

**PENGARUH PRODUK DANA PIHAK KETIGA (DPK),  
TINGKAT BAGI HASIL DAN FASILITAS TERHADAP  
MINAT INVESTASI MASYARAKAT PADA BANK SUMUT  
SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU SIMPANG KAYU  
BESAR**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**AZMI SAFDWI NUR AHMAD**

**NIM : 51.14.3.001**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**

**PENGARUH PRODUK DANA PIHAK KETIGA (DPK), TINGKAT BAGI  
HASIL DAN FASILITAS TERHADAP MINAT INVESTASI  
MASYARAKAT PADA BANK SUMUT SYARIAH KANTOR CABANG  
PEMBANTU SIMPANG KAYU BESAR**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Sumatera Utara**

**Oleh:**

**Azmi Safdwi Nur Ahmad**

**NIM : 51.14.3.001**

**Jurusan:**

**EKONOMI ISLAM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Azmi Safdwi Nur Ahmad  
NIM : 51143001  
Tempat/tgl. Lahir : Muara Bungo, 17 Juli 1995  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jl. Amat Tirto Gg. Teratai 9, Dusun 9, Bandar  
Khalipah, Percut Sei Tuan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh Produk Dana Pihak Ketiga, Tingkat Bagi Hasil dan Fasilitas Terhadap Minat Investasi Masyarakat Pada Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Simpang Kayu Besar** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan di dalamnya yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 18 September 2018

Yang membuat pernyataan



Azmi Safdwi Nur Ahmad

**PERSETUJUAN**

**PENGARUH PRODUK DANA PIHAK KETIGA (DPK),  
TINGKAT BAGI HASIL DAN FASILITAS TERHADAP  
MINAT INVESTASI MASYARAKAT PADA BANK  
SUMUT SYARIAH KANTOR CABANG  
PEMBANTU SIMPANG KAYU BESAR**

Oleh:

**Azmi Safdwi Nur Ahmad  
Nim: 51.14.3.001**

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

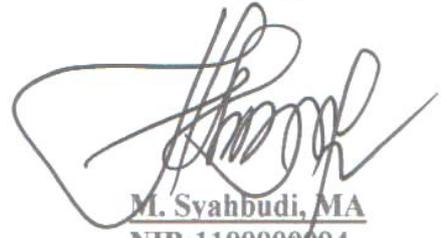
Medan, Juli 2018

**Pembimbing I**



**Dr. M. Ridwan, MA**  
NIP:197608202003121004

**Pembimbing II**



**M. Syahbudi, MA**  
NIB:1100000094

**Mengetahui  
Ketua Jurusan Ekonomi Islam**



**Dr. Marliyah, M.Ag**  
NIP: 197604262003122003

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “PENGARUH PRODUK DANA PIHAK KETIGA (DPK), TINGKAT BAGI HASIL DAN FASILITAS TERHADAP MINAT INVESTASI MASYARAKAT PADA BANK SUMUT SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU SIMPANG KAYU BESAR” an. Azmi Safdwi Nur Ahmad, NIM 51143001, Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 04 Oktober 2018. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 11 Oktober 2018  
Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Ekonomi Islam UIN-SU

Ketua,

(Dr. Marlyah, M.Ag)  
NIP 197601262003122003

Sekretaris,

(Tuti Anggraini, MA)  
NIP 197705312005012007

Anggota

1.

(Dr. Marlyah, M.Ag)  
NIP 197601262003122003

2.

(Tuti Anggraini, MA)  
NIP 197705312005012007

3.

(M. Syahbudi, MA)  
NIB 1100000094

4.

(Dr. Hj. Fenni Samri J Nst, S.HI, MA)  
NIP 197907012009122003

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



(Dr. Andri Soemtra, MA)  
NIP 197605072006041002

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fasilitas-fasilitas untuk berinvestasi yang di berikan lembaga keuangan bank syariah, yang mana investasi yang dilakukan masyarakat juga berperan penting dalam perkembangan bank syariah. Produk dana pihak ketiga (DPK), tingkat bagi hasil dan fasilitas yang pada penelitian ini akan menjadi variabel yang mempengaruhi, sedangkan minat investasi yang akan menjadi variabel yang dipengaruhi pada lembaga keuangan Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Simpang Kayu Besar. Sehingga diharapkan dapat memberikan hasil ataupun kesimpulan yang dapat berguna bagi semua pihak. Rumusan pada penelitian ini adalah apakah pengaruh produk dana pihak ketiga, tingkat bagi hasil dan fasilitas terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Simpang Kayu Besar secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan sampel penelitian sebanyak 44 responden yang merupakan nasabah Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar. Instrumen dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, dan diolah dengan menggunakan software SPSS versi 20. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pada uji parsial bahwa hanya tingkat bagi hasil yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi masyarakat, sedangkan variabel produk dana pihak ketiga dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat. Namun dari hasil uji simultan didapat hasil variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar, dengan nilai koefisien determinasi 80,3%. Jika membandingkan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil pada variabel produk DPK yang dilakukan Mufqi Firdi dan fasilitas yang dilakukan Ahmad Abdilla Reza yang mana peneliti mendapatkan hasil tidak terdapat pengaruh dari dua variabel tersebut, sedangkan peneliti terdahulu mendapatkan hasil sebaliknya, sedangkan pada variabel tingkat bagi hasil peneliti mendapatkan hasil yang sama dengan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Wirdayani Wahab yang mana tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap minat masyarakat.

