

**PREFERENSI MASYARAKAT KABUPATEN SERDANG
BEDAGAI TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BANK
SYARIAH**

Oleh:

AULIA PUTRI
NIM : 51.15.1.023

Program Studi
EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

**PREFERENSI MASYARAKAT KABUPATEN SERDANG BEDAGAI
TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN

Sumatera Utara

Oleh:

**AULIA PUTRI
NIM : 51.15.1.023**

Program Studi
EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Putri
NIM : 51.15.1.023
Jur/Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Preferensi Masyarakat Kabupaten
Serdang
Bedagai terhadap Menabung pada Bank
Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Medan, Juli 2019

Saya yang Bermohon

Materai

AULIA PUTRI

Nim: 51.15.1.023

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PREFERENSI MASYARAKAT KABUPATEN SERDANG BEDAGAI
TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**

Oleh :

AULIA PUTRI

NIM. 51151023

Dapat disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 22 Juli 2018

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Aliyuddin Abdul Rasyid, Lc, MA
NIP.196506282003021001
198904262019031007

Muhammad Lathief Ilhamy Nst, M.E.I
NIP.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Dr. Marliyah, MA
NIP. 19760126 2003122003

PENGESAHAN

Skripsi berjudul "**PREFERENSI MASYARAKAT KABUPATEN SERDANG BEDAGAI TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BANK SYARIAH**" an. Aulia Putri, NIM 51151023 Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 26 Juli 2019. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 06 Agustus 2019
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Islam UIN-SU

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Marliyah, MA.
NIP. 19760126 2003122003
NIP.198703032045031004

Imsar, M.Si.

Anggota

1. Dr. Aliyuddin Abdul Rasyid, Lc, MA 2. Muhammad Lathief Ilhamy Nst, M.E.I
NIP. 196506282003021001 NIP. 198904262019031007

3. Sri Ramadhani, MM.
NIP.197510152005012004

4. Hendra Harmain, SE, M.Pd.
NIP. 197305101998031003

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN-SU Medan

Dr. Andri Soemitra, M.A.
NIP.197605072006041002

ABSTRAK

Aulia Putri, 2019. Preferensi Masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. Di bawah bimbingan Pembimbing Skripsi I oleh Bapak Dr. Aliyuddin Abdul Rasyid, Lc, MA dan Pembimbing II oleh Bapak Muhammad Lathief Ilhamy Nst, M.E.I.

Penelitian ini dilaksanakan pada masyarakat berlokasi di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai dan dilaksanakan pada bulan Januari 2019 sampai dengan selesai. Pelayanan, produk dan lokasi merupakan esensi yang penting bagi kelangsungan hidup suatu badan usaha khususnya Bank Syariah, begitu pula dengan religiusitas yang dimiliki oleh masyarakat, yang diharapkan membuat masyarakat memiliki keyakinan terhadap produk dan jasa yang baik dan halal akan membawa barokah dan manfaat yang baik. Terbebasnya dari unsur ribawi akan mempengaruhi juga minat masyarakat bertransaksi, karena unsur ribawi dilarang oleh Islam. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pelayanan, produk, religiusitas dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat pada Bank Syariah. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif, yang dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang bertempat di kecamatan Perbaungan dan kemudian hasilnya diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 20. Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh fakta bahwa pelayanan menjadi variabel yang signifikan dan berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah. Dengan pelayanan yang baik dan sikap ramah kepada pegawainya, mampu membuat masyarakat tertarik untuk melakukan transaksi di Bank Syariah. Lalu variabel lokasi juga menjadi salah satu variabel yang memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah. Berbeda dengan variabel produk dan religiusitas yang tidak memiliki pengaruh dalam penelitian ini. Artinya produk yang tidak menarik tidak akan dapat menarik responden untuk menggunakan jasa Bank Syariah. Dan masyarakat yang semakin sering menjalankan perintah-perintah agamanya maka semakin religius juga individu yang menjauhi larangan-larangan yang diajarkan oleh Islam maka ia akan semakin religius.

Kata kunci: Pelayanan, Produk, Religiusitas, dan Minat Menabung

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur disampaikan kepada Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua yang penuh dengan kekhilafan dalam bertindak dan berpikir. Sholawat dan salam diutarakan kepada baginda Nabi Muhammad Saw beserta dengan keluarga dan para sahabatnya. Semoga di hari akhir kelak kita semuanya sebagai umatnya mendapatkan siraman syafa'atnya di yaumul akhir kelak.

Terucap rasa syukur yang teramat karena penulis bersyukur bisa menyelesaikan karya ilmiah skripsi dengan judul “Preferensi Masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai terhadap Minat Mabung di Bank Syariah” dengan lancar tanpa memiliki kesulitan yang berarti.

Dalam penulisan skripsi ini disadari begitu banyak pertolongan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak. Sebab tanpa adanya pertolongan tersebut tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat sesuai dengan waktunya. Oleh karenanya, penulis pun menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Teruntuk yang paling istimewa kepada Ayah penulis Sugiono, Ibu penulis Asnah, Kakak tersayang penulis Muhammad Ramadani dan Riki Hamdani, Adik penulis Fathul Jannah, Raihan Permana dan Khairin Kasari yang telah melimpahkan dukungan dan doa hingga sampai sejauh ini untuk penulis mendapatkan gelar Sarjana.
2. Prof. Dr. H. Saidurrahman Harahap, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara dan Wakil Dekan I, II, III.
4. Dr. Marliyah, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
5. Dr. Aliyuddin Abdul Rasyid, Lc, MA, dan Muhammad Lathief Ilhamy Nst, M.E.I, selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dan II yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya dalam membina penulis untuk menyusun skripsi ini.
6. Ibu Annio Indah Lestari, SE, M.Si selaku Penasehat Akademik yang turut berperan dalam membantu penulis untuk penyusunan proposal skripsi.

7. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara yang juga telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk mendidikan penulis menjadi mahasiswa yang memiliki pendirian dan mampu mengaplikasikan ilmu yang didapat kepada orang-orang yang belum mengetahui mengenai Ekonomi Islam.
8. Teruntuk Ibu Khairina Tambunan, MEI yang bersedia membantu saya dalam menyelesaikan riset penelitian.
9. Teruntuk keluarga besar kelas Ekonomi Islam-F angkatan 2015.
10. Teruntuk keluarga besar IMM FEBI UINSU, IPM Daerah Kabupaten Serdang Bedagai, JPRMI Kabupaten Serdang Bedagai, dan FORSIL Mahasiswa Kabupaten Serdang Bedagai.
11. Teruntuk para pegawai Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai yang bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi informan dalam penelitian ini.
12. Yang istimewa kepada semua pihak lainnya yang tidak bisa semuanya dituliskan dalam kata pengantar teramat singkat ini. Semoga bantuan yang telah semua pihak berikan kepada penulis dapat dibalas Allah Swt dengan curahan pahala yang tiada pernah bisa mengering sampai kapan pun.

Penulis telah berupaya dengan sekuat tenaga dalam menyelesaikan skripsi ini, namun disadari masih terdapat banyak kekurangan yang kiranya dari sisi isi dan tata bahasanya. Sembari itu penulis menantikan saran dan kritik yang berguna untuk menyempurnakan skripsi ini. Pada akhir kata ini penulis dapat menyampaikan rasa terimakasih dan berharap apa yang ada di dalam skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita semuanya. Aamin.

Medan, Juli 2019

Penulis

Aulia Putri

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Perumusan Masalah.....	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Perbankan Syariah.....	11
1. Pengertian Bank Syariah.....	11
2. Awal Kelahiran Sistem Perbankan Syariah.....	12
3. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia	15
4. Prinsip dan Produk Bank Syariah.....	17
5. Perbedaan Antara Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	22
6. Keistimewaan Bank Syariah.....	24
7. Larangan Riba dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.....	25
B. Preferensi.....	28
1. Definisi Preferensi.....	28
2. Preferensi dalam Islam.....	33
3. Minat Menabung.....	36
4. Perilaku Konsumen.....	38
5. Pelayanan.....	42
6. Produk.....	45
7. Religiusitas.....	46
8. Lokasi.....	47
C. Penelitian Sebelumnya.....	49

	D. Kerangka Teoritis.....	51
	E. Hipotesa.....	52
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Pendekatan Penelitian.....	54
	B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	54
	C. Sumber Data.....	54
	D. Populasi dan Sampel.....	55
	E. Defenisi Operasional.....	57
	F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	61
	G. Analisis Data.....	62
	1. Uji Asumsi Klasik.....	62
	2. Regresi Berganda.....	67
	3. Uji Hipotesis.....	67
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Temuan Penelitian.....	68
	1. Gambaran Umum Kabupaten Serdang Bedagai.....	68
	2. Kondisi Grafis dan Batas Administrasi.....	69
	B. Hasil Penelitian.....	71
	1. Analisis Deskriptif.....	71
	2. Uji Asumsi Klasik.....	75
	3. Uji Hipotesis	77
	4. Uji Model (Regresi Linier Berganda).....	82
	C. Pembahasan.....	84
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	87
	B. Saran.....	88
	DAFTAR PUSTAKA.....	89
	LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Keseluruhan Pembukaan rekening selama lima tahun terakhir di Bank Syariah Mandiri.....	5
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah.....	22
Tabel 2.2 Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil	23
Tabel 3.1 Indikator Variabel Independen (X).....	58
Tabel 3.2 Indikator Variabel Dependen (Y).....	61
Tabel 3.3 Kriteria Validitas.....	63
Table 4.1 Luas Wilayah Kab. Serdang Bedagai per Kecamatan.....	70
Tabel 4.2 Responden dalam Sampel menurut Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.3 Responden dalam Sampel menurut Umur.....	71
Tabel 4.4 Responden dalam Sampel menurut pekerjaan.....	72
Tabel 4.5 Responden dalam Sampel menurut pendidikan.....	73
Tabel 4.6 Responden dalam Sampel menurut penghasilan.....	74
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas.....	76
Table 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas.....	77
Table 4.9 Uji R-Square.....	79
Table 4.10 Uji t.....	80
Table 4.11 Uji f.....	82
Table 4.12 Regresi Berganda.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alamat Kantor BSM Kabupaten Serdang Bedagai.....	6
Gambar 2.2 Model Perilaku Pembelian.....	41
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	52
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas.....	75
Gambar 4.2 Pola Grafik Uji Normalitas.....	76
Gambar 4.3 Scatterplot.....	78

LAMPIRAN

Tabel Untuk Uji t.....
Table Untuk Uji f.....
Identitas Responden.....
Kuesioner Penelitian.....
Hasil Kuesioner.....
Surat Mohon Izin Riset.....
Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi.....
Daftar Riwayat Hidup.....

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah salah satu lembaga keuangan yang memiliki pengaruh besar dalam roda perekonomian masyarakat. Bank adalah sebuah lembaga bagi masyarakat untuk menyimpan uang dan juga dapat menjadi tempat peminjaman uang disaat masyarakat yang membutuhkan.¹

1 Nurul Ichsan Hasan, *Perbankan Syariah (Sebuah Pengantar)*,(Jakarta, GP Press Group, 2014),h.100.

seseorang menjadi tercela karena kepelitannya dan anjuran untuk tidak boros yang menyebabkan seseorang menjadi menyesal karena keborosannya tersebut.

Pada tahun 1991, lahirlah Bank Muamalat sebagai awal pendirian sistem perbankan syariah di Indonesia. Selain karena keinginan masyarakat terutama masyarakat yang beragama Islam yang berpandangan bunga merupakan hal yang haram, hal ini diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI nomor 1 tahun 2004 tentang bunga yang intinya mengharamkan bunga bank yang di dalamnya terdapat unsur-unsur riba.

Krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada tahun 1998 yang mampu memporak-porandakan perekonomian Indonesia. Dengan kondisi tingkat suku bunga dan inflasi yang tinggi menyebabkan dunia perbankan mengalami keguncangan, akibatnya banyak bank mengalami kesulitan likuiditas.

Namun, ada fakta yang tidak terbantahkan yaitu Bank Muamalat Indonesia yang pada saat itu merupakan satu-satunya bank yang menggunakan sistem bagi hasil dapat tetap eksis dan mampu bertahan di tengah badai krisis ekonomi. Padahal beberapa bank konvensional mengalami dilikuidasi akibat tidak mampu bertahan.

Hal ini menunjukkan bahwa sistem Perbankan Syariah terbukti mampu bertahan di tengah-tengah kondisi sosial yang tidak pasti. Likuidasi yang dialami oleh bank-bank konvensional membuktikan bahwa perbankan dengan sistem bunga (riba) tidak dapat mengatasi krisis ekonomi yang melanda Indonesia.

Pada tahun 1998 muncul UU No. 10 tahun 1998 yang memberikan arahan bagi bank konvensional dan memberikan izin kepada bank Konvensional untuk membuka Unit Usaha Syariah (UUS). Dalam Undang-Undang tersebut, diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah.

Melihat perkembangan bank syariah yang sangat pesat di Indonesia adalah suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan sistem perbankan alternatif yang menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat, terpercaya, dan memenuhi prinsip syariah yang mengutamakan prinsip keadilan.

Dengan kata lain, Bank Islam lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dan riba. Dengan demikian, kerinduan umat Islam Indonesia yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya bank Islam.³

Pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk memberikan kemaslahatan terbesar bagi masyarakat dan berkontribusi secara optimal bagi perekonomian nasional.⁴

Perkembangan minat akan jasa keuangan bank syariah di kalangan internasional maupun di Indonesia memiliki kemajuan dari tahun ke tahun walau kemajuan tersebut tidak sebanding dengan bank konvensional. Banyaknya masyarakat muslim yang terdapat di suatu wilayah biasanya

³ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), h.3.

⁴Sutan Remy Sjahdeini. *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, , (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), h.99.

menjadi peluang untuk mengembangkan perbankan syariah. Seperti di wilayah provinsi Sumatera Utara khususnya di kabupaten Serdang Bedagai.

Tabel 1.1. Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut

Nama Kecamatan		Agama					
		Islam	Kristen	Katolik	Hindu	Budha	Khong Hu Chu
1	Kotarih	5.465	2.366	143	0	1	0
2	Silinda	4.296	3.154	210	0	0	0
3	Bintang Bayu	8.670	1.812	99	0	0	0
4	Dolok Masihul	37.451	9.375	1.068	5	272	8
5	Serbajadi	16.987	2.437	133	0	3	0
6	Sipispis	26.446	4.799	371	0	1	0
7	Dolok Merawan	15.857	1.091	28	0	52	1
8	Tebingtinggi	35.766	4.207	261	1	3	10
9	Tebing Syahbandar	28.499	2.870	681	9	132	0
10	Bandar Khalipah	13.161	9.374	2.209	0	10	0
11	Tanjung Beringin	30.354	5.928	422	3	134	0
12	Sei Rampah	58.452	3.541	316	11	841	2
13	Sei Bambi	23.295	16.849	1.315	4	1.304	20
14	Teluk Mengkudu	35.967	4.643	240	0	264	0

15	Perbaungan	97.05 9	3.17 9	346	87	2.62 5	0
16	Pegajahan	25.85 5	972	2	28	2	0
17	Pantai Cermin	37.84 0	2.90 5	455	59	1.62 0	2
Kabupaten		501.	79.5	8.29	207	7.26	43
Serdang		420	02	9		4	
Bedagai							

Sumber: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia Tahun 2015

Kalau dilihat secara makro ekonomi, pengembangan bank syariah di Indonesia memiliki peluang besar karena peluang pasarnya yang luas sejurus dengan mayoritas penduduk Indonesia.⁵

Berdasarkan data tersebut, potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Serdang Bedagai adalah besar. Mengingat jumlah masyarakat muslim lebih banyak jumlah dari pada masyarakat non muslim.

