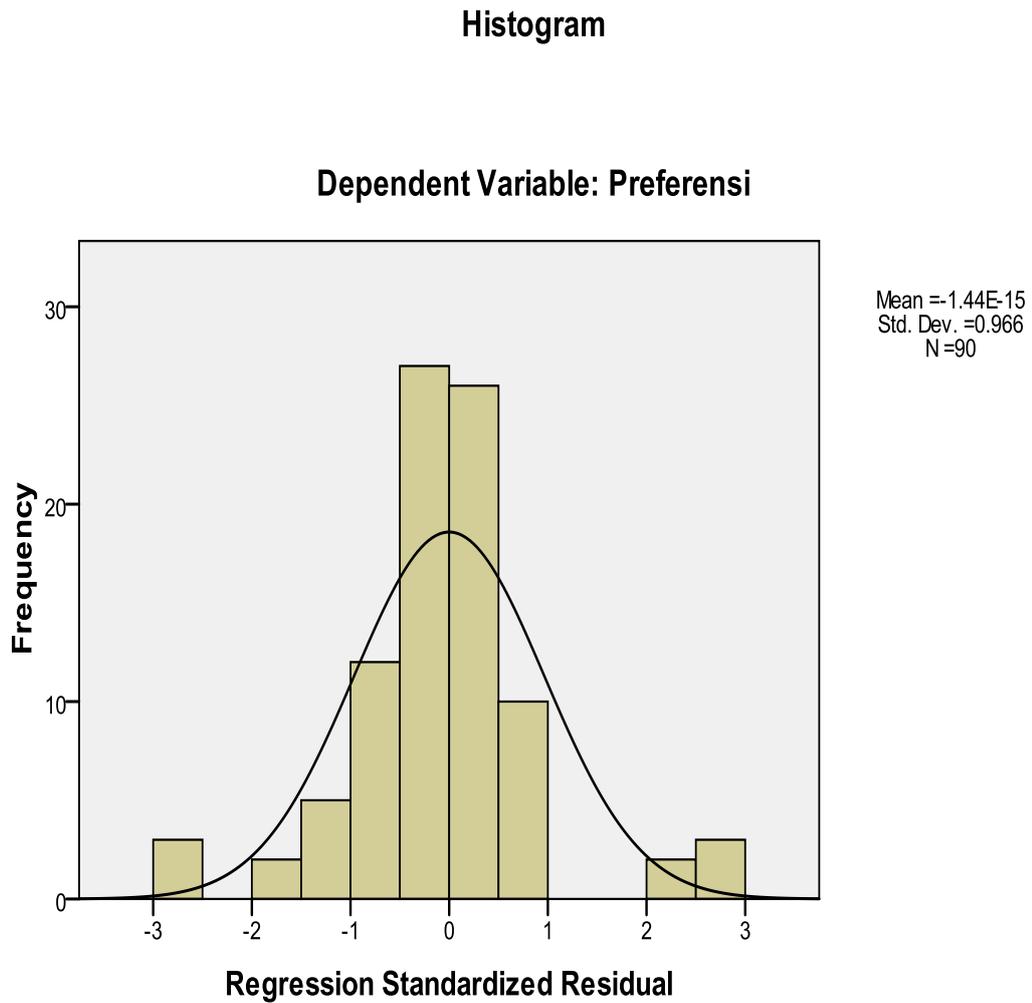
Uji Asumsi Klasik, yaitu dalam penggunaan regresi panel, terdapat empat asumsi dasar yang terpenting sebagai syarat penggunaan metode regresi. Dengan terpenuhinya asumsi tersebut, maka hasil yang diperoleh dapat lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan. Asumsi tersebut adalah asumsi normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