Kata Kunci: Produk DPK, Tingkat Bagi Hasil, Fasilitas, Minat Investasi

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Produk Dana Pihak Ketiga (DPK), Tingkat Bagi Hasil Dan Fasilitas Terhadap Minat Investasi Masyarakat Pada Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Simpang Kayu Besar”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi penulisan maupun dari segi materi, penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) bagi mahasiswa program S-1 di Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU). Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Teristimewa, orang tua penulis tercinta dan tersayang, Alm. Ibu Nurlatifah Lubis dan Bapak Ahmad yang telah berkorban, memberikan kasih sayang serta doa yang mengantarkan penulis hingga seperti sekarang ini, juga kepada Abangda Rizki Ramadhan Nur Ahmad dan Adik Bayu Ramadhian Nur Ahmad yang telah memberikan semangat, motivasi serta nasihat yang sangat berarti bagi penulis, yang jika tanpa mereka penulis hanya seperti seorang pria rabun tanpa kaca mata.
2. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Marliyah, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. M. Ridwan, MA selaku pembimbing skripsi I dan Bapak M. Syahbudi, MA selaku pembimbing skripsi II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi.

6. Kepada seluruh dosen-dosen dan staff pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah membantu penulis dalam masa perkuliahan.
7. Kepada pihak Bank Sumut Syariah yang telah memberikan izin riset untuk penelitian ini.
8. Sahabat-sahabat terbaik, Jihan Humairoh, M. Afifuridho HSB, M. Fajar Fattawi, Jusnanda Putra Tanjung, Tria Sandi, Zulfa Aliyah dan Nurhalimah Lubis yang selalu mendukung, mengingatkan dan selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam Konsentrasi Perbankan Syariah C (EPS C), terima kasih atas waktu-waktu indah yang telah kita lewati bersama.
10. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Terimakasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Penulis hanya dapat dapat berdoa semoga kebaikan yang telah kalian berikan akan dibalas oleh Allah dengan yang lebih baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuka penulisan karya ilmiah selanjutnya.

Medan, 2018  
Penulis

Azmi Safdwi Nur Ahmad  
NIM 51143001

## DAFTAR ISI

### SURAT PERNYATAAN

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

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Pembatasan Masalah.....	4
D. Perumusan Masalah .....	5
E. Tujuan dan Kegunaan .....	5
F. Batasan Istilah.....	6

### BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Minat .....	11
1. Pengertian Minat.....	11
2. Minat Investasi Nasabah.....	13
3. Aspek-aspek Minat .....	14
4. Faktor-faktor Yang Menumbuhkan Minat Untuk Menjadi Nasabah.....	15
B. Produk Dana Pihak Ketiga (DPK) .....	18
1. Pengertian Produk.....	18
2. Produk Dana Pihak Ketiga.....	22
3. Strategi Penghimpunan Dana Bank .....	24
4. Manfaat Penghimpunan Dana.....	25
5. Maksud dan Tujuan Bank Menghimpun Dana .....	26
6. Jenis-jenis Dana Pihak Ketiga .....	27
7. Produk Dana Pihak Ketiga terhadap Minat Investasi di Bank Syariah .....	29

C. Bagi Hasil .....	30
1. Bentuk Skema Bagi Hasil.....	32
2. Produk Investasi Bagi Hasil Bank Syariah.....	32
3. Contoh Perhitungan Nisbah Bagi Hasil Pada Bank Syariah .....	35
4. Tingkat Bagi Hasil terhadap Minat Investasi di Bank Syariah.....	35
D. Fasilitas .....	36
1. Defenisi Fasilitas .....	36
2. Faktor-faktor Fasilitas.....	38
3. Fasilitas Terhadap Minat Investasi di Bank Syariah .....	39
E. Kajian Terdahulu .....	41
F. Kerangka Teoritis .....	46
G. Hipotesis .....	46

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Pendekatan Penelitian .....	48
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	48
C. Populasi dan Sampel.....	48
D. Jenis dan Sumber Data.....	50
E. Defenisi Operasional.....	51
1. Minat (Variabel Y).....	51
2. Produk Dana Pihak Ketiga (Variabel X1) .....	51
3. Bagi Hasil (Variabel X2) .....	51
4. Fasilitas (Variabel X3).....	52
F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	52
G. Analisis Data.....	53
1. Uji Analisis Deskriptif .....	53
2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
3. Uji Asumsi Klasik.....	54
a) Uji Normalitas.....	54
b) Uji Heteroskedastisitas .....	54
c) Uji multikolinearitas .....	55