Di Kabupaten Serdang Bedagai terdapat satu Bank Syariah, yaitu Bank Syariah Mandiri yang terdapat di Kecamatan Perbaungan.

Tabel 1.2. Jumlah keseluruhan pembukaan rekening selama lima tahun terakhir di Bank Syariah Mandiri.

TAHUN	NOA
2013	681
2014	2420
2015	998
2016	807
2017	1099

Sumber : Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan

5Ibid, h.15.

Tabel tersebut menunjukkan jumlah pembukaan rekening selama lima tahun terakhir yaitu tahun 2013-2018. Yang artinya adanya cabang Bank Syariah di Kabupaten Serdang Bedagai yang sedang beroperasi.

Daerah Kabupaten Serdang Bedagai yang mayoritas penduduknya beragama Islam merupakan daerah yang potensinya luar biasa sebagai tempat tumbuh kembangnya kegiatan ekonomi yang berbasis syariah. Potensi dalam hal ini dipandang dari sumber daya dan aktivitas perekonomian suatu wilayah serta pola sikap dan karakteristik masyarakat terhadap perbankan syariah menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan sosialisasi dan penetapan strategi pemasaran bagi bank syariah yang akan beroperasi pada suatu wilayah.

Namun yang terjadi perkembangan Bank Syariah tidak demikian. Pada tahun 2011 Bank Syariah di Kabupaten Serdang terdapat dua kantor cabang Bank Syariah, namun pada tahun 2017 kantor Bank Syariah yang beroperasi hanya satu. Hal tersebut menggambarkan kurangnya minat masyarakat terhadap Bank Syariah.

Jaringan
 ATM Kantor BSM

Provinsi
Sumatera Utara

Kota/Kabupaten
Serdang Bedagai

Cari

KANTOR BSM
Total 1 KANTOR BSM

NO	KANTOR BSM	
1	KCP PERBAUNGAN	Jl. Serdang

Gambar 1.1 Alamat Kantor BSM Kabupaten Serdang Bedagai⁶

Gambar tersebut menunjukkan adanya Cabang Bank Syariah hanya satu yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai.

Perlu diperhatikan bahwa sistem perbankan syariah sesungguhnya tidak terbatas pasarnya, dalam artian pasar perbankan syariah bukan hanya tertuju pada masyarakat yang memiliki ikatan emosional keagamaan (masyarakat muslim) saja. Namun, layanan perbankan syariah dapat dinikmati oleh siapa saja tidak bergantung kepada agama yang dianut seseorang sepanjang ia bersedia mengikuti cara bermuamalah yang diatur secara syariah. Masyarakat membutuhkan lembaga keuangan yang dapat dipercaya, adil, transparan, kuat, dan berkomitmen membantu meningkatkan perekonomian dan usaha masyarakat.

Walaupun dasar operasional bank syariah merujuk kepada syariat Islam, namun pada kenyataannya selama era tujuh tahun terakhir sejak berlakunya UU perbankan syariah No.21 tahun 2008 tentang Undang-Undang yang khusus berlaku bagi bank-bank syariah.⁷ Perkembangan bank syariah belum menunjukkan sesuatu yang menggemberikan apabila dibandingkan dengan perkembangan bank syariah di dunia internasional.

Melihat latar belakang tersebut, maka peneliti menganggap begitu penting untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi masyarakat

6 Bank Syariah Mandiri, "Pencarian" <http://www.syariahmandiri.co.id>. Diunduh pada tanggal 14 Mei 2019.

⁷*Ibid*, h.1.

Kabupaten Serdang Bedagai terhadap minat menabung pada bank syariah.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengangkat 4 (empat) faktor yaitu pelayanan, produk, religiusitas, kemudian menambahkannya dengan lokasi, karena penulis menduga bahwa faktor-faktor tersebut juga memiliki pengaruh yang tinggi terhadap preferensi masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah. Penambahan faktor-faktor ini ditujukan agar semakin banyak faktor-faktor yang dikaji akan semakin terlihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik mengadakan penelitian yang berjudul: **“Preferensi Masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang tersebut, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Banyaknya masyarakat muslim di kabupaten serdang bedagai tidak sejurus dengan perkembangan bank syariah.
2. Pada tahun 2015 bank syariah di Kabupaten Serdang terdapat dua kantor cabang Bank Syariah, pada tahun 2018 kantor bank syariah yang beroperasi hanya satu. Hal tersebut menggambarkan kurangnya minat masyarakat terhadap bank syariah.

3. Terdapat 1 (satu) kantor cabang Bank Syariah Mandiri yang ada di kabupaten serdang bedagai.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan perlu dilakukan batasan masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini difokuskan bertempat di kecamatan perbaungan kabupaten serdang bedagai. Dan difokuskan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan, produk, religiusitas dan lokasi terhadap minat masyarakat pada bank syariah.

D. Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di bank syariah?
2. Apakah faktor produk berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di bank syariah?
3. Apakah faktor religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di bank syariah?
4. Apakah faktor lokasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di bank syariah?
5. Apakah pelayanan, produk, religiusitas dan lokasi

berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di bank syariah?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor pelayanan terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor produk terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di bank syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor lokasi terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di bank syariah.
5. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh pelayanan, produk, religiusitas dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di bank syariah.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
Penelitian ini dijadikan sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman bagi Penulis sendiri tentang preferensi masyarakat terhadap bank syariah dan faktor yang mempengaruhinya seperti pelayanan, produk, religiusitas, lokasi dan juga sebagai suatu alat untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan sebenarnya di lapangan.
2. Bagi bank syariah di kabupaten serdang bedagai

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi pada instansi.

3. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan menjadi bahan referensi khususnya untuk mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Perbankan Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak⁸. Bank menghimpun dana masyarakat kemudian menyalurkan dananya kepada masyarakat dengan tujuan untuk mendorong peningkatan taraf hidup rakyat banyak. Dua fungsi pokok bank yaitu penghimpunan dana masyarakat dan penyaluran dana kepada masyarakat, oleh karena itu disebut *Financial Intermediary*.⁹

Bank syariah terdiri atas dua kata, yaitu bank dan syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua

⁸Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Pasal I.

⁹Ismail, *Perbankan Syariah*.(Jakarta: Kencana, 2016), h.31.

pihak, yaitu pihak yang berlebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak yang lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.¹⁰

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank tanpa bunga, adalah lembaga Keuangan /perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Alqur'an dan Hadis Nabi Saw. atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip Islam.¹¹

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat Islam.

2. Awal Kelahiran Sistem Perbankan Syariah

¹⁰Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h.1.

¹¹*ibid*, h.2.

Sejak awal kelahirannya, perbankan syariah dilandasi dengan kehadiran dua gerakan renaissance Islam modern: neorevivalis dan modernis. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Qur'an dan As-sunnah.

Bank Muamalat Indonesia merupakan bank Syariah yang pertama didirikan di Indonesia, walaupun perkembangannya sedikit lambat bila dibandingkan dengan negara-negara lainnya. Bila pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit bank Syariah, pada tahun 2005, jumlah bank Syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 Bank Umum Syariah dan 17 unit Syariah. Sementara itu, jumlah BPRS hingga tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.¹²

Upaya awal penerapan sistem *profit* dan *loss sharing* tercatat di Pakistan dan Malaysia sekitar tahun 1940-an, yaitu adanya upaya mengelola dana jamaah haji secara nonkonvensional. Rintisan institusional lainnya adalah Islamic Rural Bank di desa Mit Ghamr pada tahun 1963 di Kairo, Mesir.

Setelah dua rintisan awal yang cukup sederhana itu, bank Islam tumbuh dengan sangat pesat. Sesuai dengan analisa Prof. Khursid Ahmad dan laporan Internasional Association of Islamic Bank, hingga akhir 1999 tercatat lebih dari dua ratus lembaga keuangan Islam yang

¹²Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta; Penerbit Erlangga, 2010), h.20.

beroperasi di seluruh dunia, baik di negara-negara berpenduduk muslim maupun di Eropa, Australia, maupun Amerika.

Suatu hal yang patut juga dicatat adalah saat ini banyak nama besar dalam dunia keuangan internasional seperti Citibank, Jardine Flemming, ANZ, Chase-Chemical Bank, Goldman Sach, dan lain-lain telah membuka cabang dan *subsidiaries* yang berdasarkan syariah. Dalam dunia pasar modalpun, Islamic fund kini ramai diperdagangkan, suatu hal yang mendorong singa pasar modal dunia Dow Jones untuk menerbitkan Islamic Dow Jones Index. Oleh karena itu, tak heran jika Scharf, mantan direktur utama Bank Islam Denmark yang Kristen itu, menyatakan bahwa bank Islam adalah partner baru pembangunan.¹³

Rintisan perbankan syariah mulai mewujud di Mesir pada decade 1960-an dan beroperasi sebagai *rural-social bank* (semacam lembaga keuangan unit desa di Indonesia) di sepanjang delta Sungai Nil. Kemudian pada siding Menteri Luar Negeri Negara-Negara Organisasi Konferensi Islam di Karachi, Pakistan, Desember 1970, Mesir mengajukan sebuah proposal untuk mendirikan bank syariah. Proposal tersebut mengusulkan pembentukan perwakilan khusus, yaitu Asosiasi Bank-Bank Islam (*Assosiation of Islamic Banks*) sebagai badan konsultatif untuk masalah-masalah ekonomi dan perbankan syariah. Tugas badan ini di antaranya menyediakan bantuan teknis bagi negara-negara Islam

13Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta:Gema Insani, 2001), h.19.

yang ingin mendirikan bank syariah dan lembaga keuangan syariah. Bentuk dukungan teknis tersebut dapat berupa pengiriman para ahli ke negara tersebut, penyebaran atau sosialisasi sistem perbankan Islam, dan saling tukar informasi dan pengalaman antar negara Islam. Pada sidang Menteri Luar Negeri OKI di Benghazi, Libya, Maret 1973, usulan tersebut kembali diagendakan. Sidang kemudia juga memutuskan agar OKI mempunyai bidang yang khusus menangani masalah ekonomi dan keuangan. Bulan Juli 1973, komite ahli yang mewakili negara-negara Islam penghasil minyak, bertemu di Jeddah untuk membicarakan pendirian bank Islam. Rancangan pendirian Bank tersebut, berupa anggaran dasar dan anggaran rumah tangga, dibahas pada pertemuan kedua, mei 1974.¹⁴

Pada awal beroperasinya, IDB (*Islamic Development Bank*) mengalami banyak hambatan karena masalah politik. Namun, jumlah anggotanya makin meningkat dari 22 negara menjadi 43 negara. IDB juga terbukti mampu memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan negara Islam untuk pembangunan. Bank ini memberikan pinjaman bebas bunga untuk proyek infrastruktur dan pembiayaan kepada negara anggota berdasarkan partisipasi modal negara tersebut. Dana yang tidak dibutuhkan dengan segera digunakan untuk perdagangan luar negeri jangka panjang dengan menggunakan sistem *murabahah* dan *ijarah*. Berdirinya IDB memotivasi negara Islam untuk mendirikan lembaga keuangan

14 *Ibid*, h.53

syariah. Komite ahli IDB juga bekerja keras menyiapkan panduan pendirian, peraturan dan pengawasan bank syariah. Pada akhir 1970an dan awal 1980an, bank - bank syariah bermunculan di Mesir, Sudan, negara-negara Teluk, Pakistan, Malaysia, Bangladesh dan Turki.

3. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

Membahas persoalan bank syariah, pada dasarnya bersumber pada konsep uang dalam Islam. Sebab bisnis perbankan tidak dapat lepas dari persoalan uang. Di dalam Islam, uang dipandang sebagai alat tukar, bukan suatu komoditas.¹⁵

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnaen A. Perwaataatmadja, M. Dawam Rahardjo, A.M. Saefuddin, M.Amien Azis, dan lain-lain. Beberapa uji coba pada skala yang relative terbatas telah diwujudkan. Diantaranya adalah Baitut Tamwil-Salman, Bandung, yang sempat tumbuh mengesankan. Di Jakarta juga dibentuk lembaga serupa dalam bentuk koperasi, yakni Koperasi Ridho Gusti.

¹⁵Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana,2016), h.9.

Akan tetapi, prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank Islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan Lokakarya Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil Lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam dalam musyawarah Nasional IV MUI yang berlangsung di Hotel Sahid Jaya Jakarta, 22-25 Agustus 1990. Berdasarkan amanat Munas IV MUI, dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia.

Kelompok kerja yang disebut tim Perbankan MUI, bertugas melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak terkait.

Bank Muamalat Indonesia lahir sebagai hasil kerja Tim Perbankan MUI tersebut. Akte pendirian PT Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada tanggal 1 November 1991. Pada saat penandatanganan akte pendirian ini terkumpul komitmen pembelian saham sebanyak Rp.84 miliar.

Pada tanggal 3 November 1991, dalam acara silaturahmi Presiden di Istana Bogor, dapat dipenuhi dengan total komitmen modal disetor awal sebesar Rp.106.126.382.000,00.¹⁶ Dengan modal awal tersebut, pada tanggal 1 Mei 1992, Bank Muamalat Indonesia mulai beroperasi. Hingga September 1999, Bank Muamalat Indonesia telah memiliki lebih 45 outlet yang terbesar di Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Balikpapan dan Makasar.

¹⁶Nofinawati. "Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia" dalam JURIS, Volume XIV: Nomor 2, Juli-Desember 2015, h.172.

Pada awal pendirian Bank Muamalat Indonesia, keberadaan bank syariah ini belum mendapat perhatian yang optimal dalam tatanan industri perbankan nasional. Landasan hukum operasi bank yang menggunakan sistem syariah ini hanya dikategorikan sebagai bank dengan sistem bagi hasil; tidak terdapat rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan. Hal ini sangat jelas tecermin dari UU No.7 tahun 1992, dimana pembahasan perbankan dengan sistem bagi hasil diuraikan hanya sepintas lalu dan merupakan sisipan belaka.

Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No.10 tahun 1998. Dalam Undang-Undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis udaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah.

Peluang tersebut ternyata disambut antusias oleh masyarakat perbankan. Sejumlah bank mulai memberikan pelatihan dalam bidang perbankan syariah bagi para stafnya. Sebagian bank tersebut ingin menjajaki untuk membuka divisi atau cabang syariah dalam institusinya. Sebagian lainnya bahkan berencana mengkonversi diri sepenuhnya menjadi bank syariah. Hal demikian diantisipasi oleh Bank Indonesia dengan mengadakan “Pelatihan Perbankan Syariah” bagi para pejabat Bank Indonesia dari segenap bagian, terutama

aparatus yang berkaitan langsung seperti DPNP (Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan), kredit, pengawasan, akuntansi, riset dan moneter.¹⁷

4. Prinsip dan Produk Bank Syariah

a. Prinsip Bank Syariah

Prinsip-prinsip Islam yang dapat kita lihat pada ekonomi syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Dalam ekonomi, berbagai jenis sumber daya dipandang sebagai pemberian Tuhan atau titipan Tuhan kepada manusia guna memenuhi kesejahteraan bersama di dunia dan diakhirat bukan seperti ekonomi kapitalis untuk kepentingan diri sendiri (*self interest principle*).
- 2) Islam mengakui hak pribadi namun harus dibatasi oleh *Pertama*, kepentingan masyarakat. *Kedua*, Islam menolak setiap pendapatan yang diperoleh dari suap, rampasan, kecurangan, pencurian, perampokan, penipuan dalam timbangan atau ukuran, pelacuran, produksi dan penjualan alkohol, bunga, judi, perdagangan gelap, usaha yang menghancurkan masyarakat.
- 3) Kekuatan penggerak utama ekonomi Islam adalah kerja-sama, suka sama suka. Jiwa kerjasama ini adalah mencari keuntungan yang wajar, tanpa perubahan ongkos maka harga barang hanya sebagai akibat prinsip kelangkaannya.
- 4) Allah SWT berfirman dalam Surah An-Nisa ayat 29 :

¹⁷*Ibid*, h.26.