1). Uji Normalitas

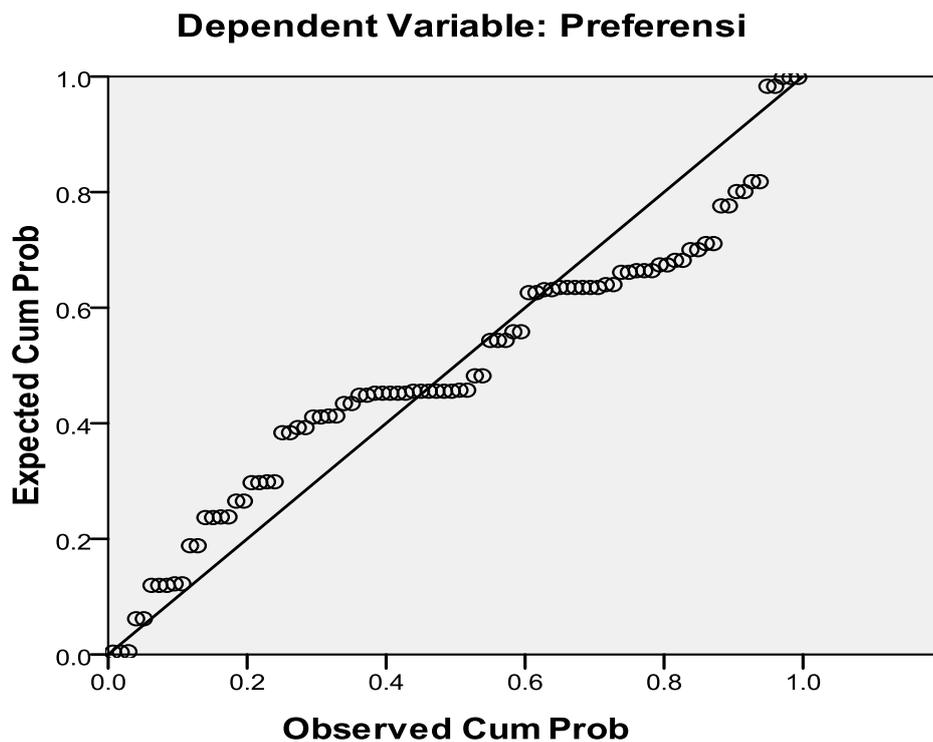
Menurut Sugiyono pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan statistik parametris, karena akan menggunakan statistik parametris, maka data pada setiap variabel harus terlebih dahulu diuji normalitasnya. Bila data pada tiap variabel tidak normal, maka pengujian hipotesis tidak bisa menggunakan statistik parametris. Uji normalitas dilakukan dengan melihat grafik histogram mendekati normal atau tidak, atau melihat penyebaran titik-titik mengikuti arah garis diagonal.

Berdasarkan lampiran 4, dapat dilihat hasil uji normalitas sebagai berikut.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa grafik histogram mendekati normal dan penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal mengindikasikan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2). Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah hubungan yang terjadi diantara variabel-variabel independen atau variabel independen yang satu fungsi dari variabel independen yang lain. Dari hasil estimasi data independent (lampiran) bahwa data tidak mengalami multikolinieritas, untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas adalah :

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variable terikat.
- b. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari VIF, jika $VIF < 10$ maka tingkat kolinieritas dapat ditoleransi.

Uji Multikolinieritas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 20
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Promosi	0,163	6.147
Pelayanan	0,109	9.170
Margin/Bagi Hasil	0,644	1,552
Lokasi	0,494	2.026
Produk	0,141	7.076

Sumber : Data di olah, 2014.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Waston
1	.988 ^a	.976	.974	.32366	1.802

a. Predictors: (Constant), Religi, Margin /Bagi Hasil, Promosi, Lokasi, Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Preferensi

Sumber : Data diolah, 2014

Dari tabel 20 dapat dilihat bahwa tolerance X1 (promosi) adalah 0,163 lebih kecil dari 1 dan lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 6.147 lebih kecil dari 10. Nilai tolerance X2 (pelayanan) adalah 0,109 lebih kecil dari 1 dan lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 9.170 lebih kecil dari 10. Nilai toleransi X3 (Margin/bagi hasil) adalah 0.644 lebih kecil dari 1 dan lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1.552 lebih kecil dari 10. Nilai toleransi X4 (lokasi) adalah 0.494 lebih kecil dari 1 dan lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 2.026 lebih kecil dari 10. Nilai toleransi X5 (produk) adalah 0,141 yang seluruhnya lebih kecil dari 1 dan lebih besar dari 0,10 lebih kecil dari 1 dan lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 7.076 lebih kecil dari 10. Nilai toleransi X6 (religi) adalah 0,916 yang seluruhnya lebih kecil dari 1 dan lebih besar dari 0,10 lebih kecil dari 1 dan lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1.091 lebih kecil dari 10. Hal tersebut membuktikan tidak adanya gejala multikolinearitas pada variabel promosi, pelayanan, margin/bagi haasil, lokasi, produk, dan religi dalam penelitian ini.