4. Uji Regresi Linier Berganda .....	55
5. Uji Hepotesis.....	56
a) Uji Koefisien Determinan Majemuk ( $R^2$ ) .....	56
b) Uji Signifikan Simultan (F).....	57
c) Uji Signifikan Parsial (T).....	57

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

A. Gambaran Umum Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar .....	58
1. Sejarah Singkat Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.....	58
2. Logo Bank Sumut Syariah .....	58
3. Visi dan Misi.....	59
B. Hasil Analisis Deskripsi.....	60
1. Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel Produk Dana Pihak Ketiga .....	62
2. Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel Tingkat Bagi Hasil .....	64
3. Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel Fasilitas .....	65
4. Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel Minat .....	66
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
1. Hasil Uji Validitas.....	67
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	68
D. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	70
1. Hasil Uji Normalitas .....	70
2. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	72
3. Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
E. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	74
F. Hasil Uji Hipotesis .....	76
a) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76
b) Hasil Uji Simultan (Uji F).....	77
c) Hasil Uji Parsial (Uji T).....	78
G. Interpretasi Hasil Penelitian .....	80

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	82
B. Saran .....	83

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

1.1	Data Jumlah Nasabah Produk DPK periode 2013-2017 .....	3
2.1	Perbedaan Sistem Bunga Dengan Bagi Hasil.....	31
2.2	Kajian Terdahulu .....	41
3.1	Pembagian Jumlah Nasabah Dari Setiap Produk Investasi .....	49
4.1	Jenis Kelamin .....	60
4.2	Umur.....	61
4.3	Jenis Investasi.....	61
4.4	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Produk DPK.....	63
4.5	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Tingkat Bagi Hasil.....	64
4.6	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Fasilitas .....	65
4.7	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Minat.....	66
4.8	Hasil Uji Validitas .....	68
4.9	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Tingkat Alpha .....	69
4.10	Reliability Statistics (X1) .....	69
4.11	Reliability Statistics (X2) .....	69
4.12	Reliability Statistics (X3) .....	70
4.13	Reliability Statistics (Y) .....	70
4.14	Uji Normalitas Variabel P. DPK .....	71
4.15	Uji Normalitas Variabel T. Bagi Hasil .....	71
4.16	Uji Normalitas Variabel Fasilitas .....	72
4.17	Uji Heterokedastisitas.....	73
4.18	Uji Multikolinearitas .....	74
4.19	Uji Regresi Linear Berganda .....	75
4.20	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	76
4.21	Uji Simultan (F).....	77
4.22	Uji Parsial (T).....	78

## **DAFTAR GAMBAR**

2.1	Skema Mudharabah Mutlaqah.....	33
2.2	Skema Mudharabah Muqayyadah .....	34
2.3	Kerangka Teoritis .....	46
4.1	Logo Bank Sumut Syariah.....	59
4.2	Grafik Jenis Kelamin .....	60
4.3	Grafik Umur .....	61
4.4	Grafik Jenis Investasi .....	62

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan adalah satu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu fungsi pengumpulan dana (*funding*), fungsi penyaluran dana (*lending*), dan pelayanan jasa.<sup>1</sup> Fungsi perbankan tersebut digunakan masyarakat/nasabah untuk menyimpan uangnya di bank, bank memberikan bunga/bagi hasil sebagai kontra prestasi. Sebaliknya, kepada nasabah yang meminjam uang bank menarik keuntungan dari nasabah dengan bunga pada bank konvensional dan bagi hasil pada bank syariah.

Walaupun pendapatan umum bank tidak semata-mata dari pemberian pinjaman atau kredit (*interest income*) tapi juga dari jasa-jasa bank lainnya (*fee base income*) seperti *letter of credit*, inkaso, jual beli valuta asing, bank garansi, kiriman uang, *safe deposit box*, dan lain sebagainya, namun sumber utama pendapatan bank umum sampai saat ini masih berupa bunga/bagi hasil.<sup>2</sup>

Seperti yang sudah di sebutkan sebelumnya, bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebaskan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman, namun sebagai gantinya diterapkan pola bagi hasil. Pola ini memungkinkan nasabah untuk mengawasi langsung kinerja bank syariah melalui *monitoring* atas jumlah bagi hasil yang diperoleh. Jika jumlah keuntungan bank semakin tinggi maka semakin tinggi pula bagi hasil yang diterima nasabah, demikian pula sebaliknya. Jumlah bagi hasil yang rendah atau menurun dalam waktu cukup lama menjadi indikator bahwa pengelolaan bank merosot. Keadaan itu merupakan peringatan dini yang transparan dan mudah bagi nasabah. Sedangkan pada perbankan konvensional nasabah tidak dapat menilai

---

<sup>1</sup> Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2000), h. 66.

<sup>2</sup> Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h.

kinerja hanya dari indikator bunga yang diperoleh.<sup>3</sup> Namun pola bagi hasil di dalam perbankan syariah belum terbilang eksis di masyarakat dibandingkan dengan sistem bunga yang sudah menjamur.