281. dan peliharalah dirimu dari (azab yang terjadi pada) hari yang pada waktu itu kamu semua dikembalikan kepada Allah. kemudian masing-masing diri diberi Balasan yang sempurna terhadap apa yang telah dikerjakannya, sedang mereka sedikitpun tidak dianiaya (dirugikan).¹⁹

b. Produk Bank Syariah

Sama seperti halnya dengan bank konvensional, Bank Syariah juga menawarkan nasabah dengan beragam produk perbankan. Hanya saja bedanya dengan bank konvensional adalah dalam hal penentuan harga, baik terhadap harga jual maupun harga belinya. Berikut ini jenis-jenis produk Bank Syariah yang ditawarkan adalah sebagai berikut²⁰:

1) Produk Perhimpunan Dana

a. Giro

Giro berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*. Dengan tidak berdasarkan perhitungan bunga.

b. Deposito

Dengan berdasarkan prinsip *mudharabah*. Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib* (bank), bank dapat melakukan berbagai jenis usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Mengacu pada prinsip *yad adh-dhamanah* bank sebagai penerima dana dapat memanfaatkan dana titipan seperti simpanan giro dan tabungan, dan deposito berjangka untuk dimanfaatkan bagi kepentingan masyarakat dan kepentingan negara. Yang terpenting dalam hal

¹⁹*Ibid*, h.47.

²⁰Neneng Nurhasanah dan Panji Adam, *Hukum Perbankan Syariah : Konsep dan Regulasi*, (Jakarta; Sinar Grafika, 2017), h. 47-76.

ini si penyimpan bertanggung jawab atas segala kehilangan dan kerusakan yang menimpa uang tersebut.²¹

2) Produk Penyaluran Dana

- a. Pembiayaan berdasarkan akad jual beli, terdiri atas pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *salam*, dan pembiayaan *istishna'*.
- b. Pembiayaan berdasarkan akad sewa-menyewa, yaitu *ijarah* dan *ijarah muntahiya bit tamlik*.
- c. Pembiayaan berdasarkan akad bagi hasil, yaitu pembiayaan *mudharabah* dan pembiayaan *musyarakah*.
- d. Pembiayaan berdasarkan akad pinjam-meminjam, yaitu pembiayaan *qardh*.

3) Produk Jasa

- a. Letter of Credit (L/C) Impor Syariah
Adalah surat pernyataan akan membayar kepada pengekspor (*benefising*) yang diterbitkan oleh bank (*issuing bank*) atas permintaan importer dengan pemenuhan persyaratan tertentu (*uniform customs and practice for documentart credit*). Akad yang digunakan yaitu akad *wakalah bil ujarah* dan *kafalah*.
- b. Bank Garansi Syariah
Adalah jaminan yang diberikan oleh bank kepada pihak ketiga penerima jaminan atas pemenuhan kewajiban tertentu nasabah bank selaku pihak yang dijamin kepada pihak ketiga dimaksud. Akad yang dipakai dalam produk ini adalah akad *kafalah*.
- c. Transfer dan Inkaso

²¹Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. (Jakarta PT. RajaGrafinfo, 2008), h.189.

Yaitu jasa yang diberikan bank untuk mewakili nasabah dalam pemindahan dana dari rekening nasabah (transfer) atau melakukan penagihan untuk rekening nasabah. Akad yang dipakai dalam produk ini adalah akad *wakalah*.

d. Gadai Syariah (*Rahn*)

e. Syariah *Charge Card*

Adalah alat pembayaran menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelanjaan dan atau untuk melakukan penarikan tunai dimana kewajiban pembayaran pemegang kartu dipenuhi terlebih dahulu oleh penerbit, dan pemegang kartu berkewajiban melakukan pelunasan kewajiban pembayaran tersebut secara sekaligus pada waktu yang telah ditetapkan.

f. Penukaran Valuta Asing (*Sharf*)

g. Pembiayaan Multi Jasa

Yaitu pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah (LKS) kepada nasabah dalam memperoleh manfaat atas suatu jasa.

h. Pengambilalihan Hutang Berdasarkan Akad *Hawalah*.

Akad *hawalah* adalah akad pengalihan utang dari pihak yang berutang kepada pihak lain yang wajib menanggung atau membayar.

5. Perbedaan Antara Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank konvensional melihat ilmu sebagai sesuatu yang sekuler (berorientasi hanya pada kehidupan duniawi) dan sama sekali tidak memasukkan Tuhan serta tanggung jawab manusia kepada Tuhan di akhirat dalam bangun pemikirannya. Karena itu, bank konvensional menjadi bebas nilai. Sementara itu, bank syariah justru dibangun atas prinsip religious (berorientasi pada kehidupan dunia kini dan akhirat). Bank syariah melakukan kegiatan usahanya tidak berdasarkan bunga, tetapi berdasarkan prinsip pembagian keuntungan dan kerugian..²²

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

Bank konvensional	Bank syariah
Menggunakan perangkat bunga	Berdasarkan margin keuntungan dan bagi hasil
Profit oriented	<i>Profit dan falls oriented</i>
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan Debitur-Kreditur	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan (<i>partnership</i>)
Creator of money supply	<i>Users of real funds</i>
Investasi yang halal dan haram	Melakukan investasi yang halal saja
Tidak terdapat dewan Pengawas Syariah	Pengerahan Dan Penyaluran Dana Harus Sesuai Dengan Fatwa Dewan Pengawas Syariah

22 Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah ; Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, (Jakarta, Kencana Prenadamedia Group, 2014), hlm.35

Karakteristik bank syariah yang sangat unik karena berlandaskan syariat Islam yang mengharamkan riba dalam setiap transaksi keuangan yang berupa penyimpanan maupun penyaluran dana yang tidak dikenakan bunga (*interest free banking*).²³

Sekali lagi, Islam mengharamkan riba dan bunga bank serta mendorong praktek bagi hasil. Keduanya sama-sama memberi keuntungan bagi pemilik dana, namun keduanya mempunyai perbedaan yang sangat nyata. Perbedaan itu dapat dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.2 Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil²⁴

Bunga	Bagi Hasil
Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi selalu untung	Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untuk rugi
Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh
Pembayaran bunga yang tetap seperti yang	Bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek

²³Sehani,. "Analisis Preferensi Masyarakat Pesantren terhadap Bank Syariah" dalam Jurnal Al-Iqtishad, Edisi 11 Volume I, 2015, h.59.

²⁴ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah : Fiqh Muamalah*, (Jakarta ; Kencana Prenadamedia Group, 2013), hlm.25

dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi	yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak
Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi dengan booming	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan
Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama termasuk Islam	Tidak ada yang meragukan keabsahan sistem bagi hasil.

6. Keistimewaan Bank Syariah

Kehadiran bank syariah ini selain memberikan pilihan alternatif bagi masyarakat, tetapi juga menambah persaingan bagi dunia perbankan di Indonesia.²⁵

Berikut keistimewaan yang dimiliki Bank Syariah:

- a. Kelebihan Bank Syariah terutama pada kuatnya ikatan emosional keagamaan antara pemegang saham, pengelola bank, dan nasabahnya.

²⁵Musdholifah. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2012-2014" dalam Jurnal Ilmu Manajemen, Volume IV Nomor 3, 2016, h.1.

- Dari ikatan emosional inilah dapat dikembangkan kebersamaan dalam menghadapi risiko usaha dan membagi keuntungan secara jujur dan adil.
- b. Dengan adanya keterikatan secara religi, maka semua pihak yang terlibat dalam Bank Islam adalah berusaha sebaik-baiknya dengan pengalaman ajaran agamanya sehingga berapapun hasil yang diperoleh diyakini membawa berkah.
 - c. Adanya fasilitas pembiayaan (Al-Mudharabah dan Al-Musyarakah) yang tidak membebani nasabah sejak awal dengan kewajiban membayar biaya secara tetap. Hal ini adalah memberikan kelonggaran psikologis yang diperlukan nasabah untuk dapat berusaha secara tenang dan sungguh-sungguh.
 - d. Dengan adanya sistem bagi hasil untuk penyimpanan dana setelah tersedia peringatan dini tentang keadaan bank yang bisa diketahui sewaktu-waktu dari naik turunnya jumlah bagi hasil yang diterima.
 - e. Penerapan sistem bagi hasil dan ditinggalkannya sistem bunga menjadikan Bank Islam lebih mandiri dari pengaruh gejolak moneter baik dari dalam maupun dari luar negeri.²⁶

7. Larangan Riba dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah

Kaum Muslimin dilarang mengambil riba apapun jenisnya. Larangan agar Umat Islam tidak turut campur dengan riba bersumber dari berbagai surah dalam Al-Qur'an dan hadits Rasulullah SAW.

²⁶Agus Marimin, *etal.* "Perkembangan Bank Syariah di Indonesia" dalam Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.01 No.02, Juli 2015, h.80.

a. Larangan Riba dalam Al-Qur'an:

Larangan riba yang terdapat dalam Al-Qur'an tidak diturunkan sekaligus melainkan diturunkan dalam empat tahap.

- 1) *Tahap pertama*, menolak anggapan bahwa pinjaman riba yang pada zahir-nya seolah-olah menolong mereka yang memerlukan sebagai suatu perbuatan mendekati atau taqarrub kepada Allah SWT. Berikut adalah ayat yang turun pada saat itu Q.S. Ar-Rum ayat 39²⁷ :

وَمَا يَمْشِي فِي الْبِلَادِ يَلْبَسُ الْبِغْيَةَ وَالْعِزَّةَ وَالْجَبْنَ وَالشَّرَّ وَالْأَعْيُنَ
وَمَا يَمْشِي فِي الْبِلَادِ يَلْبَسُ الْبِغْيَةَ وَالْعِزَّةَ وَالْجَبْنَ وَالشَّرَّ وَالْأَعْيُنَ
وَمَا يَمْشِي فِي الْبِلَادِ يَلْبَسُ الْبِغْيَةَ وَالْعِزَّةَ وَالْجَبْنَ وَالشَّرَّ وَالْأَعْيُنَ
وَمَا يَمْشِي فِي الْبِلَادِ يَلْبَسُ الْبِغْيَةَ وَالْعِزَّةَ وَالْجَبْنَ وَالشَّرَّ وَالْأَعْيُنَ
وَمَا يَمْشِي فِي الْبِلَادِ يَلْبَسُ الْبِغْيَةَ وَالْعِزَّةَ وَالْجَبْنَ وَالشَّرَّ وَالْأَعْيُنَ

39. dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).

- 2) *Tahap kedua*, riba digambarkan sebagai suatu yang buruk. Allah SWT mengancam akan memberi balasan yang keras kepada orang Yahudi yang memakan riba. Dibawah ini adalah ayat yang diturunkan pada tahap kedua Q.S. An-nisa ayat 160-161²⁸:

وَمَا يَمْشِي فِي الْبِلَادِ يَلْبَسُ الْبِغْيَةَ وَالْعِزَّةَ وَالْجَبْنَ وَالشَّرَّ وَالْأَعْيُنَ

²⁷ *ibid*, h.404.

وَمَا نَحْنُ بِمُطَهِّرِينَ
 تِلْكَ الْأَمْثَالُ لِمَنْ
 أَعْيَنَ الْعَيْنُ
 وَاللَّهُ يَهْدِي
 مَن يَشَاءُ
 وَاللَّهُ وَاسِعٌ
 عَلِيمٌ

(160) Maka disebabkan kezaliman orang-orang Yahudi, Kami haramkan atas (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) Dihalalkan bagi mereka, dan karena mereka banyak menghalangi (manusia) dari jalan Allah, (161) dan disebabkan mereka memakan riba, Padahal Sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.

- 3) *Tahap ketiga*, riba diharamkan dengan dikaitkan kepadasuatu tambahan yang berlipat ganda. Parta ahli tafsir berpendapat bahwa pengambilan bunga dengan tingkat bunga yang cukup tinggi merupakan fenomena yang banyak dipraktikkan pada masa tersebut. Pada tahap ini, Allahberfirman dalam Q.S. Ali Imran ayat 130²⁹:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا
 لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا
 أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً
 وَلَا تَكُونُوا
 مِنَ الْمُسَلِّمِينَ

130. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu

28*ibid*, h.103.

29*ibid*, h.66.

akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.

b. Larangan Riba dalam Hadits:

Pelarangan riba dalam Islam tidak hanya merujuk pada Al-Qur'an, melainkan juga al-hadits. Hal ini sebagaimana posisi umum hadits yang berfungsi untuk menjelaskan lebih lanjut aturan yang telah digariskan melalui Al-Qur'an. Pelarangan riba dalam hadits lebih terinci.

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الصَّبَّاحِ وَزُهَيْرُ بْنُ حَرْبٍ وَعُثْمَانُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ قَالُوا
حَدَّثَنَا هَشِيمٌ أَخْبَرَنَا أَبُو الزُّبَيْرِ عَنْ جَابِرٍ قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى
اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكْلَ الرِّبَا وَمُؤْكَلَهُ وَكَاتِبَهُ هُوَ شَهِيدُهُ وَقَالَ هُمْ
سَوَاءٌ.

Dari Jabir r.a berkata, bahwa Rasulullah SAW melaknat orang yang memakan riba, orang yang memberikannya, penulisnya, dan dua saksinya, dan Beliau berkata, mereka semua adalah sama. (Imam Muslim)³¹

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : الرِّبَا
سَبْعُونَ حَوْبًا ، أَيْسَرُهَا أَنْ يَنْكَحَ الرَّجُلُ أُمَّهُ

31Nashiruddin Al-Albani, *Ringkasan Shahih Muslim*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2005), hlm. 452.

“Riba itu mempunyai tujuh puluh pintu (dosa) dan yang seringan-ringannya dosanya adalah dosa seseorang yang menikahi ibunya sendiri.”³²

B. Preferensi

1. Definisi Preferensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Preferensi adalah (hak untuk) didahulukan atau diutamakan dengan yang lain; prioritas, pilihan, kecenderungan, kesukaan.³³ Preferensi adalah pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk-produk apa yang mereka beli dan pendapatan mereka yang terbatas, dan juga permintaan untuk produk-produk.

Teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya bila seseorang ingin mengkonsumsi atau menggunakan sebuah produk atau jasa dengan sumber daya yang terbatas maka ia harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai optimal.

Preferensi atau selera adalah sebuah konsep yang digunakan dalam ilmu sosial, khususnya

³²Al Hafidz, *Bulughul Maram - Five in One : Teks Hadis, Terjemah, Kosakata, Abstraksi, Kesimpulan Hadis*, (Bandung: Mizan Media Utama, 2008). h.490.

³³Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), h.787.

ekonomi. Hal ini mengasumsikan pilihan realitas atau imajiner antara alternatif-alternatif dan kemungkinan dari peningkatan alternatif tersebut, berdasarkan kesenangan, kepuasan, dan gaya hidup. Preferensi secara lebih luas yakni sebagai sumber dari motivasi. Dalam ilmu kognitif, preferensi individual memungkinkan pemilihan tujuan.