Bahwa R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, yaitu 0,974 kemudian tabel berikutnya dapat dilihat bahwa nilai $VIF < 10$ maka tingkat kolinieritas dapat ditoleransi.

3). Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan *variance residual* suatu periode pengamatan dengan pengamatan yang lain.

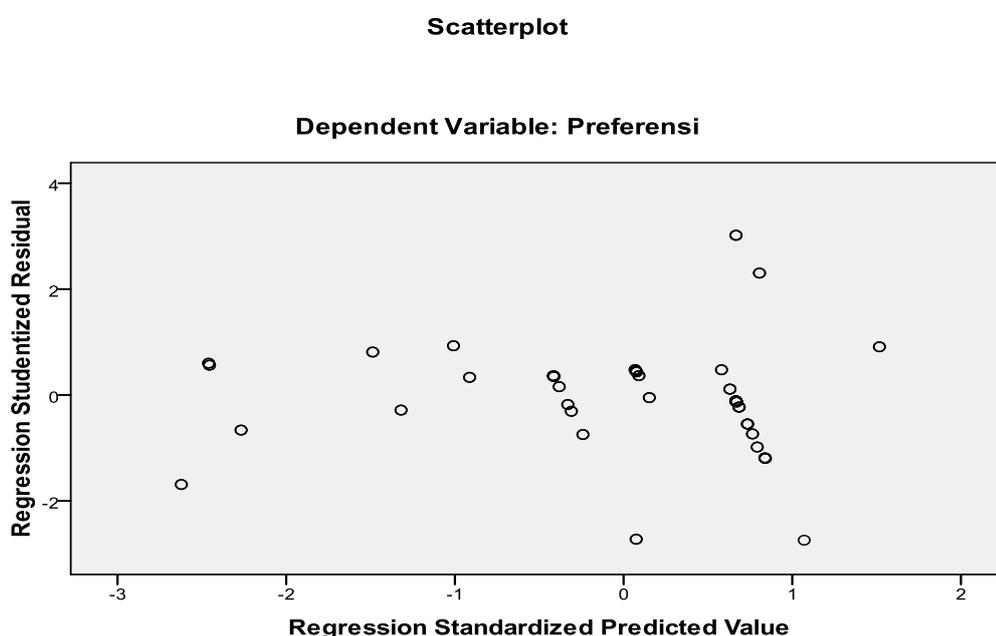
Salah satu cara untuk melihat adanya problem heterokedastisitas adalah dengan melihat garif plot antara nilai prediksi variable terikat dengan residualnya. Dimana :

1. Dengan melihat apakah titik-titik memiliki pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit. Jika terjadi maka mengindikasikan terdapat heterokedastisitas.

2. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 10 pada sumbu Y maka mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas.

Untuk mengetahui terjadi atau tidak heterokedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 4.2
Uji Heterokedastisitas



Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa sebaran titik-titik yang acak baik di atas maupun di bawah angka 0 dari sumbu Y dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

2). Analisis Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji t

Untuk menentukan diterima atau ditolak hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji F-test adalah sebagai berikut :

Dalam penelitian ini ada beberapa faktor yang menjadi daya tarik nasabah menjadi nasabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat

Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan dan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan yaitu terdapat 6 faktor setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Dari ke 6 faktor tersebut akan dicari faktor dominan yang menjadi daya tarik nasabah menjadi nasabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan dan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan, dengan menggunakan teknik analisis faktor dan memasukkan seluruh faktor yang menjadi daya tarik nasabah menjadi nasabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan dan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan.

Tabel 21

Koefisien Regresi

Coefficientsa					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,747	0,484		1,542	0,127
Promosi	0,145	0,047	0,130	3,085	0,003
Pelayanan	0,663	0,068	0,507	9,832	0,000
Margin/bagi hasil	0,188	0,036	0,112	5,288	0,000
Lokasi	0,079	0,023	0,082	3,368	0,001
Produk	0,373	0,063	0,269	5,923	0,000
Religi	-0,001	0,011	-0,002	-0,129	0,898

Sumber : Data diolah, 2014

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dituliskan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,747 + 0,145X_1 + 0,663X_2 + 0,188X_3 + 0,079 X_4 + 0,373X_5 - 0,001X_6 + 0,32$$