Dalam hal ini yang menjadi sasaran penelitian adalah Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar, yang mana Bank Sumut Syariah merupakan Bank Pembangunan Daerah yang sampai saat ini masih tercatat sebagai unit usaha syariah. Berbeda halnya dengan bank-bank kompetitor yang sudah menjadi bank umum syariah misalnya Bank Syariah Mandiri, Bank Rakyat Indonesia Syariah dan bank umum syariah lainnya. Meskipun selain Bank Sumut Syariah masih ada bank-bank syariah lainnya yang masih tercatat sebagai unit usaha syariah misalnya Bank Tabungan Negara Syariah, namun jika dibandingkan dengan bank-bank umum syariah selaku kompetitor, tentu dalam hal ini bank Sumut Syariah yang merupakan bank daerah dan masih tercatat sebagai unit usaha syariah tidak terlalu tenar dikalangan masyarakat dibandingkan dengan Bank Mandiri Syariah yang merupakan bank umum syariah.

Produk dana pihak ketiga (DPK) dan sistem bagi hasil pada Bank Sumut Syariah yang merupakan objek dalam kajian di penelitian ini, ternyata seperti yang di telah sebutkan sebelumnya, bank-bank umum syariah misalnya Bank Mandiri Syariah ataupun bank lainnya, memiliki produk dana pihak ketiga dan tingkat bagi hasil yang mirip dengan produk Bank Sumut Syariah. Contohnya pada Bank Sumut Syariah memiliki produk tabungan yang bernama iB Martabe (*Marwah*) yang menggunakan akad *wadiah* dan iB Martabe Bagi Hasil (*Marhamah*) yang menggunakan akad *mudharabah*, begitu juga dengan Bank Mandiri Syariah selaku kempetitor yang mempunyai produk yang mirip dengan Bank Sumut Syariah yaitu Tabungan BSM Simpatik yang juga menggunakan akad *wadiah* dan Tabungan BSM yang menggunakan akad *mudharabah*.

Fasilitas yang diberikan Bank Sumut Syariah umumnya memiliki kesamaan dengan fasilitas yang di berikan oleh bank kompetitor, seperti ATM, Mobile Banking dan lain sebagainya, namun sangat di sayangkan fasilitas yang diberikan

---

<sup>3</sup> Ema Rindawati, “Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional”, *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2007), h. 25.

oleh Bank Sumut Syariah seperti ATM masih sangat minim dibanding bank konvensional ataupun bank syariah lainnya.

Dibawah ini adalah perkembangan jumlah nasabah dana pihak ketiga pada masing masing produk pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

**Tabel 1.1**

**Data Jumlah Nasabah Produk Dana Pihak Ketiga (Tabungan, Deposito, Giro) periode 2013-2017 pada Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Simpang Kayu Besar.**

No	Tahun	Tabungan	Deposito	Giro	Jumlah
1	2013	1311	77	67	1455
2	2014	1711	100	45	1856
3	2015	2117	103	40	2260
4	2016	2408	107	38	2553
5	2017	2705	110	34	2849

*Sumber: Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar*

Terlihat pada tabel jumlah nasabah Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar pada produk giro di tahun 2013 memiliki 67 nasabah, namun pada setiap tahunnya mengalami penurunan jumlah nasabah yang tercatat pada tahun 2017 memiliki jumlah nasabah sebanyak 34 orang. Sedangkan pada produk tabungan dan giro yang menunjukkan peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya yang tercatat pada tahun 2013 pada produk tabungan memiliki jumlah nasabah sebanyak 1.311 orang dan pada tahun 2017 sebanyak 2.705 orang, sedangkan pada produk deposito tercatat pada tahun 2013 memiliki jumlah nasabah sebanyak 77 orang dan pada tahun 2017 memiliki jumlah nasabah sebanyak 110 orang. Tentu ini merupakan hal positif, namun jika di bandingkan dengan jumlah masyarakat yang berada disekitar Bank Sumut Syariah tersebut yaitu Tanjung

Morawa yang tercatat pada tahun 2015 saja memiliki jumlah penduduk 218.084 jiwa, maka jumlah nasabah pada Bank Sumut Syariah masih terbilang rendah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh Produk Dana Pihak Ketiga (DPK), Tingkat Bagi Hasil Dan Fasilitas Terhadap Minat Investasi Masyarakat Pada Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Simpang Kayu Besar”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah diantaranya yaitu:

1. Bank Sumut Syariah Masih tercatat sebagai unit usaha syariah.
2. Terdapat kemiripan pada produk dana pihak ketiga antara Bank Sumut Syariah dengan bank lain selaku kempetitor yang menjadi pesaing fasilitas yang diberikan Bank Sumut Syariah.
3. Jumlah nasabah pada Bank Sumut Syariah masih terbilang rendah jika dibandingkan dengan jumlah penduduk di daerah Bank Sumut Syariah tersebut.
4. Pola bagi hasil yang terabilang masih belum cukup dikenal di tengah masyarakat.
5. Tingkat bagi hasil yang berbeda dari tiap-tiap perbankan syariah.
6. Fasilitas yang masih belum optimal.