Tujuan pemasaran suatu perusahaan adalah memenuhi dan melayani kebutuhan serta keinginan konsumen, namun untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen tidaklah mudah. Oleh karenanya untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan yang mereka inginkan salah satunya dengan memahami keinginan, persepsi dan preferensi serta perilaku belanja pelanggan yang menjadi sasaran mereka.

Preferensi yang berarti *minat* atau *kesukaan*, kata arti atau pengganti. Jadi preferensi atau minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukannya yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih.

Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam serktor rasional analisis, sedangkan perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai penguat pikiran

dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur sebaik-baiknya.³⁴

Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk atau jasa. Atribut yang ditampilkan pada suatu produk atau jasa dapat menimbulkan daya tarik pertama yang dapat mempengaruhi konsumen. Penilaian terhadap produk dan jasa menggambarkan sikap konsumen terhadap produk atau jasa tersebut, sekaligus dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi suatu produk atau jasa.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat kita artikan bahwa preferensi merupakan minat yakni suatu gambaran keinginan setiap konsumen mengenai barang maupun jasa yang akan dikonsumsi.

Dari semua barang dan jasa (*commodity bundle*) yang mungkin untuk dikonsumsi, konsumen memiliki penilaian tersendiri tentang barang yang paling diinginkan. Dalam teori mikro ekonomi, konsumen diasumsikan mampu membedakan barang mana yang ingin dikonsumsi dan menentukan daftar urutan preferensi (*order of preference*) barang yang ada.³⁵

Konsumen memproses informasi tentang produk didasarkan pada pilihan merek untuk membuat keputusan terakhir. Timbulnya pembelian suatu produk

34Sukanto, *Fisiologi*, (Jakarta: Integritas Press, 1997), h.120.

35M. Ridwan, dkk. *Ekonomi Pengantar Mikro dan Makro Islam*, (Bandung: Citapustaka Media, 2013), h.16.

terlihat dimana konsumen mempunyai kebutuhan yang ingin dipuaskan. Konsumen akan mencari informasi tentang manfaat produk dan selanjutnya mengevaluasi atribut produk tersebut. Konsumen akan memberikan bobot yang berbeda untuk setiap atribut produk sesuai dengan kepentingannya, dari sini akan menimbulkan preferensi konsumen terhadap merek yang ada. Menurut Lilien, Kotler, dan Moriarty dalam bukunya Simamora³⁶, ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi.

Pertama, diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Sebagai contoh, sekaleng susu instan merupakan sekumpulan atribut yang terdiri dari rasa, kandungan gizi, harga, ukuran, dan reputasi. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut yang relevan.

Kedua, tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam menilai atribut apa yang paling penting. Konsumen yang daya belinya terbatas, kemungkinan besar akan memperhitungkan atribut harga sebagai yang utama.

Ketiga, konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut. Sejumlah kepercayaan mengenai merek tertentu disebut kesan mereka.

³⁶Simamora, *Riset Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Gramedia Utama, 2004).h,20.

Keempat, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut. Misalnya, seseorang menginginkan besarnya gambar televisi. Maka kepuasan tertinggi akan diperoleh dari televisi paling besar dan kepuasan terendah dari televisi paling kecil. Dengan kata lain, semakin besar ukuran televisi, maka kepuasan juga semakin besar.

Kelima, konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi. Proses evaluasi yang dimaksud adalah aturan kompensasi dan bukan kompensasi.

Membeli merupakan kegiatan tertentu dari proses perencanaan, pembelian dan mengkonsumsi produk-produk. Untuk menerangkan tentang mengapa seseorang membeli suatu produk tertentu, perlu dipahami latar belakang pembeli yang bersangkutan, dan harus diketahui pengetahuan dan pengalaman orang tersebut berkaitan dengan produk atau merek yang akan dikonsumsi.

Dalam dunia perbankan banyak faktor yang menyebabkan nasabah memilih suatu produk/jasa di bank sesuai dengan pilihannya. Mulai dari kedekatan lokasi, pelayanan yang memuaskan, tingkat keamanan, fasilitas kemudahan bertransaksi, kepercayaan masyarakat, keamanan dana, teknologi sampai dengan beberapa faktor lainnya.

Dalam membuat daftar urutan preferensi ada tiga asumsi yang dipergunakan yaitu³⁷ :

³⁷*Ibid*, h.16.

a) Kelengkapan (*Completeness*)

Yaitu ketika konsumen dihadapkan pada pilihan antara berbagai barang yang ada, konsumen bisa memilih kombinasi barang yang paling diinginkan, atau mengambil kombinasi barang yang paling komplit dari semua kombinasi yang ada.

Jika A dan B adalah dua kondisi, maka tiap orang harus bisa menspesifikasikan; A lebih disukai daripada B, atau sebaliknya, atau sama-sama disukai.

b) Transitivitas (*Transitivity*)

Jika konsumen lebih menyukai barang A dari pada barang B, dan barang B lebih disukai dari barang C, maka A harus dipilih bukan barang C.

c) Kontinuitas (*Continuity*)

Tidak ada seorangpun yang merasa puas sepenuhnya meskipun sudah memperoleh semua barang yang diperlukan. Semakin banyak barang yang bisa dikonsumsi, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan konsumen selalu ingin mengkonsumsi dan terus mengkonsumsi.

Daftar urutan preferensi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kontinuitas (*continuity*) karena tidak hanya satu produk saja yang digunakan maka semakin banyak barang yang bisa digunakan maka semakin tinggi tingkat kepuasannya karena konsumen selalu ingin mengkonsumsi dan terus mengkonsumsi.

2. Preferensi dalam Islam

Preferensi seseorang terhadap suatu barang atau jasa sangat beragam dimana sangat dipengaruhi oleh

tingkat keyakinan dan pemahaman penggunanya. Preferensi seorang muslim akan sangat jauh berbeda dengan preferensi seorang non-Muslim. Dalam Islam sudah jelas dan cukup rinci mengklasifikasikan mana barang halal dan barang buruk. Islam juga melarang untuk menghalalkan apa yang sudah ditetapkan haram dan mengharamkan apa-apa yang sudah menjadi halal. Keduanya tidak mungkin dan tidak akan pernah mungkin untuk dikompromikan, karena masing-masingnya didasarkan atas pandangan dunia yang (*weltanschauung*) yang berbeda.³⁸

Preferensi dalam Islam disini dikaitkan dengan teori konsumsi dalam Islam, karena dalam pembahasan preferensi dasarnya adalah teori perilaku konsumen. Sebuah mekanisme yang tanpa disadari, bermacam-macam komoditi dan jasa yang tersedia, tetapi manusia berhasil untuk memilih rangkaian komoditi dan jasa tersebut. Ketika membuat pilihan, manusia akan menentukan nilai relative dari komoditas yang bermacam-macam tersebut. Konsumsi dalam Islam selalu berpedoman pada ajaran Islam. Ajaran yang penting berkaitan dengan konsumsi, misalnya adalah anjuran untuk bersikap sederhana dalam membelanjakan harta kekayaan Allah SWT berfirman dalam surah Al-Furqan ayat 67 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا لَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا
وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا لَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan

38Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam* Ed.5, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008). h,29.

(harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, diantara keduanya secara wajar.”³⁹

Ayat ini mengisyaratkan bahwa hamba-hamba Allah itu memiliki harta benda sehingga mereka bernafkah dan bahwa harta itu mencukupi kebutuhan mereka sehingga mereka bernafkah dan bahwa harta itu mencukupi kebutuhan mereka sehingga mereka dapat menyisihkan sedikit atau banyak dari harta tersebut. Ini mengandung juga isyarat bahwa mereka sukses dalam usaha mereka dalam meraih kebutuhan hidup, bukan orang-orang yang mengandalkan bantuan orang lain. Melalui hartanya, tidak memboroskan sehingga habis, tetapi pada saat yang sama tidak menahannya sama sekali sehingga mengorbankan kepentingan pribadi, keluarga atau siapa yang butuh. Memelihara sesuatu yang baik (termasuk harta) sehingga selalu tersedia dan berkelanjutan merupakan perintah agama.

Seperti itulah salah satu anjuran yang terdapat dalam teori Islam yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi. Berbeda halnya dengan teori konvensional dimana terdapat dua hal yang perlu di kritis. *Pertama*, tujuan konsumen adalah mencari kepuasan yang tertinggi. Penentu barang dan jasa yang dikonsumsi didasarkan criteria kepuasan. *Kedua*, batasan konsumsi hanyalah kemampuan anggaran. Sepanjang terdapat anggaran untuk membeli barang atau jasa, maka akan dikonsumsi barang tersebut. Dengan kata lain, sepanjang dia memiliki pendapatan, maka tidak ada yang dapat menghalanginya untuk mengkonsumsi barang dan

³⁹*Ibid*, h.36.

jasa yang diinginkan. Sikap seperti ini jelas akan menafikan pertimbangan kepentingan orang lain atau pertimbangan aspek lain seperti kehalalan. Perilaku seperti ini tentu tidak diterima begitu saja dalam ekonomi Islam.⁴⁰

Pemasaran yaitu sebagai sosial dan manajerial yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai dengan lainnya.⁴¹ Dan juga pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memnuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.⁴²

Sehingga secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses social yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.⁴³

3. Minat Menabung

40Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.128.

41Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.6.

42Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.5.

43*ibid*, h.6.

Minat beli masyarakat (konsumen) merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam menggunakan barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan pembentukan kegiatan-kegiatan tersebut. Minat yang kuat dari seorang masyarakat (konsumen) tentu saja tidak muncul begitu saja. Kemunculan terjadi setelah melewati beberapa tahap perhatian lalu berlanjut ke tahap minat lebih jauh lagi bahwa masyarakat (konsumen) tersebut bisa menuju ke tahap kehendak. Ketika sudah mencapai tahap ini setidaknya calon konsumen sudah mempunyai keinginan yang kuat untuk menikmati tersebut namun belum menemukan waktu dan kesempatan yang tepat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat beli adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, beli adalah memperoleh sesuatu dengan pengorbanan yang berat. Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu objek yang mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut. The consumer may also form an intention to *buy the most preferred brand* yang berarti bahwa konsumen mempunyai keinginan untuk membeli suatu produk berdasarkan pada sebuah merek. Mengenai minat beli: minat timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan didalam proses evaluasi, seorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat.

Minat membeli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli yang berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat beli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

- a. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggang, dan lain-lain.
- b. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya dari pada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi dan kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.²

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut, minat

²Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h.63-64.

beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu, dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat beli, karena minat membeli merupakan salah satu subjek sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Titik tolak memahami pembeli adalah model rangsangan-tanggapan (stimulus-response model) apa yang didengar oleh telinga apa yang dilihat oleh mata apa yang dicium oleh hidung itulah yang disebut stimulus.³

Rangsangan pemasaran dan lingkungan masuk ke dalam kesadaran pembeli. Karakteristik dan proses pengambilan keputusan pembeli menghasilkan keputusan pembelian tertentu. Iklan berbagai macam produk yang ditayangkan adalah stimulus yang dirancang khusus oleh produsen agar menarik perhatian konsumen. Produsen mengharapkan konsumen menyukai iklan produknya, kemudian menyukai produknya dan

³Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), h 112.

membelinya.⁴ Terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang dalam proses pengambilan keputusan pembelian, yaitu situasi tidak terduga (*unexpected situation*) dan sikap terhadap orang lain (*Respect to Others*).

4. Perilaku Konsumen

a) Definisi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen atau *customer behavior* adalah tingkah laku konsumen dalam membeli suatu produk yang dipengaruhi berbagai unsur, baik dari dalam membeli suatu produk yang dipengaruhi berbagai unsur, baik dari dalam maupun dari luar. Unsur-unsur tersebut membentuk suatu kekuatan yang merangsang konsumen sehingga ia memutuskan untuk membeli produk tertentu.

Perilaku konsumen terdiri dari aktivitas yang melibatkan orang-orang sewaktu mereka menyeleksi, membeli dan menggunakan produk-produk serta jasa-jasa, sehingga hal tersebut memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan keinginan mereka.⁴⁴ Tujuan konsumen dalam pembelian adalah menukarkan pendapatannya

⁴⁴Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia Utama, 2008), h 95.

⁴⁴Winardi, *Marketing dan Perilaku Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju, 1991), h.141.

dengan barang dan jasa yang akan memberikan kepuasan maksimum kepadanya dan anggota-anggota keluarganya.⁴⁵

Menurut Muhammad Muflih, dalam Islam, perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Seorang konsumen muslim akan mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan duniawi dan ukhrawinya.⁴⁶ Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peran keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yang dalam bentuk perilaku, gaya hidup dan selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia dan sumber daya. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.

b) Model Perilaku Konsumen

Semua konsumen (nasabah) tentunya akan membuat berbagai macam keputusan untuk menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk ataupun jasa. Proses pengambilan keputusan oleh konsumen sering kali masih menjadi masalah yang kompleks karena menyangkut berbagai hal yang

⁴⁵Slamet, *Aspek-aspek Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Mandar Maju, 1992), h.148.

⁴⁶Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), h.12.

sangat kompleks yang mendasari pengambilan keputusan tersebut. Pihak manajemen bank diharapkan dapat lebih memahami apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk melakukan pembelian (menggunakan produk/jasa bank).

Tujuan pembelian ini memang sangat kompleks karena dipengaruhi oleh faktor-faktor rangsangan pemasaran, ekonomi, teknologi, politik, budaya serta karakteristik konsumen (nasabah) itu sendiri.

Pemahaman mengenai faktor-faktor tersebut menjadi hal yang penting untuk diketahui pihak manajemen agar nantinya faktor dominan ini dapat dijadikan acuan dalam memahami tentang keputusan konsumen (nasabah) untuk dijadikan poin penting yang harus selalu diperhatikan pihak manajemen.

Kualitas pelayanan juga penting untuk diperhatikan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen (nasabah) dapat dilihat dari gambar model perilaku pembelian

berikut ini.⁴⁷

Gambar 2.2
Model Perilaku Pembelian

Pemasaran dan Rangsangan Lain		Kotak Hitam Pembeli/Konsumen		Tanggapan Pembeli/Konsumen
<u>Pemasaran</u>	<u>Lainnya</u>	Karakteristik pembeli/konsumen	Proses pengambilan keputusan pembeli	Pilihan produk
Produk	Ekonomi			Pilihan merek
Harga	Teknologi			Pilihan dealer
Tempat (distribusi)	Politik			Penetapan waktu pembelian
Promosi	Budaya			Jumlah pembelian

Gambar diatas menunjukkan bahwa rangsangan- rangsangan pemasaran dan rangsangan lain akan masuk ke dalam “kotak hitam” konsumen (nasabah) yang berisi karakteristik konsumen kemudian disini terjadi proses keputusan konsumen yang menghasilkan keputusan untuk membeli atau tidaknya suatu produk atau jasa tertentu. Dari proses ini akhirnya menghasilkan sebuah keputusan pembelian.

47M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfa Beta, 2012), h.220.

Seorang konsumen di dalam menentukan pilihannya terhadap suatu barang atau jasa sangat dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Sebagian besar dari faktor-faktor tersebut tidak dapat dikendalikan oleh pemasar (manajemen), namun hal ini tetap harus dipertimbangkan.

Karakteristik yang mempengaruhi perilaku konsumen (nasabah) ditentukan oleh beberapa faktor antara lain:

- 1) Faktor budaya yang terdiri dari budaya, sub budaya, dan kelas sosial.
- 2) Faktor sosial yang terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
- 3) Faktor pribadi yang terdiri dari umur, pekerjaan, status ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
- 4) Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, sikap dan kepercayaan.