Arti dari hasil regresi panel di atas adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstant = 0,747, artinya jika variabel independent (promosi, pelayanan, margin, lokasi, produk dan religi) tidak ditambah, atau tetap maka preferensi nasabah adalah sebagai berikut :
 - a. Jika variabel independent promosi tidak ditambah, maka preferensi nasabah menjadi nasabah adalah 0,145
 - b. Jika variabel independent pelayanan, tidak ditambah, maka preferensi nasabah 0,663.
 - c. Jika variabel independent margin/bagi hasil, tidak ditambah, maka preferensi nasabah 0,188.
 - d. jika variabel independent lokasi, tidak ditambah, maka preferensi nasabah menjadi 0,079.
 - e. Jika variabel independent produk tidak ditambah, maka preferensi nasabah 0,373
 - f. Jika variabel independent religi tidak ditambah, maka preferensi nasabah -0.001
2. Nilai koefisien promosi 0,145 artinya, jika jumlah promosi meningkat 100, maka preferensi nasabah meningkat menjadi 14,5. Dengan demikian, faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah
3. Nilai koefisien pelayanan 0,663 artinya, jika pelayanan ditingkatkan 100%, maka preferensi nasabah 66,3%. Hal ini menegaskan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah.
4. Nilai koefisien margin/bagi hasil 0,188 artinya, jika bagi hasil meningkat 100%, maka preferensi nasabah 18,8% dengan demikian margin/bagi hasil berpengaruh signifikan atau nyata terhadap preferensi nasabah.
5. Nilai koefisien lokasi 0,079 artinya, jika variabel lokasi ditingkatkan 100% maka nilai preferensi nasabah menjadi 07,9, dapat disebutkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan atau nyata terhadap preferensi nasabah
6. Nilai koefisien produk 0,373 artinya, jika variabel produk ditingkatkan 100% maka Nilai referensi nasabah menjadi 37,3, dapat disebutkan bahwa produk berpengaruh signifikan atau nyata terhadap preferensi nasabah

7. Nilai koefisien religi -0,001, jika variabel religi ditingkatkan 100% maka Nilai referensi nasabah berkurang menjadi -001, dapat disebutkan bahwa religi berpengaruh negatif terhadap preferensi nasabah

Berdasarkan data di atas maka dapat disimpulkan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis Promosi

Hipotesis 1 menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat Bank Syariah di Kota Medan. Pada tabel 19 dapat dilihat bahwa nilai T_{hitung} promosi = 3,085 maka diperoleh t hitung > t tabel atau $3,085 > 1,658$ dan probabilitas $0,002 < 0,05$. Dari hasil uji t tersebut, diperoleh bahwa H_{01} ditolak. Kesimpulannya adalah bahwa variabel bebas (promosi) berpengaruh terhadap variabel Y (preferensi masyarakat Bank Syariah di Kota Medan).

Hipotesis Pelayanan

Hipotesis 2 menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat Bank Syariah di Kota Medan. Pada tabel 19 dapat dilihat bahwa nilai T_{hitung} pelayanan = 9,823 maka diperoleh t hitung > t tabel atau $9,823 > 1,658$ dan probabilitas $0,00 < 0,05$. Dari hasil uji t tersebut, diperoleh bahwa H_{02} ditolak. Kesimpulannya adalah bahwa variabel bebas (pelayanan) berpengaruh terhadap variabel Y (preferensi masyarakat Bank Syariah di Kota Medan).

Hipotesis Margin

Hipotesis 3 menyatakan bahwa margin berpengaruh terhadap preferensi masyarakat Bank Syariah di Kota Medan. Pada tabel 19 dapat dilihat bahwa nilai T_{hitung} Margin = 5,288 maka diperoleh t hitung > t tabel atau $5,288 > 1,658$ dan probabilitas $0,00 < 0,05$. Dari hasil uji t tersebut, diperoleh bahwa H_{03} ditolak.

Kesimpulannya adalah bahwa variabel bebas (margin) berpengaruh terhadap variabel Y (preferensi masyarakat Bank Syariah di Kota Medan).

Hipotesis Lokasi

Hipotesis 4 menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat Bank Syariah di Kota Medan. Pada tabel 19 dapat dilihat bahwa nilai T_{hitung} lokasi = 3,368 maka diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,368 > 1,658$ dan probabilitas $0,01 < 0,05$. Dari hasil uji t tersebut, diperoleh bahwa H_{04} ditolak. Kesimpulannya adalah bahwa variabel bebas (lokasi) berpengaruh terhadap variabel Y (preferensi masyarakat Bank Syariah di Kota Medan).