## **C. Pembatasan Masalah**

Dalam hal untuk mendapatkan hasil penelitian yang efisien dan realistis, maka terdapat batasan dalam penelitian dalam hal lingkup penelitian maupun hal tujuan yang di identifikasi.

1. Penelitian ini hanya akan menguji apakah dan seberapa besar pengaruh produk dana pihak ketiga, tingkat bagi hasil dan fasilitas pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar terhadap terhadap minat investasi masyarakat.

2. Produk dana pihak ketiga yang menjadi objek penelitian ialah bentuk layanan fasilitas yang diberikan Bank Sumut Syariah kepada nasabah yang berupa tabungan, deposito dan giro.
3. Bagi hasil yang menjadi objek penelitian ini ialah bentuk fasilitas yang diberikan Bank Sumut Syariah kepada nasabah yang berupa keuntungan atas simpanan dana nasabah pada Bank Sumut Syariah.
4. Fasilitas yang menjadi objek penelitian ini ialah bentuk pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah.

#### **D. Perumusan Masalah**

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

1. Apakah produk Dana Pihak Ketiga berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar?
2. Apakah tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar?
4. Apakah produk dana pihak ketiga, tingkat bagi hasil dan fasilitas berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar?

#### **E. Tujuan dan Kegunaan**

##### **1. Tujuan**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisa dan mendapatkan pengetahuan tentang pengaruh produk dana pihak ketiga, tingkat bagi hasil dan fasilitas terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

## **2. Kegunaan**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian ini, antara lain:

### **a. Penulis**

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh produk dana pihak ketiga, tingkat bagi hasil dan fasilitas terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

### **b. Bank**

Sebagai bahan masukan yang berguna bagi kalangan perbankan dalam menjalankan produk-produknya dimana hasil dari penelitian dapat menjadi pertimbangan untuk diaplikasikan pada perbankan khususnya Bank Sumut Syariah tersebut.

### **c. Akademisi**

Menambah pengetahuan dalam menganalisis tentang pengaruh produk dana pihak ketiga, tingkat bagi hasil dan fasilitas terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah, serta sebagai masukan pada penelitian dengan topik yang sama pada masa yang akan datang.

## **F. Batasan Istilah**

### **1. Produk Dana Pihak Ketiga**

Dana pihak ketiga adalah dana-dana yang berasal dari masyarakat, baik perorangan maupun badan usaha, yang di peroleh bank dengan menggunakan berbagai instrumen produk simpanan yang dimiliki oleh bank, baik bank syariah ataupun bank konvensional. Produk simpanan dana pihak ketiga pada perbankan tersebut berupa tabungan, deposito, dan giro.

#### **a. Tabungan**

Tabungan merupakan simpanan yang paling populer dikalangan masyarakat umum. Pada awalnya menabung masih secara sederhana, menyimpan uang dibawah bantal atau di dalam celengan dan di simpan di rumah. Namun faktor menyimpan uang dirumah begitu besar seperti

resiko kehilangan atau kerusakan. Sesuai dengan perkembangan zaman, dewasa ini kegiatan menabung dirumah sudah beralih ke lembaga keuangan seperti bank. Menabung di bank bukan saja menghindarkan dari resiko kehilangan atau kerusakan, tetapi juga memperoleh keuntungan lainnya seperti penghasilan dari bunga atau bagi hasil dari tabungan. Tabungan adalah simpanan masyarakat pada bank, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat melalui buku tabungan atau melalui ATM.

Produk tabungan pada Bank Sumut Syariah memiliki dua jenis akad, yaitu:

1) Tabungan dengan akad Wadiah

Tabungan dengan akad wadiah memiliki beberapa produk tabungan yaitu Tabungan Marwah Wadiah (*Marwah*), Tabungan Makbul, dan Tabungan iB Makbul.

2) Tabungan dengan akad Mudharabah

Tabungan dengan akad mudharabah memiliki beberapa produk tabungan yaitu Tabungan Marhamah dan Tabungan Mudharabah BSS Ceria.

b. Deposito

Simpanan dalam bentuk deposito penyetorannya dilakukan oleh deposan sebesar nilai nominal sebagaimana yang tertulis dalam warkatnya (*bilyet*). Kemudian pada saat jatuh tempo, deposan akan menerima kembali simpanannya sebesar nilai nominal ditambah imbal hasil sesuai yang telah disepakati.

Produk deposito pada Bank Sumut Syariah menggunakan akad Mudharabah dalam transaksinya. Adapun produk deposito tersebut ialah Deposito Ibadah Mudharabah dan Deposito iB Plus.

c. Giro

Rekening giro atau demand depositi kadang-kadang juga disebut *checking account* adalah simpanan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan. Penarikan uang di rekening giro dapat menggunakan sarana penarikan yaitu cek dan *bilyet giro* (BG). Apabila penarikannya dilakukan secara tunai, maka penarikannya dilakukan menggunakan cek. Sedangkan dengan penarikan non tunai menggunakan *bilyet giro*.