5. Pelayanan

Menurut Kotler pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.⁴⁸ Menurut Valerie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah. Sedangkan Lovelock mendefinisikan

⁴⁸ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfaction*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), h.11.

pelayanan sebagai proses daripada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output.⁴⁹

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Pengertian pelayanan dalam konteks Perbankan Syariah ialah memberikan pelayan sesuai dengan standar prosedur pelayanan yang ada, dan harus dengan SALAM (Senyum Amanah Luwes Antusias Melayani) baik dalam memberikan penjelasan produk maupun complain nasabah.

a. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Banyak bank ingin selalu dianggap baik oleh nasabah karena nasabah akan menjadi pelanggan setia terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Disamping itu, bank juga berharap dari pelayanan baik yang diberikan, nasabah dapat ikut mempromosikan bank kepada nasabah lain. Hal ini merupakan keuntungan tersendiri bagi bank. Dalam memberikan pelayanan yang baik, bank telah menetapkan standar yang didukung dengan sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi.

Selain itu, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri. Dalam hal ini, bank menggunakan kriteria untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Pertama adalah faktor manusia yang memberikan pelayanan tersebut. Manusia (Customer Service Officer) yang melayani nasabah harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Disamping itu, Customer Service Officer

49 Arief Muhtosim, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2007), hal.11.

harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan bertanggung jawab penuh terhadap nasabahnya. Kedua adalah faktor tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. Pada akhirnya, sarana dan prasarana ini dioperasikan oleh manusia yang berkualitas. Sehingga, kedua faktor pendukung di atas, saling menunjang satu sama lainnya.

b. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain.

Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh juga mengabaikan. Sedangkan dalam ekonomi Islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semaunya saja, semua perilaku harus dipandu oleh Allah lewat Al-Qur'an dan Hadis. Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan. Dalam mewujudkan nilai-nilai ibadah dalam bekerja yang dilakukan oleh setiap insan diperlukan adab dan etika yang meringkainya, sehingga nilai-nilai luhur tersebut tidak hilang sia-sia. Sebagaimana firman Allah dalam surat Adz-Dzariyyat ayat 56⁵⁰:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

“Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku”

6. Produk

Produk adalah suatu himpunan dari atribut-atribut fisik atau abstrak yang mungkin akan diterima pembeli sebagai pemenuhan kebutuhannya. Sedangkan menurut Kotler produk adalah setiap tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.⁵¹ Dari pengertian di atas juga dijelaskan mengenai jenis-jenis produk yang dapat diuraikan sebagai berikut :

- a) Barang : barang-barang fisik merupakan bagian yang terbesar dari produksi dan usaha pemasaran. Di negara-negara yang sedang berkembang, seperti bahan makanan, komoditas, pakaian dan perumahan merupakan bagian paling penting bagi keberhasilan perekonomian. Dalam konteks Perbankan Syariah barang itu bisa berupa: meja, kursi, seragam, telepon, komputer.
- b) Jasa : jasa dalam kehidupan saat ini sangat meningkat proporsinya seiring dengan perekonomian yang semakin berkembang. Jasa dalam Perbankan Syariah itu berupa Produk. Produk dalam bank ini bermacam-macam, misalnya: Tabungan Muamalat Wisata, Tabunganku, Tabungan Muamalat Reguler.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.

Produk yang ditawarkan ke pasar haruslah memenuhi

keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Jadi, setiap produk selalu diarahkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Cara yang dilakukan itu memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut melalui pengembangan produk baru.

7. Religiusitas

Faktor religiusitas adalah faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam bertransaksi di bank syariah, seperti keimanan seseorang, kehalalan produk yang bebas dari riba dan adanya fatwa MUI tentang keharaman bunga bank. Religius masyarakat muslim menjadi faktor yang mempengaruhi seseorang memilih dan memutuskan untuk bertanskasi dengan instansi yang syariah, dengan cara yang syariah dan produk yang halal.

Religiusitas didefinisikan sebagai sejauh yang mana seorang individu berkomitmen untuk agama yang dianutnya, seperti sikap dan perilaku individu mencerminkan komitmen ini.⁵² Suka atau tidak suka konsumen sangat dipengaruhi oleh bagaimana komitmen mereka terhadap ajaran agama. Konsumen akan mempertimbangkan membeli produk baru jika produk tidak melanggar atau bertentangan dengan ajaran agama yang dianut. Komitmen keagamaan mempengaruhi orientasi konsumen mengenai pola konsumsi, serta perilaku sosial mereka. Anggapan bahwa orang yang sangat religius akan mengevaluasi dunia melalui skema agama dan

52Handayani, dkk, "Pengaruh Religiutisitas Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek" dalam *Jurnal Distribusi*, Vol.6, No.2 September 2018, h.50.

mengintegrasikan agamanya ke dalam hidupnya. Komitmen beragama memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat yang membentuk keyakinan, pengetahuan, dan sikap, terlepas dari orientasi keagamaan mereka (Muslim, Kristen, Budha, dan lain-lain), dan mempengaruhi perasaan dan sikap masyarakat terhadap konsumsi. Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan ahirah. Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi. Pada zaman modern ini kegiatan perekonomian tidak akan sempurna tanpa adanya lembaga perbankan. Lembaga perbankan tersebut termasuk ke dalam aspek syariat yang berhubungan dengan kegiatan muamalah. Dalam kegiatan bermuamalah, perlu diperhatikan bahwa semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan oleh syariat, dan penyebab terlarangnya sebuah transaksi menurut syariat dikarenakan adanya faktor haram zatnya, haram selain zatnya, dan tidak sah.

8. Lokasi

Lokasi bank adalah jejaring dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah⁵³. Lokasi bank

53 Wahjono, I. Sentot, *Manajemen Pasaran Bank*, (Yogyakarta: Graham Ilmu, 2010), h.126.

adalah tempat dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri. Jadi, dapat disimpulkan bahwa lokasi bank adalah tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam (bank syariah).

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan badan usaha dalam pengertian lain lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Oleh karena itu jejaring pemasaran bank tidak hanya berupa kantor bank sendiri dimana disediakan produk dan jasa bank sendiri tetapi termasuk juga kantor bank lain dan mesin ATM bank lain dimana produk dan jasa bank dapat dimanfaatkan. Penentuan lokasi bank merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor bank harus dibangun ditempat yang strategis, dekat dengan nasabah berada, mudah pencapaiannya, dekat dengan penyedia tenaga kerja, dan dekat dengan Bank Indonesia. Selain penentuan tempat kantor bank, penentuan tata letak (*lay-out*) kantor di luar (*out-dor*) dan tata letak kantor di dalam (*in-dor*) menjadi bahasa penting perbankan. Nasabah harus merasa nyaman dengan tata letak bank. Mulai saat nasabah memasuki halaman bank, memarkir kendaraanya, keteduhan halaman, keamanan halaman parkir, kemudian pencapaian kantor depan (*front office*) dimana nasabah bisa melakukan transaksi perbankan, kenyamanan uang dalam, tata letak teller, CS (*Customer Service*), dan rak-rak aplikasi, meja-meja untuk mengisi aplikasi, ruang tunggu, tata penerangan ruangan, ketersediaan musik dan media televisi diruang tunggu layanan, sampai pada sistem antrian layanan. Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah untuk mendekatkan diri dengan nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah kredit, namun selain itu

terdapat beberapa tujuan dalam penentuan lokasi bank, yaitu⁵⁴:

- a)** Memudahkan pelayanan nasabah dengan mendekati dan memudahkan pencapaiannya (aksesibilitas). Termasuk dalam pengertian aksesibilitas ini adalah bukan hanya dekatnya jarak, tetapi juga kemudahan menjangkaunya dari angkutan umum, terletak di jalan yang mudah di jangkau dari arah mana saja, terletak di tengah kota, dan banyak dilewati angkutan kota sepanjang jam kerja kantor bank. Termasuk kemudahan dalam hal parkir kendaraan.
- b)** Kemudahan pemasangan dan ketersambungan dengan jejaring teknologi.
- c)** Lokasi memungkinkan bank menata kantor dan tata letak in/out-door dengan leluasa sehingga mendukung ketersediaan parkir ruang layanan, ruang tunggu dan sarana layanan lainnya sehingga mampu membuat kenyamanan dan kepuasan nasabah dalam memanfaatkan produk dan jasa bank.
- d)** Tata letak di dalam kantor memungkinkan sistem antrian yang efektif tapi sekaligus efisien. Dukungan penataan udara ruangan, kelapangan lokasi antrian, dukdungan hiburan ditempat antrian (audio-vodio) adalah hal yang perlu di perhatikan.
- e)** Memudahkan tenaga kerja penggerak kanror bank dalam mencapainya. Hal ini diharapkan dapat mempermudah karyawan dalam melayani nasabah dengan baik tanpa di ganggu dengan keterlambatan masuk kantor dengan alasan jalanan ramai dan padat.

C. Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan

⁵⁴*ibid*,h.128.

pada penelitian ini antara lain adalah:

1. Raja Sakti Putra Harahap (2016)⁵⁵ yang berjudul *Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Preferensi Masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan*. Perbedaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah faktor-faktornya, dalam penelitian terdahulu membahas tiga (3) faktor, yaitu faktor pelayanan, faktor faktor produk dan religi. Sedangkan penelitian penulis membahas 4 (empat) faktor yaitu faktor pelayanan, faktor produk, faktor religiusitas dan faktor lokasi. Periode penelitian terdahulu berlangsung pada tahun 2016, sedangkan penelitian yang sekarang berlangsung pada tahun 2019.
2. Finna Putri Barna (2010)⁵⁶ yang berjudul *“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Mega Syariah KCP Panglima Polim)”*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat tujuh (7) faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah, yaitu faktor SDM, faktor syariah, faktor lokasi, faktor sikap terhadap fatwa, faktor social,

55 Raja Sakti Putra Harahap. “Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Preferensi Masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan” dalam *Jurnal Al-Qasd*, Vol.I No.1 Agustus 2016, h.20.

56Finna Putri Barna, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Syariah” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010), h.176.

faktor produk dan fasilitas, dan faktor merek. Sedangkan dalam penelitian penulis hanya empat (4) faktor, penelitian ini juga dilaksanakan di Kabupaten Serdang Bedagai yang berbeda dari penelitian terdahulu.

3. Boy Rahmadhan Gea (2018)⁵⁷ *“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah terhadap Produk Pembiayaan Multijasa pada PT. BPRS Al-Washliyah Kota Medan”* Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah pada PPR di Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Kampung Baru Medan yang berlangsung pada tahun 2018, sedangkan penelitian penulis berlangsung pada tahun 2019 dan membahas faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap minat menabung pada Bank Syariah.
4. Angga Febrian (2016)⁵⁸ *“Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil pada PT. Astra Internasional Isuzu Lampung”* Perbedaan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu mengangkat variabel-variabel yang berpengaruh pada keputusan pembelian. Sedangkan

57Boy Rahmadhan Gea, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah terhadap Produk Pembiayaan Multijasa pada PT. BPRS Al-Washliyah Kota Medan” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2018), h.47.

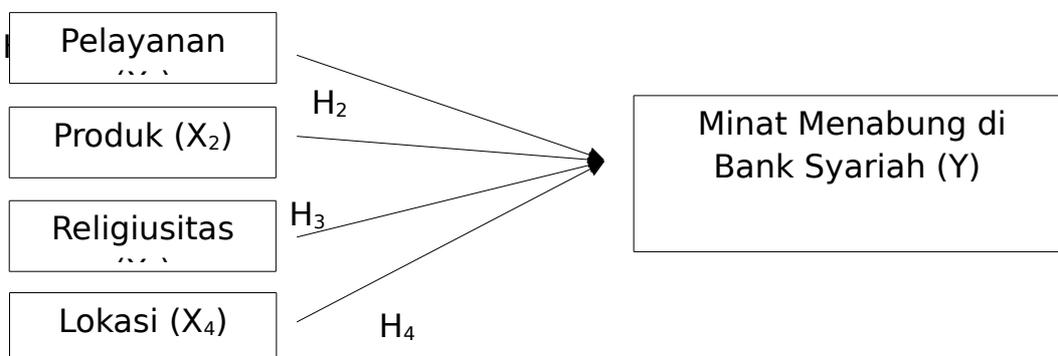
58Angga Febrian, “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada PT Astra Internasional Isuzu Lampung”, (Tesis, Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, 2016), h.116

penelitian ini tentang faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap minat menabung pada bank Syariah.

D. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis (pemikiran) merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang menjadi acuan penelitian yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan, disusun dalam bentuk matrik, bagan atau gambar.⁵⁹

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat terhadap Bank Syariah di Kabupaten Serdang Bedagai, namun dalam penelitian ini faktor-faktor yang dianalisis adalah pelayanan, produk, religiusitas dan lokasi. Analisis tersebut akan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



⁵⁹Azhari Akmal Tarigam, et.al., *Pedoman Pemilihan Proposal dan Skripsi Ekonomi Islam*, (Medan: Wal Ashri Publishing, 2013), h.17.

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Keterangan:

- : Pengaruh masing-masing variable
- H₁ : Pengaruh (X₁) terhadap Y
- H₂ : Pengaruh (X₂) terhadap Y
- H₃ : Pengaruh (X₃) terhadap Y
- H₄ : Pengaruh (X₄) terhadap Y

E. Hipotesa

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu *hypo* (belum tentu benar) dan tesis (kesimpulan). Hipotesis sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis di antara dua atau lebih variabel yang diungkap dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Dengan demikian, ada keterkaitan antara perumusan masalah dengan hipotesis, karena perumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian. Pertanyaan ini harus dijawab pada hipotesis. Jawaban hipotesis ini didasarkan pada teori dan empiris, yang telah dikaji pada kajian teori sebelumnya.⁶⁰

Hipotesis penelitian ini adalah :

H₁: Faktor pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Serdang Bedagai.

⁶⁰Juliansyah noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana prenadamedia group, 2016), h.79.

- H₀₁ : Faktor pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Serdang Bedagai.
- H₂ : Faktor produk berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Serdang Bedagai.
- H₀₂ : Faktor produk tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Serdang Bedagai.
- H₃ : Faktor religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Serdang Bedagai.
- H₀₃ : Faktor religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Serdang Bedagai.
- H₄ : Faktor produk berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Serdang Bedagai.
- H₀₄ : Faktor produk tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kabupaten Serdang Bedagai.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Berhubungan dengan judul yang akan diteliti, maka penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk

meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶¹ Tujuannya untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.⁶²

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai Daerah Provinsi Sumatera Utara. Dan penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Januari 2019.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada.⁶³ Untuk data primer diperoleh langsung dari hasil angket yang diberikan kepada masyarakat di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Angket yang diberikan kepada masyarakat yang bertempat tinggal di Kecamatan Perbaungan karena dekatnya lokasi cabang Bank Syariah yang ada di Kabupten Serdang Bedagai dengan Kecamatan

61Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2016), hlm.7

62Ibid, h.17.

63 Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 66.

Perbaungan. Oleh karena itu, lokasi penyebaran angket di lokasi Perbaungan.

Dimana skala penilaian yang digunakan untuk setiap responden adalah skala likert dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5
- b. Setuju (S) dengan skor 4
- c. Netral (N) dengan skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Adapun data sekundernya data-data yang mendukung data primer yang diperoleh dari sumber-sumber bacaan, arsip-arsip (dokumen-dokumen, buku-buku referensi, jurnal, dan internet atau *website* serta literatur-literatur pustaka lainnya).⁶⁴

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan kumpulan elemen-elemen berkaitan dengan apa yang peneliti harapkan dalam mengambil beberapa kesimpulan.⁶⁵Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Karena kecamatan Perbaungan adalah tempat Bank Syariah beroperasi.