Hipotesis Produk

Hipotesis 5 menyatakan bahwa produk berpengaruh terhadap preferensi masyarakat Bank Syariah di Kota Medan. Pada tabel 19 dapat dilihat bahwa nilai T_{hitung} produk = 5,923 maka diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,923 > 1,658$ dan probabilitas $0,00 < 0,05$. Dari hasil uji t tersebut, diperoleh bahwa H_{05} ditolak. Kesimpulannya adalah bahwa variabel bebas (produk) berpengaruh terhadap variabel Y (preferensi masyarakat Bank Syariah di Kota Medan).

Hipotesis Religi

Hipotesis 6 menyatakan bahwa religi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat Bank Syariah di Kota Medan. Pada tabel 19 dapat dilihat bahwa nilai T_{hitung} religi = 0,129 maka diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-0,129 < 1,658$ dan probabilitas $0,898 > 0,05$. Dari hasil uji t tersebut, diperoleh bahwa H_{a6} ditolak. Kesimpulannya adalah bahwa variabel bebas (religi) tidak berpengaruh terhadap variabel Y (preferensi masyarakat Bank Syariah di Kota Medan).

b. Uji F-Statistik

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh simultan pada variabel independen terhadap variabel dependen yaitu variabel independen yaitu promosi, pelayanan, margin, lokasi, produk dan religi terhadap variabel dependen yaitu preferensi nasabah pada Bank Syariah Kota Medan.

Ha diterima jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, atau nilai p-value pada kolom sig. < level of significant (α) 5%.

Ho diterima jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, atau nilai p-value pada kolom sig. > level of significant (α) 5%.

Nilai F-hitung adalah 559,712 dan F-tabel adalah $n-k-1 = 90-6-1 = 83$ dan $p = 0,05$ adalah 2,21 atau $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ atau $559,712 > 2,21$, atau nilai p-value adalah 0,000 pada kolom sig. < level of significant (α) 5% maka terdapat pengaruh antara promosi, lokasi, pelayanan, produk, margin dan religi secara simultan terhadap preferensi nasabah di Bank Syariah Kota Medan. Hasil pengujian pengaruh simultan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 22
Hasil ANOVA

		ANOVA ^b				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	351.794	6	58.632	559.712	,000 ^a
	Residual	8.695	83	.105		
	Total	360.489	89			

a. Predictors: (Constant), Religi, Margin /Bagi Hasil, Promosi, Lokasi, Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Preferensi
Sumber : Data diolah, 2014

Pada tabel 22 dapat dilihat bahwa nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$ yang ditunjukkan dalam analisis data. Hasil analisis data diperoleh nilai $f\text{-hitung}$ sebesar 559,712 pada taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 5\%$ dengan $dk = n - k - 1$

$(90-6-1) = 83$ adalah 2,22 ($559,712 > 2,22$). Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan promosi, pelayanan, margin/bagi hasil, lokasi, produk, religi terhadap preferensi Masyarakat di Bank Syariah Kota Medan.

c. Uji Determinasi

Uji Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dari analisis regresi pada lampiran 9 adjusted R square adalah 0,974 atau 97,4% pengaruh faktor promosi, pelayanan, margin, lokasi, produk dan religi terhadap preferensi nasabah di Bank Syariah Kota Medan. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 23
Hasil Uji determinasi R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Waston
1	.988 ^a	.976	.974	.32366	1.802

a. Predictors: (Constant), Religi, Margin /Bagi Hasil, Promosi, Lokasi, Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable Preferensi

Tabel 24 memperlihatkan bahwa R-square =0,976 dengan demikian besar pengaruh dapat di kalkulasikan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{R\text{-square} \times 100\% = 0,976 \times 100\% = 97,6\%}$$

Dengan demikian besar pengaruh simultan dari keseluruhan variabel independen baik itu X1 (promosi), X2 (pelayanan), X3 (margin/bagi hasil), X4 (lokasi), X5 (produk) dan X6 (religi) terhadap variabel dependen Y (Preferensi Masyarakat)

adalah sebesar 97,6%. Sedangkan selebihnya yaitu sebesar 2,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

e). Pembahasan Hasil Penelitian

1) Pengaruh Promosi terhadap Preferensi Masyarakat di Bank Syariah Kota Medan.