Produk giro pada Bank Sumut Syariah menggunakan akad Wadiah dalam transaksinya. Adapun produk giro tersebut ialah Giro Wadiah Swasta dan Giro Mudharabah Swasta.

## 2. Minat

Dalam kamus bahasa Indonesia minat adalah kesukaan (kecendrungan hati) kepada sesuatu, perhatian, keinginan. Minat merupakan kecendrungan efektif seseorang untuk membuat pilihan aktivitas, kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga bisa dikatakan minat itu tidak stabil sifatnya.<sup>4</sup>

Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat menabung. Ada beberapa tahapan minat yaitu informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah, pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah, keputusan menjadi nasabah. Pada prinsipnya perilaku pembelian atau minat investasi nasabah seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan menabung.

---

<sup>4</sup> Wjs. Poedamarta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Kota, 2006), h. 1118.

### 3. Bagi Hasil

Secara umum, prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu al-musyarakah, al-mudharabah, al-al-muzara'ah, dan al-musaqah. Namun bagi hasil dalam investasi, akad yang sesuai dengan prinsip ini adalah *mudharabah*. Tujuan dari *mudharabah* adalah kerja sama antara pemilik dana (*shahibul maal*) dan pengelola dana (*mudharib*). Akad mudharabah yang dipakai dalam investasi secara umum terbagi dua yaitu Mudharabah mutlaqah dan Mudharabah muqayyadah.

Bentuk Skema Bagi Hasil:

- a. *Profit sharing* (disebut pula *profit-and-loss sharing*), yang dijadikan dasar perhitungan adalah *profit*, yang merupakan selisih antara penjualan/pendapatan usaha dan biaya-biaya usaha, baik berupa harga pokok penjualan/biaya produksi, biaya penjualan, serta biaya umum dan administrasi. *Profit sharing* dapat diartikan sebagai sistem pembagian keuntungan yang didapat dari suatu usaha.
- b. *Gross profit sharing*, yang dijadikan dasar perhitungan adalah *gross profit* (laba kotor), yakni penjualan/pendapatan usaha dikurangi dengan harga pokok penjualan/biaya produksi.
- c. *Revenue sharing*, yang dijadikan dasar perhitungan adalah penjualan/pendapatan usaha.

### 4. Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Fasilitas dapat berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu yang diberikan oleh bank dalam hal ini fasilitas-fasilitas.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam fasilitas jasa antara lain:

- a. Sifat dan tujuan organisasi jasa.

- b. Ketersediaan tanah.
- c. *Fleksibilitas.*
- d. Faktor estetis.
- e. Masyarakat dan lingkungan sekitar.
- f. Biaya kontribusi dan operasi.

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. MINAT

##### 1. Pengertian Minat

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak seperti orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan perasaan senang. Minat merupakan kecenderungan efektif seseorang untuk membuat pilihan aktivitas, kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga bisa dikatakan minat itu tidak stabil sifatnya. Pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif merupakan hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen, pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.<sup>5</sup>

Dalam Islam minat juga dibahas dalam Al-Qur'an dalam surat Al-Isra ayat 84, yang berbunyi:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

*Artinya: Katakanlah (Muhammad), "Setiap orang yang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing." Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.*<sup>6</sup>

Menurut Whiterington minat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih dan melakukan suatu kegiatan tertentu diantara jumlah kegiatan lain yang tersedia.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Chiffman, *et.al. Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Indeks, 2008), h. 25.

<sup>6</sup> Amin Muchtar, *Al-Qur'an & Terjemah Dilengkapi dengan Kajian Uşul Fiqih*, (Bandung: Syamil Quran, 2011), h. 290.

<sup>7</sup> Muhaimin, *Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani terhadap Hasil Belajar Pendidikan Jasmani*, (Semarang: IKIP, 1994), h. 4.

Menurut Winkel pengertian minat adalah kecendrungan yang menetap dan subyektif untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal peneitian. Perasaan senang akan menimbulkan pula minat yang akan diperkuat lagi oleh sikap positif yang sama diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu, sukar di tentukan secara pasti.<sup>8</sup> Pintrich dan Schunk membagi defenisi minat menjadi tiga yaitu:<sup>9</sup>

- a. Minat pribadi, yaitu minat yang berasal dari pribadi atau karakteristik individu yang relatif stabil. Biasanya minat pribadi diasumsikan langsung ke beberapa aktifitas atau topik.
- b. Minat situasi, yaitu minat yang berhubungan dengan kondisi lingkungannya seperti ruangan kelas, komputer dan buku teks yang dapat membangkitkan minat.
- c. Minat dalam rumusan psikologi, yaitu perpaduan antara minat pribadi dengan minat situasi

Adapun pendapat Crow dan Crow ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:<sup>10</sup>

- a. Dorongan dari dalam individu. Misalnya dorongan untuk makan, dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk berkerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.
- b. Motif sosial. Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktifitas tertentu. Misalnya, minat terhadap pakaian timbul karena keinginan untuk mendapatkan persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain. Minat untuk belajar atau

---

<sup>8</sup> Asseal, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 72.