⁶⁴*Ibid*, h.76.

⁶⁵ Arfan Ikhsan dan Misri (ed.), *Metodologi Penelitian untuk Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012, h. 141.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Serdang Bedagai, diperoleh informasi ada 103.296 jiwa masyarakat yang terdapat di Kecamatan Perbaungan.⁶⁶

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah maupun karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan dipilih secara hati-hati dari populasi tersebut.⁶⁷ Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari responden. Data yang diambil adalah dari sampel yang mewakili seluruh populasi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* dengan metode *Accidental Sampling*, yaitu teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti digunakan sebagai sampel yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Sampel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus *Slovin*, sebagai berikut.⁶⁸

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

Dimana:

n: Ukuran sampel

66 Badan Pusat Statistik Kabupaten Serdang Bedagai, "Jumlah Penduduk Berumur 15 Tahun Ke Atas yang Bekerja Selama Seminggu yang Lalu Menurut Status Pekerjaan Utama dan Jenis Kelamin di Kabupaten Serdang Bedagai, 2015" <https://serdangbedagaikab.bps.go.id>. Diunduh pada tanggal 14 Maret 2019.

67 *Ibid*, h. 142.

68 Rasady Ruslan, *Metode Penelitian: Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003), h.150

N: Ukuran populasi

e: Persentasi kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel (10%)

1: Nilai konstan

Taraf kesalahan yang digunakan peneliti adalah 10% (0,1):⁶⁹

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

$$n = \frac{103.296}{1 + (103.296 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{103.296}{1.033,96}$$

$$n = 99,9$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yng digunakan dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 responden.

E. Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah suatu defenisi yang dinyatakan dalam bentuk istilah yang diuji secara spesifik atau dengan pengukuran kinerja.

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.⁷⁰ Dalam penelitian ini

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Alfabeta: Bandung, 2011), hlm. 81

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, cet.23, 2016), h. 61.

yang menjadi variabel independen atau variabel bebas

adalah Pelayanan, Produk, Religiusitas, dan Lokasi.

- a) Pelayanan (X_1)
- b) Produk (X_2)
- c) Religiusitas (X_3)
- d) Lokasi (X_4)

Tabel 3.1 Indikator Variabel Independen (X)

Variabel	Dimensi	Indikator
Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tangible</i> (berwujud) - <i>Reliability</i> (kehandalan) - <i>Responsiveness</i> (responsif) - <i>Assurance</i> (jaminan) - <i>Emphaty</i> (empati) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ruang tunggu pelayanan - Loker pelayanan - Penampilan petugas pelayanan - Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan - Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan - Keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan - Respon petugas pelayanan terhadap keluhan warga - Respon petugas pelayanan terhadap saran warga - Respon petugas pelayanan terhadap kritikan warga - Kemampuan administrasi petugas

		<ul style="list-style-type: none"> pelayanan - Kemampuan teknis petugas pelayanan - Kemampuan sosial petugas pelayanan - Perhatian petugas pelayanan - Kepedulian petugas pelayanan - Keramahan petugas pelayanan
Produk	<ul style="list-style-type: none"> - Kinerja - Ciri-ciri - Kehandalan - Kesesuaian dengan spesifikasi - Daya tahan - Serviceability - Estetika 	<ul style="list-style-type: none"> - Karakteristik operasi produk - Karakteristik sekunder atau pelengkap - Kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau kegagalan - Sejauh mana operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya - Berapa lama produk dapat terus digunakan - Bagaimana penanganan keluhan apakah telah memuaskan - Daya tarik produk terhadap panca indera atau yang dirasakan masyarakat
Religiustas	<ul style="list-style-type: none"> - Keyakinan - Praktik Agama 	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat menggunakan jasa Bank Syariah karena

	<ul style="list-style-type: none"> - Rasa/pengalaman - Pengetahuan - Konsekuensi 	<ul style="list-style-type: none"> - kewajiban - Karena ingin mengamalkan perintah agama - Sebagai ungkapan rasa syukur kepada Allah SWT - Karena mengetahui riba haram - Masyarakat mengetahui konsekuensi jika melanggar perintah agama
Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> - Akses - Visibilitas - Lalu lintas - Tempat parkir - Ekspansi - Lingkungan - Pesaing 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi - Lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal - Banyaknya orang yang lalu lalang - Kepadatan dan kemacetan lalu lintas - Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman - Tersedianya tempat yang cukup luas - Daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan

	- Peraturan pemerintah	<ul style="list-style-type: none"> - Mempertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama dengan pesaing - Apakah terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk atau tempat ibadah
--	------------------------	---

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁷¹Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menabung di Bank Syariah.

Tabel 3.2 Indikator Variabel Dependen (Y)

Variabel	Dimensi	Indikator
Minat Menabung	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Attention</i> (perhatian) - <i>Interest</i> (Ketertarikan) - <i>Disire</i>(keinginan) - <i>Conviction</i> (keyakinan) 	<ul style="list-style-type: none"> - Perhatian besar dari konsumen terhadap suatu produk - Timbulnya ketertarikan konsumen pada produk - Adanya keinginan konsumen pada produk - Keputusan konsumen menggunakan produk

F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Berbagai data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan berbagai metode, yaitu:

1. Studi Pustaka

Di dalam pengumpulan data study pustaka penulis memperoleh data-data dari buku, serta bacaan-bacaan lain yang berhubungan dengan judul penelitian.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.⁷²

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.⁷³

Adapun jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup yaitu angket yang memungkinkan responden hanya memilih alternatif jawaban yang disediakan.

G. Analisis Data

⁷²*Ibid*, h. 137-138.

⁷³*Ibid*, 199.

Analisis data merupakan salah satu bagian dari proses penelitian. Analisis data berarti menginterpretasikan data-data yang telah dikumpul dari lapangan dan telah diolah sehingga menghasilkan informasi tertentu.⁷⁴

Untuk mengadakan pengujian terhadap hipotesis ini dan menjawab rumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka penulis menggunakan analisis data. Analisis data yang akan diuji dalam penelitian ini, yaitu:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yaitu dalam penggunaan regresi, terhadap dua asumsi dasar yang terpenting sebagai syarat penggunaan metode regresi. Dengan dipenuhinya asumsi tersebut, maka hasil yang diperoleh dapat lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan.

a) Uji Normalitas

Hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji dengan statistik parametris. Penggunaan statistik parametris mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data.⁷⁵

Uji normalitas adalah suatu jenis uji statistic untuk menentukan apakah sampel berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini sangat penting dilakukan mengingat seringnya penelitian yang mengaggap atau berasumsi bahwa sampel yang diteliti berdistribusi normal sebelum melakukan pengolahan data pada suatu pengamatan sampel. Uji normalitas data dilakukan dengan melihat

74 Azuar Juliandi dan Irfan(ed.), *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung: Ciptapustaka Media Perintis, 2013), h. 88.

75*ibid*, h. 171-172.

normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.⁷⁶ Uji ini dilakukan dengan cara melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal atau grafik. Apabila data menyebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Pengujian normalitas ini dapat dilakukan melalui analisis grafik dan analisis statistik.⁷⁷

Selain dengan melihat kuva *p-plot*, uji normalitas dapat juga dilakukan dengan metode *kolmogorov smirnov*. Uji *kolmogorov smirnov* adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Seperti pada uji beda biasa, jika signifikansi di bawah 0,05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan, dan jika signifikansi di atas 0,05 maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan. Penerapan pada uji *kolmogorov smirnov* adalah bahwa jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai

⁷⁶Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2005), h.26.

⁷⁷*Ibid*, h.27.

perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Linearitas

Uji Linearitas di gunakan untuk memilih model regresi yang akan digunakan. Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan secara linear antara variabel dependen terhadap setiap variabel independen yang hendak diuji. Jika suatu model tidak memenuhi syarat linearitas maka model regresi linear tidak bisa digunakan. Untuk menguji linearitas suatu model dapat digunakan uji linearitas dengan melakukan regresi terhadap model yang ingin diuji. Aturan untuk keputusan linearitas dapat dengan membandingkan nilai signifikansi dari deviation from linearity yang dihasilkan dari uji linearitas (menggunakan bantuan SPSS) dengan nilai alpha yang digunakan. Jika nilai signifikansi dari Deviation from Linearity $>$ alpha (0,05) maka nilai tersebut linear.

c) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolonieritas, dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan

Value Inflation Factor (VIF). Untuk melihat nilai *tolerance*, apabila nilai *tolerance* $>0,10$ maka tidak terjadi multikolonieritas. Sebaliknya jika nilai *tolerance* $<0,10$ maka terjadi multikolonieritas. Sedangkan untuk melihat nilai VIF, apabila nilai VIF > 10 , terjadi multikolonieritas. Sebaliknya jika VIF <10 , tidak terjadi multikolonieritas.

d) Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas yaitu suatu pengujian yang digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik tidak terjadi heterokedastisitas. Jika *Scatterplot* membentuk pola tertentu hal itu menunjukkan adanya masalah heterokedastisitas pada model regresi yang dibentuk. Sedangkan jika *Scatterplot* menyebar secara acak di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y maka hal itu menunjukkan tidak terjadinya masalah heterokedastisitas pada model regresi yang dibentuk jelas, serta titik-titik menyebar maka tidak terjadi heterokedastisitas.⁷⁸

Selain dengan melihat *Scatterplot*, uji heterokedastisitas dapat dilakukan juga dengan uji *glejser*. Uji *glejser* mengusulkan untuk meregresikan nilai *absolute residual* yang diperoleh atas variabel bebas. Adapun prosedur pengujiannya adalah dengan cara meregresi nilai *absoluteresidual* terhadap variabel dependen *undstandardized residual* sebagai variabel dependen, sedangkan variabel independennya adalah variabel X_1, X_2, X_3, X_4 . Sedangkan dasar pengambilan

⁷⁸Suliyanto, *Ekonometrika Terapan*, (Yogyakarta: ANDI, 2003), h.95.

keputusan adalah jika $t_{test} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya dalam persamaan regresi tersebut terdapat heterokedastisitas dan jika $t_{test} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya dalam persamaan regresi tersebut tidak terdapat heterokedastisitas.⁷⁹

2. Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan jika terdapat lebih dari satu buah variabel independen dan hanya ada satu buah variabel dependen. Analisis regresi bertujuan untuk memprediksi perubahan nilai variabel dependen akibat pengaruh dari nilai variabel independen.⁸⁰ Persamaan regresi berganda yaitu:

$$Y = a_1 + a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3 + a_4X_4 + e$$

Y = Variabel dependen
 a = Konstanta
 $a_1 a_2 a_3 a_4$ = Koefisien regresi
 X_1 = Pelayanan
 X_2 = Produk
 X_3 = Religiusitas
 X_3 = Lokasi
 e = Error

3. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, dilakukan dengan pengujian secara parsial menggunakan uji t, serta pengujian koefisien determinasi (R^2).

a) Koefisien Determinasi

⁷⁹Anton Bawono, *Multivariate Analysis dengan SPSS*, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006), h.141.

⁸⁰*ibid*, h.164.

Koefisien determinasi adalah ukuran (besaran) untuk menyatakan tingkat kekuatan hubungan dalam bentuk persen (%). Besaran ini dinyatakan dengan notasi R.⁸¹ Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

b) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen yang digunakan dalam model regresi secara bersama-sama atau simultan dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Sebaliknya, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

c) Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) yaitu untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan nilai kritis sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05.

Kriteria pengambilan keputusan dapat disimpulkan sebagai berikut:

H_a diterima dan H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

81 Andi Supangat, *Statistika dalam Pengkajian Deskriptif, Inferensi dan Non-Parametrik*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), h. 341.

H_a ditolak dan H_o diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

G. Temuan Penelitian

1. Gambaran Umum Kabupaten Serdang Bedagai

Kabupaten Serdang Bedagai yang beribukota Sei Rampah adalah kabupaten yang baru dimekarkan dari Kabupaten Deli Serdang sesuai dengan UU RI Nomor 36 Tahun 2003 pada tanggal 18 Desember 2003 tentang Pembentukan Kabupaten Samosir dan Kabupaten Serdang Bedagai pada 18 Desember 2003, pada masa pemerintahan Presiden Megawati Soekarnoputri.

Bupati pertama adalah Ir. H.T. Erry Nuradi, M.Si dan Wakil Bupati nya Ir. H. Soekirman Kedua pimpinan ini dikenal sebagai pimpinan yang sangat kompak, sehingga menjadikan Serdang Bedagai menjadi kabupaten pemekaran terbaik di Indonesia, dan kabupaten terbaik di Sumatera Utara.

Proses lahirnya undang-undang tentang pembentukan Kabupaten Serdang Bedagai sebagai kabupaten pemekaran merujuk pada usulan yang disampaikan melalui Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Sumatera Utara Nomor 18/K/2002 tanggal 21 Agustus 2002 tentang Persetujuan Pemekaran Kabupaten Deli Serdang.

Kemudian Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Deli Serdang Nomor 26/K/DPRD/2003 tanggal 10 Maret 2003 tentang Persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Deli Serdang Atas Usul Rencana Pemekaran Kabupaten Deli Serdang menjadi 2 (dua) Kabupaten (Kabupaten Deli Serdang (Induk), dan Kabupaten Serdang Bedagai. Kabupaten yang luasnya mencapai 1.900,22 kilometer

persegi ini, terdiri atas 243 desa/kelurahan yang berada dalam 13 kecamatan.

2. Kondisi Geografis dan Batas Administrasi

Kabupaten Serdang Bedagai merupakan salah satu Kabupaten yang berada di kawasan Pantai Timur Sumatera Utara. Secara geografis Kabupaten Serdang Bedagai terletak pada posisi 20 57'' Lintang Utara, 30 16'' Lintang Selatan, 980 33'' - 990 27'' Bujur Timur dengan ketinggian berkisar 0 – 500 meter di atas permukaan laut.

Kabupaten Serdang Bedagai memiliki area seluas 1.900,22 Km² (190.022 Ha) yang terdiri dari 17 Kecamatan dan 243 Desa/Kelurahan. Secara administratif Kabupaten Serdang Bedagai berbatasan dengan beberapa daerah, yaitu :

- Sebelah Utara : Selat Malaka
- Sebelah Timur : Kabupaten Batu Bara dan Simalungun
- Sebelah Selatan : Kabupaten Simalungun
- Sebelah Barat : Kabupaten Deli Serdang

Ibukota Kabupaten Sedang Bedagai terletak di Kecamatan Sei Rampah yaitu Kota Sei Rampah. Bila dilihat dari luas wilayah per Kecamatan berdasarkan jumlah 17 (tujuh belas) kecamatan, maka dapat dilihat Kecamatan Dolok Masihul mempunyai proporsi terluas 237.417 Km² (12,49 % dari luas wilayah Kabupaten Serdang Bedagai), sedangkan kecamatan yang paling kecil wilayahnya adalah Kecamatan Serbajadi dengan luas 50.690 Km² (2,67 % dari luas wilayah Kabupaten Serdang Bedagai).

Tabel I Luas Wilayah Kabupaten Serdang Bedagai Per Kecamatan Tahun 2015.