Hipotesis ke 1 menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh bahwa secara parsial variabel promosi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Syahbudi (2013),¹ yang menyatakan bahwa promosi mempengaruhi keputusan Etnis Tionghoa menjadi nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan. Variabel tersebut memiliki pengaruh positif artinya semakin tinggi promosi pada di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan maka semakin tinggi pula keputusan Etnis Tionghoa menjadi nasabah, tentu ini sesuai dengan pendapat Kamal Nasution (2002) yang menyatakan bahwa promosi sangat penting dalam pemasaran. Promosi akan membuat pemasaran semakin baik dalam pekerjaannya. Perusahaan yang menggunakan promosi dalam memasarkan produk/jasanya akan membuat konsumen semakin tahu dan kenal akan produk dan jasa yang ditawarkan.

2) Pengaruh Pelayanan terhadap Preferensi Masyarakat di Bank Syariah Kota Medan

Hipotesis ke 2 menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan memperoleh hasil bahwa secara parsial pelayanan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wasilatul

¹ Muhammad Syahbudi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Ekonomi EtnisTionghoa: Studi Terhadap Keputusan Etnis Tionghoa Menjadi nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan*, Tesis (Medan: PPs IAIN-SU, 2013) h.101

(2006), Anas (2011), Heru, (2010), dan Syahbudi (2013) yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Pelayanan merupakan kegiatan yang membuat pelanggan puas akan produk yang ditawarkan sehingga pelanggan merasa senang untuk membeli produk yang ditawarkan.² Memberikan pelayanan terbaik akan menciptakan kepuasan masyarakat terhadap suatu produk. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan sangat penting karena peningkatan berakibat pada peningkatan preferensi masyarakat terhadap Bank Syariah.

3) Pengaruh Margin/Bagi Hasil terhadap Preferensi Masyarakat di Bank Syariah Kota Medan

Hipotesis ke 3 menyatakan bahwa margin/bagi hasil berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin/bagi hasil secara parsial berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suip (2013) yang menyatakan bahwa pelayanan, bagi hasil, religi dan pendapatan nasabah berpengaruh terhadap keputusan mengajukan pembiayaan PT.BPRS Rahmah Hijrah Agung (RHA) Lhokseumawe.

Secara teori menurut Jihan dan Hosen diduga margin murabahah akan mempengaruhi permintaan pembiayaan murabahah secara signifikan negative.³ Menurut Syafii Antonio, terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi bagi hasil yaitu faktor langsung dan faktor tidak langsung, faktor langsung meliputi :

1. *Investment Rate*, yaitu persentase actual dana yang di investasikan dari total dana. Jika bank menentukan investasi *rate* sebesar 80%, hal ini berarti 20% dari total dana dialokasikan untuk likuiditas.

²Karina, Pengaruh Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Masyarakat di Pasar Central Medan, (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2013), h. 85

³ Jihan dan M. Nadratauzzaman Hosen, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Murabahah Bank Syariah Di Indonesia* (Periode Januari 2004 - Desember 2008), Jurnal, Dikta Ekonomi. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2008), h, 104.

2. Jumlah dana yang tersedia untuk di investasikan merupakan jumlah dana dari berbagai sumber dana yang tersedia untuk diinvestasikan dan di hitung dengan menggunakan metode rata-rata saldo minimum bulanan atau rata-rata saldo harian dan Nisbah (*profit sharing ratio*) yang harus ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian. Sedangkan faktor tidak langsungnya dipengaruhi oleh penentuan butir-butir pendapatan dan biaya *mudharabah* dan kebijakan akunting (prinsip dan metode akunting). Hal ini menunjukkan bahwa margin/bagi hasil sangat penting untuk peningkatan preferensi masyarakat bank syariah di Kota Medan.

4) Pengaruh Lokasi terhadap Preferensi Masyarakat di Bank Syariah Kota Medan

Hipotesis ke 4 meyakini bahwa lokasi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial lokasi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Barus (2011) yang menyatakan bahwa lokasi mempengaruhi keputusan nasabah bertransaksi di Bank Syariah.⁴ Secara teori menurut Peluso (2003) bahwa perhatian pada wilayah yang lebih luas pada hubungan sosial yang mendesak dan memungkinkan orang untuk menguntungkan dari sumber daya tanpa memfokuskan diri pada hubungan properti semata.⁵ Oleh Karena itu menurut Peluso juga (2003) Kebijakan tempat mengacu pada kemudahan akses bagi para konsumen untuk mendapatkan pelayanan. Kebijakan tempat dapat menyangkut keputusan mengenai lokasi strategis. Kantor bank pada umumnya