<sup>9</sup> Pintrich dan Schunk (ed). *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 5.

<sup>10</sup> Rafik Isa Baekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 106.

menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapatkan penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki ilmu pengetahuan yang cukup luas mendapatkan kedudukan yang tinggi dan terpandang dalam masyarakat.

- c. Faktor emosional. Minat mempunyai hubungan berat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas dan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, dan sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

Karena kepribadian manusia bersifat kompleks, maka sering ketiga faktor tersebut tidak berdiri sendiri dalam menyebabkan timbulnya minat, melainkan merupakan perpaduan dari ketiga faktor tersebut, sehingga menjadi agak sulit untuk menentukan faktor manakah yang menjadi awal penyebab timbulnya minat.

## **2. Minat Investasi Nasabah**

Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat investasi.

Ada beberapa tahapan minat antara lain:

- a. Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah.
- b. Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah.
- c. Keputusan menjadi nasabah.

Pada prinsipnya perilaku pembelian atau minat investasi nasabah seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan berinvestasi. Karakteristik pribadi konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk berinvestasi. Berdasarkan paparan diatas dapat ditarik kesimpulan

bahwa minat investasi nasabah adalah kekuatan yang mendorong individu untuk memberikan perhatiannya terhadap kegiatan menyimpan uang dibank yang dilakukan secara sadar tidak terpaksa dan dengan perasaan senang.

Dalam Islam kegiatan investasi juga dibahas dalam Al-Qur'an yang di bahas dalam surat An-Nisaa' ayat 9, yang berbunyi:

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

*Artinya: Dan, hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.*<sup>11</sup>

Dalam ayat ini memerintahkan manusia agar bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaan adalah dengan investasi.

### 3. Aspek-aspek Minat

Pintrich dan Schunk menyebut aspek-aspek minat adalah sebagai berikut:<sup>12</sup>

- a. Sikap umum terhadap aktifitas (*general attitude toward the activity*).
- b. Pilihan spesifik untuk menyukai aktifitas (*specific preference for or liking thr activity*).
- c. Merasa senang dengan aktifitas (*enjoyment of the activity*).

---

<sup>11</sup> Amin Muchtar, *Al-Qur'an & Terjemah Dilengkapi dengan Kajian Uşul Fiqih*, (Bandung: Syamil Quran, 2011), h. 78.

<sup>12</sup> Pintrich dan Schunk, D.H (ed). *Motivation of education Theory, Research, and Applications*, (New Jersey: Prentice Hal, 1996), h. 65.

- d. Aktifitas tersebut mempunyai arti atau penting bagi individu (*personel infotence or significance of the activity to the individual*).
- e. Adanya minat instrik dalam isi aktifitas (*intrinsic interest in the content of activity*).
- f. Bepastisipasi dalam aktifitas (*reported choise of or participation in the activity*).

#### **4. Faktor-faktor yang Menumbuhkan Minat Untuk Menjadi Nasabah**

Minat masyarakat atau konsumen terhadap produk jasa sebuah perusahaan atau bank tergantung pada seberapa besar nilai yang ia akan dapatkan dari produk atau jasa pelayanan perusahaan bank tersebut.

Menurut Howard terdapat tiga variabel stimuli yang menyebabkan konsumen bereaksi terhadap suatu produk barang ataupun jasa dari perusahaan, yaitu:<sup>13</sup>

- a. Stimulasi signikatif (*Significative stimuly*). Mencakup sifat-sifat pihak produk yang bersangkutan, kualitasnya, harganya, servis yang disediakan, tersedianya servis dari produk tersebut.
- b. Stimulasi Simbolis (*Symbolic stimuly*). Informasi yang menyebabkan timbulnya citra (*image making information*) tentang stimuli signifikatif dalam bentuk pengiklanan dan bahan-bahan tertulis atau digambarkan, memberikan stimuli simbolis.
- c. Stimulasi sosial (*Social Stimuly*). Diberikan dalam bentuk semua informasi yang diperoleh oleh seorang calon pembeli dari keluarganya, masyarakatnya, dan peradabannya.

Berdasarkan teori tersebut calon konsumen akan menunjukkan reaksi yang diinginkan, hanya apabila ia menghadapi stimulus tertentu. Sebelum timbul reaksi yang diinginkan dari calon konsumen, maka perusahaan atau

---

<sup>13</sup> Asep Suryanto, *Fungsi Bank Syariah dalam Meningkatkan Minat masyarakat Untuk Menyimpan Dana dan mendapatkan Pembiayaan di Bank Syariah Mandiri cabang Tasikmalaya*, (Bandung: 2006), h. 31.

bank yang bersangkutan harus terus berusaha untuk menerapkan macam-macam bentuk himbauan penjualan.