Tabel 4.1 Luas Wilayah Luas Kabupaten Serdang Bedagai menurut Kecamatan

<i>Kecamatan</i>	<i>Luas</i>	<i>Rasio terhadap Luas Total</i>
(1)	(2)	(3)
01. Kotarih	78,02	4,11
02. Silinda	56,74	2,99
03. Bintang Bayu	95,59	5,03
04. Dolok Masihul	237,42	12,49
05. Serbajadi	50,69	2,67
06. Sipispis	145,26	7,64
07. Dolok Merawan	120,6	6,35
08. Tebing Tinggi	182,29	9,59
09. Tebing Syahbandar	120,3	6,33
10. Bandar Khalipah	116	6,1
11. Tanjung Beringin	74,17	3,9
12. Sei Rampah	198,9	10,47
13. Sei Bamban	72,26	3,8
14. Teluk Mengkudu	66,95	3,52
15. Perbaungan	111,62	5,87
16. Pegajahan	93,12	4,9
17. Pantai Cermin	80,3	4,23
Total	1 900,22	100

Sumber : BPS, Kabupaten Serdang Bedagai Dalam Angka Tahun 2015

H. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

a. Demografi Responden

Responden pada penelitian ini dilihat dari jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendidikan dan penghasilan akan dijelaskan lebih lanjut pada tabel di bawah ini.

1) Jenis kelamin

Tabel 4.2 : Responden dalam Sampel Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi
1	Laki-laki	54
2	Perempuan	46
Total		100

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan jenis kelamin dapat kita lihat dari tabel di atas laki-laki berjumlah 54 orang dan nasabah berjenis kelamin perempuan berjumlah 46 orang, atau persentase pada gambar grafik di atas bahwa persentase laki-laki 54% dan persentase perempuan 46%. Maka jumlah responden paling banyak dari jenis kelamin adalah pria.

2) Umur

Tabel 4.3 : Responden dalam Sampel Menurut Umur

No	Jenis Umur	Jumlah Responden
1	<20	25
2	21-30	67
3	31-40	6
4	41-50	1
5	>50	1
Total		100

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan jenis umur, dapat kita lihat dari tabel di atas responden yang berumur <20 tahun berjumlah 25 orang, responden yang berumur 21-30 tahun berjumlah 67 orang, responden yang berumur 31-40 tahun berjumlah 6 orang, responden yang berumur 41-50 tahun

berjumlah 1 orang, dan responden yang berumur >50 tahun berjumlah 1 orang. Maka jumlah responden terbanyak berdasarkan jenis umur yaitu masyarakat yang berumur 21-30 tahun.

3) Pekerjaan

Tabel 4.4 : Responden dalam Sampel Menurut Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden
1	PNS	14
2	Pegawai Swasta	9
3	Ibu Rumah Tangga	2
4	Wiraswasta	11
5	Lain-lain	64
Total		100

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan jenis pekerjaan, dapat kita lihat dari tabel di atas responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS berjumlah 14 orang, responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Swasta berjumlah 9 orang, responden yang memiliki pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga berjumlah 2 orang, responden yang memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta berjumlah 11 orang, dan responden yang memiliki pekerjaan sebagai Lain-lain berjumlah 64 orang. Maka jumlah responden terbanyak berdasarkan jenis pekerjaan yaitu masyarakat yang bekerja sebagai lain-lain. Lain-lain tersebut disini kebanyakan responden menjawab sebagai pengusaha.

4) Pendidikan

Tabel 4.5 : Responden dalam Sampel Menurut Jenis Pendidikan

No	Jenis Pendidikan	Jumlah Responden
1	SD	0
2	SMP/MTS	2
3	SMA/MA	49
4	Sarjana	49

5	Lain-lain	0
Total		100

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan jenis pendidikan, dapat kita lihat dari tabel di atas responden yang memiliki pendidikan SD berjumlah 0 orang, responden yang memiliki pendidikan SMP/MTS berjumlah 2 orang, responden yang memiliki pendidikan SMA/MA berjumlah 49 orang, responden yang memiliki pendidikan S1/S2 berjumlah 49 orang, dan responden yang memiliki pendidikan sebagai Lain-lain berjumlah 0 orang. Maka jumlah responden terbanyak berdasarkan jenis pendidikan yaitu masyarakat yang memiliki pendidikan SMA dan Sarjana(S1/S2).

5) Penghasilan

Tabel 4.6 : Responden dalam Sampel Menurut Jenis Penghasilan

No	Jenis Penghasilan	Jumlah Responden
1	<Rp.500.000	34
2	Rp.500.000- Rp.2.000.000	39
3	Rp.2.000.000- Rp.4.000.000	8
4	Rp.4.000.000- Rp.6.000.000	15
5	>Rp.6.000.000	4
Total		100

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan jenis pendidikan, dapat kita lihat dari tabel di atas responden yang

memiliki penghasilan <Rp.500.000 berjumlah 34 orang, responden yang memiliki penghasilan Rp.500.000-Rp.2.000.000 berjumlah 39 orang, responden yang memiliki penghasilan Rp.2.000.000-Rp.4.000.000 berjumlah 8 orang, responden yang memiliki penghasilan Rp.4.000.000-Rp.6.000.000 berjumlah 15 orang, dan responden yang memiliki penghasilan >Rp.6.000.000 berjumlah 4 orang. Maka jumlah responden terbanyak berdasarkan jenis penghasilan yaitu masyarakat yang memiliki penghasilan Rp.500.000 – Rp.2.000.000.

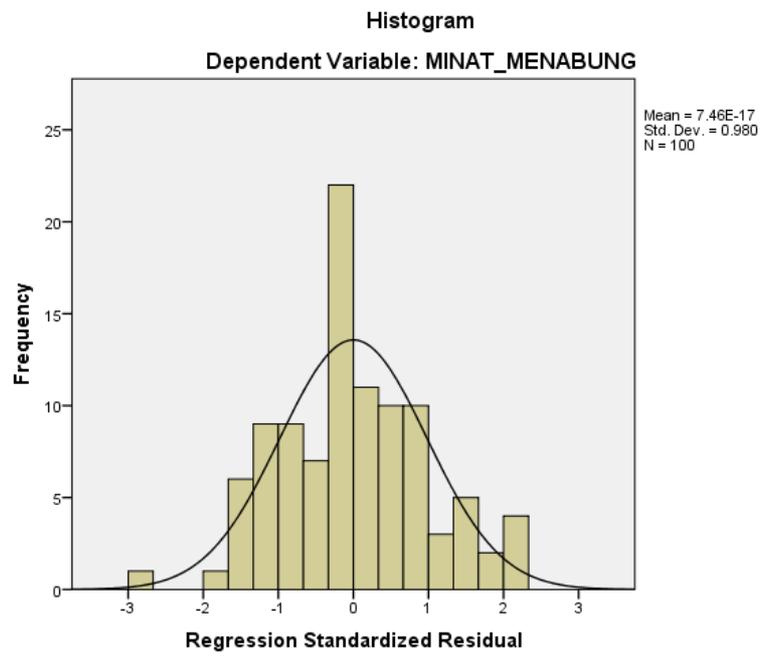
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisa grafik yang dihasilkan melalui analisa grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan perangkat lunak SPSS versi 20.0.

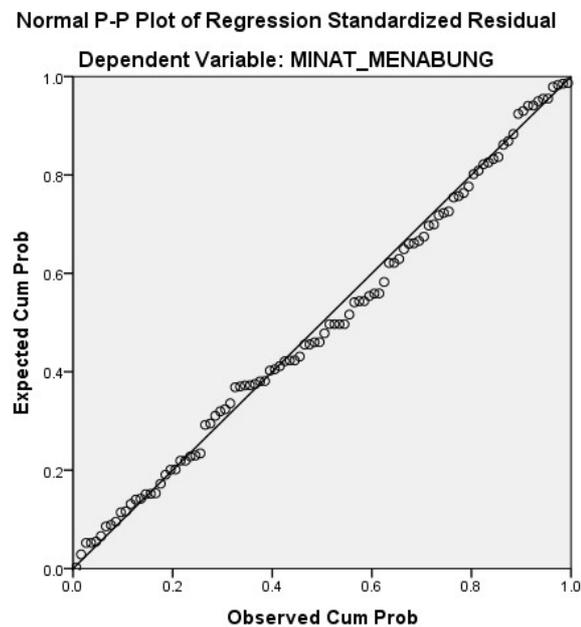
Pengujian dengan menggunakan analisa grafik, berikut pola grafik hasil pengolahan SPSS versi 20.0 dapat dilihat pada Gambar. 4.1 di bawah ini:

Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas



Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 2019

Gambar 4.2 Pola grafik Uji Normalitas



Untuk model regresi pada penelitian ini sudah memenuhi asumsi normalitas hal ini dapat dilihat dari histogram yang tidak condong kekiri maupun kekanan dan normal P-plot yang menggrafikkan titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal model regresi layak dipakai untuk memprediksi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat.

b. Uji Linieritas

Tabel 4.7 Hasil Uji Linieritas

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7316.493	4	1829.123	9.496	.000 ^b

Residual	18299.507	95	192.626		
Total	25616.000	99			

a. Dependent Variable: MINAT_MENABUNG

b. Predictors: (Constant), LOKASI, RELIGIUSITAS, PELAYANAN, PRODUK

Sumber: hasil pengolahan data sekunder, SPSS 2019

Jika nilai signifikan < 0.05 maka data tersebut valid (tidak bersifat linier), dapat dilihat pada hasil SPSS bahwa nilai signifikan $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut valid dan tidak bersifat linier.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.8 di bawah ini.

Table 4.8
Hasil Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	9.709	5.186			
1 PELAYANAN	.136	.069	.188	.834	
PRODUK	-.141	.092	-.171	.600	
RELIGIUSITAS	2.221E-010	.000	.042	.937	
LOKASI	.445	.087	.537	.687	

Sumber: hasil pengolahan data sekunder, SPSS 2019

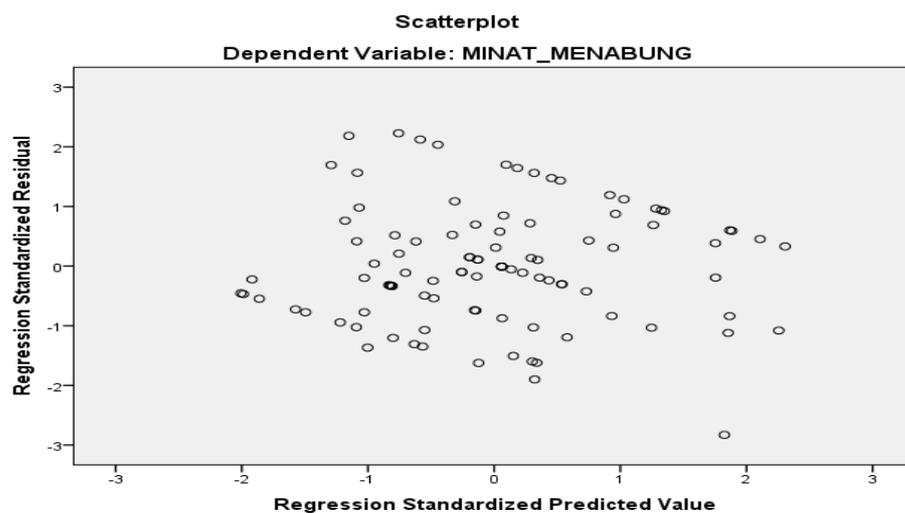
Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dilihat model regresi bebas multikolinieritas karena nilai tolerance semua variabel > 0.10 . yaitu nilai tolerance pelayanan sebesar $0.834 > 0.10$, nilai tolerance produk sebesar $0.600 > 0.10$, nilai tolerance religiusitas sebesar 0.937

>0.10 , dan nilai tolerance lokasi sebesar $0.687 >0.10$. VIF variabel independen < 10 , yaitu: variabel pelayanan sebesar $1.199 < 10$, variabel produk sebesar $1.666 < 10$, dan variabel religiusitas sebesar $1.067 < 10$, dan variabel lokasi sebesar $1.456 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas dalam regresinya.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *Standardized Delete Residual* nilai tersebut. Sehingga model juga terbebas dari heteroskedastitas. Sehingga model juga terbebas dari heteroskedastitas hal ini dapat dilihat pada scatterplot yang menggrafikkan titik data yang menyebar dan titik mengumpul membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.4 sebagai berikut:

Gambar 4.3 Scatterplot



Sumber: hasil pengolahan data sekunder, SPSS 2019

Terlihat pada grafik *Scatterplot* diatas bahwa titik menyebar secara acak baik dibawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi Heterokedastisitas model regresi. Maka data yang digunakan memenuhi syarat untuk dilakukan regresi berganda.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat pengaruh secara serempak dan parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian secara parsial masing-masing variabel bebas dimaksudkan untuk mengetahui apakah secara individual variabel faktor pelayanan mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap minat menabung. Untuk uji parsial digunakan uji *t* dengan ketentuan apabila hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka keputusan yang diambil H_0 yang ditolak dan H_1 diterima, dan sebaliknya. Untuk uji parsial digunakan uji *t* dengan ketentuan apabila hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka keputusan yang diambil H_0 yang ditolak dan H_1 diterima, dan sebaliknya.

Sedangkan pengujian serempak digunakan uji F dengan ketentuan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} keputusan yang diambil H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan sebaliknya.

a. Uji model R^2

Tabel 4.9
Uji R- Square

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.534 ^a	.286	.256	13.87899	1.973

a. Predictors: (Constant), LOKASI, RELIGIUSITAS, PELAYANAN, PRODUK

b. Dependent Variable: MINAT_MENABUNG

Sumber: hasil pengolahan data sekunder, SPSS 2019

Dari table 4.9 nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,286 menunjukkan bahwa 28% variasi pelayanan, produk, religiusitas dan lokasi mampu menjelaskan variasi minat menabung sedangkan sisanya 73% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah masing- masing variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pelayanan (X1), produk (X2), religiusitas (X3), dan lokasi (X4) berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung (Y). Adapun hasil hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10

Uji t

Model	Coefficients ^a				Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.709	5.186		1.872	
PELAYANAN	.136	.069	.188	1.978	
1 PRODUK	-.141	.092	-.171	-1.529	
RELIGIUSITAS	2.221E-010	.000	.042	.468	
LOKASI	.445	.087	.537	5.129	

Sumber: hasil pengolahan data sekunder, SPSS 2019

Jika $t_{hitung} < t_{tabel} = H_1$ ditolak dan H_0 diterima, yaitu variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel} = H_1$ diterima dan H_0 ditolak, yaitu variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 20.0 dapat diketahui bahwa hasil uji t untuk variabel pelayanan (X1) diperoleh t hitung sebesar 1.978 dengan probabilitas sebesar 0.051. nilai probabilitas $0.051 > 0.05$ dengan menggunakan signifikansi (α) 0.05, maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 1.660. Dengan demikian, t-hitung (1.978) > t-tabel (1.660). Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara pelayanan (X1) terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah.

Hasil uji t untuk variabel produk (X2) diperoleh hasil t hitung sebesar -1.529 dengan probabilitas sebesar 0.130. nilai probabilitas $0.130 > 0.05$ dengan menggunakan signifikansi (α) 0.05, maka diperoleh nilai t- tabel sebesar 1.660. dengan demikian t- hitung (-1.529) < t-tabel (1.660). hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara produk terhadap minat minabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah.

Hasil uji t untuk variabel religiusitas (X3) diperoleh hasil t hitung sebesar 0.468 dengan probabilitas sebesar 0.641. Nilai probabilitas $0.641 > 0.05$ dengan menggunakan signifikansi (α) 0.05, maka diperoleh nilai t- tabel sebesar 1.660. dengan demikian t- hitung $0.468 < t$ -tabel (1.660). hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah.