⁴ Elida Elfi, Barus *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi masyarakat Bertransaksi di Bank Syariah (Studi di PT. BPRS Puduarta Insani dan PT. BPRS Al Washliyah Medan)*, Tesis (Medan: PPs IAIN-SU, 2011) h. 105

⁵ J.C dan N.L. Peluso , *A Theory of Access : Dalam Rural Sociology*, terj. Jony Oktavian H (ttp, tp, 2003), h. 68.

mendekati nasabah, kantor bank lain dan BI serta dekat dengan pusat-pusat perbelanjaan.⁶ Peluso melihat bahwa ada semacam susunan jaringan akses, perhatian mereka memungkinkan ahli dan lainnya memetakan perubahan proses dan hubungan akses dengan sumber daya. Konsep akses disini ditempatkan pada analisa siapa yang sebenarnya beruntung dari sesuatu dan melalui apa proses yang mereka lakukan. Akses secara empirik menfokuskan diri pada siap yang mendapatkan apa, dalam cara apa, dan kapan. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi sangat penting untuk peningkatan preferensi masyarakat bank syariah di Kota Medan.

5) Pengaruh Produk terhadap Preferensi Masyarakat di Bank Syariah Kota Medan

Hipotesis ke 5 menyatakan bahwa produk berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial produk berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Produk adalah semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan. atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau pemakainya Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Barus (2011) menunjukkan bahwa produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank Syariah. Secara teori menurut Sumarti (2002) bahwa produk adalah semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau pemakainya. Produk tidak hanya terdiri dari barang yang berwujud tetapi definisi produk yang lebih luas meliputi objek fisik, jasa, kegiatan, orang, tempat, organisasi, ide atau campuran hal-hal tersebut.⁷ Hal ini

⁶ Ibid, h.67

⁷ Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta, Liberty, 2002),h.75

menunjukkan bahwa produk sangat penting untuk peningkatan preferensi masyarakat bank syariah di Kota Medan.

6) Pengaruh Religi terhadap Preferensi Masyarakat di Bank Syariah Kota Medan

Hipotesis ke 6 menyatakan bahwa religi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Akan tetapi dari hasil analisis diketahui bahwa religi tidak berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan

Hasil ini sejalan dengan penelitian Syafaruddin (2014) menunjukkan bahwa religi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Kota Medan. Secara teori menurut Suip (2013) bahwa religi sikap sosial dari agama terhadap minat sesuatu atau semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat menarik minat masyarakat. Menurut hasil penelitian Syafaruddin bahwa semua responden yang menjadi sampel penelitian adalah beragama Islam dan terlalu tinggi religinya.⁸ Sehingga menunjukkan bahwasanya variabel religi tidak mempengaruhi masyarakat terhadap minat menabung di Bank Syariah di Kota Medan.

Namun, secara keseluruhan hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang berkembang dalam faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Hasil-hasil penelitian ini juga secara keseluruhan mendukung penelitian-penelitian yang telah dijalankan sebelumnya. Hal tersebut dapat dilihat dari pengaruh secara simultan dalam penelitian ini sebesar $559,712 > 2,22$, yang mengindikasikan bahwa secara bersama-sama promosi, pelayanan, margin/bagi hasil, lokasi, produk dan religi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat di Bank

⁸ Syafaruddin, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah di Bank Muamalat Medan*, (Medan, Tesis, 2014),h.101

Syariah Kota Medan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Syahbudi (2013), Elida Elfi Barus (2011).

Selain itu, dari analisis data yang dilakukan dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* dalam penelitian ini mencapai 97,6%, sedangkan sisanya sebesar 2,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel promosi, pelayanan, margin/bagi hasil, lokasi, produk dan religi cukup kuat dalam menjelaskan variabel dependen yaitu preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan.

Hasil-hasil penelitian yang diperoleh ini memberikan kesimpulan bahwa perlu ada peningkatan khususnya pada variabel yang tidak berpengaruh seperti religi agar preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan semakin tinggi. Peningkatan tersebut dapat dilakukan dengan cara mayakinkan masyarakat akan kejohiran produk yang berbasis pada syariah, dan tidak terlalu fanatiknya masyarakat tentang margin/bagi hasil yang dilakukan bank syariah misalnya atau minat untuk menjadi nasabah Bank Syariah.