Hasil uji t untuk variabel lokasi (X4) diperoleh hasil t hitung sebesar 5.129 dengan probabilitas sebesar 0.000. Nilai probabilitas $0.000 < 0.05$ dengan menggunakan signifikansi (α) 0.05, maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 1.660. Dengan demikian t-hitung (5.129) < t-tabel (1.660), dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh

antara lokasi (X4) terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah.

Dari hasil analisa tersebut, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, yaitu variabel pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat kabupaten serdang bedagai di Bank Syariah. Sedangkan untuk variabel produk dan religiusitas H_1 ditolak dan H_0 diterima, yaitu variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung (variabel terikat).

a. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian terhadap pengaruh semua variabel independent di dalam model dapat dilakukan dengan uji simultan atau uji keseluruhan (uji F). Uji statistic F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama- sama terhadap variabel dependent.

Table 4.11
Uji F
ANOVA^b

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7316.493	4	1829.123	9.496	.
Residual	18299.507	95	192.626		
Total	25616.000	99			

a. Dependent Variable: MINAT_MENABUNG

b. Predictors: (Constant), LOKASI, RELIGIUSITAS, PELAYANAN, PRODUK

Sumber: hasil pengolahan data sekunder, SPSS 2019

Nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0.05, yaitu $0.000 < 0.05$. $H_0 = 0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya secara bersama-sama (serempak) pelayanan, produk, religiusitas dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan, produk, religiusitas dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah.

4. Uji Model (Regresi Linier Berganda)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel pelayanan (X1), produk (X2), religiusitas (X3) dan lokasi (X4) terhadap minat menabung (Y) masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Table 4.12
Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Coefficients ^a				Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.709	5.186		1.872	
1 Pelayanan	.136	.069	.188	1.978	
Produk	-.141	.092	-.171	-1.529	
Religiusitas	2.221E-010	.000	.042	.468	
Lokasi	.445	.087	.537	5.129	

a. Dependent Variable: MINAT_MENABUNG

Sumber: hasil pengolahan data sekunder, SPSS 2019

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 9.709 + 0.136\text{PELAYANAN} + (-.141)\text{PRODUK} + 2.221\text{E-}010\text{RELIGIUSITAS} + 0,445\text{LOKASI}$$

Persamaan regresi tersebut memiliki makna:

- a. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta mempunyai arah koefisien regresi positif yaitu sebesar 9.709 artinya jika pelayanan, produk, religiusitas dan lokasi yang dijalankan mengalami kenaikan sebesar 1 maka minat menabung mengalami kenaikan sebesar 9.709.
- b. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linier berganda koefisien X1 (pelayanan) bernilai positif sebesar 0.136 artinya menunjukkan bahwa setiap kenaikan pelayanan sebesar 1, sementara produk, religiusitas dan lokasi dianggap konstan maka akan meningkatkan minat menabung sebesar 0.136. jika semakin besar tingkat pelayanan maka semakin meningkat pula minat menabung masyarakat.
- c. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linier berganda koefisien X2 (produk) bernilai negatif sebesar -.141. Menunjukkan jika produk tidak mempengaruhi dalam peningkatan minat menabung masyarakat.
- d. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linier berganda koefisien X3 (religiusitas) bernilai positif sebesar 2.221E-010 artinya menunjukkan jika religiusitas mengalami peningkatan sebesar satu satuan, sementara pelayanan, produk dan lokasi dianggap konstan maka akan menyebabkan kenaikan minat menabung masyarakat sebesar 2.221E-010.
- e. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linier berganda koefisien X4 (lokasi) bernilai positif sebesar 0.445 artinya menunjukkan jika lokasi mengalami peningkatan sebesar satu satuan, sementara pelayanan, produk dan religiusitas dianggap konstan maka akan menyebabkan kenaikan minat menabung masyarakat sebesar 0.445.

I. Pembahasan

1. Pengaruh Pelayanan (X1) terhadap Minat Menabung Masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah

Uji signifikansi ini dilakukan dengan menggunakan uji t (parsial) diambil kesimpulan dengan melihat signifikansi yang dibandingkan dengan α 5%, jika

nilai Sig $< \alpha$ H_0 ditolak, dan jika nilai Sig $> \alpha$ maka H_0 diterima. Jika

$t_{hitung} < t_{tabel} = H_1$ ditolak dan H_0 diterima, yaitu variabel bebas tidak

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} >$

$t_{tabel} = H_1$ diterima dan H_0 ditolak, yaitu variabel bebas memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 20.0 dapat diketahui bahwa hasil uji t untuk variabel pelayanan (X1) diperoleh t hitung sebesar 1.978 dengan probabilitas sebesar 0.051. nilai probabilitas $0.051 > 0.05$ dengan menggunakan signifikansi (α) 0.05, maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 1.660. Dengan demikian, t-hitung (1.978) $>$ t-tabel (1.660). Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara pelayanan (X1) terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah.

Pelayanan yang cepat dan akurat serta perilaku sopan karyawan sangat mempengaruhi minat nasabah bertransaksi. Kecepatan karyawan dalam melayani nasabah dan pemberian solusi atau menghadapi masalah memberi ketertarikan nasabah untuk melakukan transaksi, serta tidak pernah melakukan kesalahan pencatatan.

Pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan dapat dikategorikan cukup baik. Dapat dilihat hasil penelitian ini yaitu pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung. Kualitas pelayanan merupakan proses masyarakat untuk memilih, mengelola dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh tentang pelayanan yang diberikan, kemudian akan direspon melalui tindakan. Semakin banyak complain yang diterima bank

menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan bank kurang memuaskan, begitu pula sebaliknya.

2. Pengaruh Produk (X2) terhadap Minat Menabung Masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah

Dalam penelitian ini hasil uji t untuk variabel produk (X2) diperoleh hasil t hitung sebesar -1.529 dengan probabilitas sebesar 0.130. nilai probabilitas $0.130 > 0.05$ dengan menggunakan signifikansi (α) 0.05, maka diperoleh nilai t- tabel sebesar 1.660. dengan demikian t- hitung ($-1.529 < t$ - tabel (1.660)). Terdapat hubungan yang tidak signifikan antara Produk (X2) dengan Minat Menabung (Y).

Hal ini menunjukkan bahwa variabel produk tidak memiliki hasil yang positif terhadap minat menabung di bank syariah. Artinya produk yang tidak menarik tidak akan dapat menarik responden untuk menggunakan jasa bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Mukromin bahwa produk tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Hal ini dikarenakan tidak semua responden setuju bahwasannya produk yang ditawarkan bank syariah menguntungkan bagi mereka. Faktor yang lainnya juga adalah tidak semua responden familiar dengan apa-apa saja produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah sehingga mempengaruhi preferenssinya menabung pada perbankan syariah.

3. Pengaruh Religiusitas (X3) terhadap Minat Menabung Masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah.

Hasil uji t untuk variabel religiusitas (X3) diperoleh hasil t hitung sebesar 0.468 dengan probabilitas sebesar 0.641. Nilai probabilitas $0.641 > 0.05$ dengan menggunakan signifikansi (α) 0.05, maka diperoleh nilai t- tabel sebesar 1.660. dengan demikian t- hitung $0.468 < t$ -tabel (1.660). hal ini

menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah.

Munculnya bank syariah adalah karena dorongan yang kuat dari keyakinan agama baik secara tekstual maupun historis, dimana agama diyakini membahas kehidupan dan persoalan-persoalan pengelolaan keduniaan termasuk mengelola bank dan bagaimana bertransaksi.

Maka religiusitas seharusnya memiliki peran yang besar terhadap partisipasi masyarakat Indonesia terhadap bank syariah. Religiusitas sangat penting terhadap sesuatu dalam mengambil keputusan. Tinggi rendahnya kualitas seseorang akan mempengaruhi seseorang dalam memahami dan mengimplementasikan nilai-nilai islam dalam kehidupan sehari-hari.

Religiusitas menandakan seberapa sering individu menjalankan syariat agama yang telah dianutnya. Hal ini berarti masyarakat yang semakin sering menjalankan perintah-perintah agamanya maka semakin religius juga individu yang menjauhi larangan-larangan yang diajarkan oleh Islam maka ia akan semakin religius.

4. Pengaruh Lokasi (X4) terhadap Minat Menabung Masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah.

Hasil uji t untuk variabel lokasi (X4) diperoleh hasil t hitung sebesar 5.129 dengan probabilitas sebesar 0.000. Nilai probabilitas $0.000 > 0.05$ dengan menggunakan signifikansi (α) 0.05, maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 1.660. Dengan demikian t-hitung ($5.129 > 1.660$), dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara lokasi (X4) terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah.

Lokasi sangat berpengaruh terhadap jumlah masyarakat yang akan menjadi nasabah. Semakin jauh dari tempat masyarakat banyak, masyarakatpun akan enggan untuk menjadi nasabah di bank tersebut. Karena untuk mendatangi bank tersebut harus mengeluarkan biaya transportasi yang

menjadikannya semakin mahal. Lokasi suatu bank akan mempengaruhi kelancaran dari usaha perbankan tersebut.

Lokasi memberikan kontribusi yang cukup terhadap minat menabung yang dibebaninya. Artinya, semakin luas area lokasi yang disediakan akan berpengaruh pada minat menabung. Begitupun sebaliknya, semakin sempit area lokasi yang tersedia tidak cukup memadai akan berpengaruh terhadap minat menabung yang dibebankan.

Kedekatan lokasi maupun kestrategisan responden dalam melakukan transaksi menjadi pemicu untuk bertransaksi di Bank Syariah. Selain itu, gedung yang meliputi tata ruang, dan kondisi yang kondusif juga menjadi pertimbangan responden ketika sedang melakukan transaksi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada dasarnya tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelayanan, produk, religiusitas dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat kabupaten serdang bedagai di bank syariah. Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel pelayanan (X1) diperoleh t-hitung (1.978) > t-tabel (1.660), sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara pelayanan (X1) terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di bank syariah.
2. Variabel produk (X2) diperoleh hasil t hitung sebesar (-1.529) < t-tabel (1.660), hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara produk terhadap minat minabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di Bank Syariah.

3. Variabel religiusitas (X3) diperoleh hasil t hitung sebesar $0.468 < t\text{-tabel}$ (1.660), hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di bank syariah.
4. Variabel lokasi (X4) diperoleh hasil t hitung sebesar $(5.129) < t\text{-tabel}$ (1.660), dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara lokasi (X4) terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai di bank syariah.
5. Nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya secara bersama-sama (serempak) pelayanan, produk, religiusitas dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pembaca penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan tentang pelayanan, produk, religiusitas dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.
2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi yang dapat menjadi landasan perbandingan dalam melakukan penelitian.
3. Untuk bank syariah khususnya Bank Syariah Mandiri yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai harus bisa meningkatkan pelayanan, promosi dan terus meningkatkan produk dalam jasa perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrinet.*al.*,*Manajemen Pemasaran*,Jakarta:Rajawali Press,2013.

- Akmal Tarigan, Azhari *et.al.*, *Pedoman Pemilihan Proposal dan Skripsi Ekonomi Islam*, Medan: Wal Ashri Publishing, 2013.
- Al Arif, M Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfa Beta, 2012.
- Al-Albani, Nashiruddin, *Ringkasan Shahih Muslim*, Jakarta : Gema Insani Press, 2005.
- Al Hafidz, *Bulughul Maram Five in One : Teks Hadis, Terjemah, Kosakata, Abstraksi, Kesimpulan Hadis*, Bandung: Mizan Media Utama, 2008.
- Ali, Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta:Gema Insani, 2001.
- Asmar, Karina Halimah, "Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung pada Pt. Bank BRI Syariah Kcp. Sudirman Lubuk Pakam" Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Serdang Bedagai, "Jumlah Penduduk Berumur 15 Tahun Ke Atas yang Bekerja Selama Seminggu yang Lalu Menurut Status Pekerjaan Utama dan Jenis Kelamin di Kabupaten Serdang Bedagai, 2015" <https://serdangbedagaikab.bps.go.id>. Diunduh pada tanggal 14 Maret 2019.
- BankSyariah Mandiri, "Pencarian" <http://www.syariahmandiri.co.id>. Diunduh pada tanggal 14 Mei 2019.
- Bawono, Anton. *Multivariate Analysis dengan SPSS*, Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Sukses Publishing, 2012
- Handayani, dkk, "Pengaruh Religiutisitas Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek" dalam *Jurnal Distribusi*, Vol.6, No.2 September 2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP, 2005.

- Hasan, Nurul Ichsan. *Perbankan Syariah (Sebuah Pengantar)*, Jakarta : GP Press Group, 2014.
- Ikhsan, Arfandan Misri, *Metodologi Penelitian untuk Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012.
- Inayah, Nurul, dan Sri Sudiarti, “*Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di PT. BPRS Puduarta Insani*” dalam *Jurnal Ekonomi Islam, At-Tawassuth*, Vol.2, No.1 2017.
- Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Juliandi, Azuardan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013.
- Karim, Adiwarman. *Ekonomi Mikro Islam Ed.3*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2008.
- Machmud, Amir, dkk. *Bank Syariah Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, Jakarta; Penerbit Erlangga, 2010.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Prenada Media, 2013.
- Marimin, Agus. *etal.* “Perkembangan Bank Syariah di Indonesia” dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.I No.02, Juli 2015.
- Muflih, Muhammaf. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006.
- Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014.
- Musdholifah. “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2012-2014” dalam *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume IV Nomor 3, 2016.
- Mushaf Ar-Rasyid, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, Jakarta: Maktabah Al-fatih, cet.4, 2017.

- Mushaf As-Salam Al-Qur'an 1000 Doa. *Alqur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Al-Mizan Publishing House, 2009.
- Nurhasanah, Neneng, dkk. *Hukum Perbankan Syariah : Konsep dan Regulasi*, Jakarta; Sinar Grafika, 2017.
- Nofinawati. "Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia" dalam JURIS, Volume XIV: Nomor 2, Juli-Desember 2015.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilimiah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2016.
- Putra Harahap, Raja Sakti. "Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Preferensi Masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan" dalam *Jurnal Al-Qasd*, Vol.I No.1 Agustus 2016.
- Putri Barna,Finna. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Syariah" Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Rahmadhan Gea,Boy. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah terhadap Produk Pembiayaan Multijasa pada PT. BPRS Al-Washliyah Kota Medan" Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2018.
- Ridwan, M. dkk. *Ekonomi Pengantar Mikro dan Makro Islam*, Bandung: Ciptapustaka Media, 2013.
- Sehani,. "Analisis Preferensi Masyarakat Pesantren terhadap Bank Syariah" dalam *Jurnal Al-Iqtishad*, Edisi 11 Volume 1, 2015.
- Simamora, *Riset Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Gramedia Utama, 2004.
- Slamet, *Aspek-aspek Manajemen Pemasaran*, Bandung: Mandar Maju, 1992.
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2016.

- Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sukanto, *Fisiologi*, Jakarta: Integritas Press, 1997.
- Suliyanto, *Ekonometrika Terapan*, Yogyakarta: ANDI, 2003.
- Sumarwan,Ujang. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran*,Jakarta: Gramedia Utama,2008.
- Supangat,Andi.*Statistika dalam Pengkajian Deskriptif, Inferensi dan Non-Parametrik*, Jakarta: Prenada Media Group, 2007.
- Sutan Remy Sjahdeni, *Perbankan Syariah : Produk-produk dan aspek-aspek hukumnya*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1994.
- Trianto, Budi.*Riset Modeling*, Pekan Baru: Adh-Dhuha, 2016.
- Wahjono, I. Sentot,*Manajemen Pasaran Bank*, Yagyakarta: Graham Ilmu, 2010.
- Winardi, *Marketing dan Perilaku Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 1991.