Minat merupakan bagian dari mulai kesadaran sampai pilihan nilai. Minat merupakan perasaan dan menafsirkan terhadap sesuatu hal. Menurut Holland, minat adalah kecendrungan hati terhadap sesuatu. Minat tidak timbul sendirian ada unsur kebutuhan, misalnya menabung, dan lain-lain.<sup>14</sup>

Dengan adanya unsur kebutuhan, maka nasabah akan melakukan keputusan pembelian terhadap produk atau jasa bank. Tahap-tahap yang akan di lakukan calon nasabah ada enam yaitu:

a. Timbulnya Kebutuhan

Timbulnya kebutuhan barang atau jasa dapat dikarenakan faktor eksternal dan internal. Sebagai contoh: seseorang ingin menabung uangnya di bank dikarenakan jika disimpan di rumah kurang aman (faktor internal). Dipihak lain, seorang ayah ingin memiliki kartu kredit suatu bank karena banyak temannya yang sudah memiliki (faktor eksternal).

Dengan mengumpulkan informasi tersebut, pemasar akan mempunyai kesempatan untuk mengidentifikasi rangsangan yang lebih sering menarik minat akan kategori produk atau jasa itu dan kemudian pemasar dapat mengembangkan rencana pemasaran yang menggunakan atas rangsangan tersebut.

b. Pencarian Informasi

Jika jasa yang ditawarkan bank cukup menarik maka seorang calon pembeli akan secara aktif mengumpulkan informasi yang bersumber dari:

1) Sumber dari Individu (*Personel Sources*)

Yang dimaksud disini adalah individu, teman atau keluarga yang telah mengkonsumsi produk tersebut atau yang telah mendapatkan pelayanan dari bank tersebut.

---

<sup>14</sup> Djaali, *Psikologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 122.

2) Sumber Komersial (*Commercial Sources*)

Sumber komersial dapat berupa pembungkusan atau iklan. Disini bersifat komersial, jadi bertujuan membantu mempercepat penjualan produk.

3) Sumber dari Publik (*Publik Sources*)

Sumber ini bukan bersifat komersial, sumber ini dapat berasal dari media massa atau lembaga konsumen.

4) Sumber dengan cara coba-coba (*Experience Sources*)

Calon nasabah mencari informasi dengan cara membeli sendiri yaitu dengan cara memeriksa, mengamati, ataupun memakai produk itu sendiri.

c. Penilaian Informasi

Setelah mendapat informasi dari berbagai sumber, calon nasabah melakukan penilaian terlebih dahulu atas semua informasi yang masuk dengan pertimbangan calon nasabah sendiri, maka akan dipilih salah satu sumber informasi yang paling tepat menurutnya. Secara umum, proses penilaian informasi terhadap pilihan pada satu bank adalah:

1) Karakteristik Bank

Calon nasabah akan mengamati ciri-ciri yang menonjol pada bank tersebut seperti bank tersebut sudah cukup lama beroperasi, dinilai cukup sehat, atau pelayanan baik. Calon nasabah akan memberikan perhatian yang lebih besar pada ciri yang berhubungan dengan kebutuhannya.

2) Kepercayaan Akan Merk Bank

Kepercayaan ini dapat bervariasi sesuai dengan ciri sebenarnya.

3) Fungsi Utilitas

Menggambarkan bagaimana nasabah mengharapkan kepuasan jasa yang bervariasi menurut tingkat alternatif dari setiap ciri.

#### 4) Prosedur Evaluasi

Calon nasabah pada saat mempertimbangkan memilih bank yang sesuai dengan seleranya akan sampai pada prosedur evaluasi tertentu.

#### d. Keputusan Membeli

Kemudian sumber informasi diatas, dijadikan acuan oleh nasabah untuk membeli produk atau jasa.

#### e. Perasaan Sudah Membeli

Setelah melakukan pembelian, nasabah akan memiliki dua perasaan yaitu puas dan terus mengkonsumsi produk atau jasa tersebut atau kecewa dan tidak membeli lagi.

## **B. Produk Dana Pihak Ketiga (DPK)**

### **1. Pengertian Produk**

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu. Produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasa sekarang langsung sebelum dibeli, sedangkan produk yang tidak berwujud berupa jasa yang dimana tidak dapat dilihat atau dirasa sebelum dibeli. Satu hal lagi perbedaan kedua jenis produk ini adalah produk yang berwujud biasanya tahan lama, sedangkan yang tidak berwujud tidak tahan lama.

Contoh produk berupa barang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud seperti buku, meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain. Kemudian tidak berwujud yang biasanya disebut jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi, dan ide-ide.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Aqwa Naser Daulay dan Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h. 50.

Dalam kajian Islam konsep produk atau hasil produksi di atur dalam Al-Quran pada surat Al-Qashash ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ  
اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

*Artinya: Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.*<sup>16</sup>

Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah<sup>17</sup> “Sesuatu yang dapat yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli untuk digunakan untuk dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan”.

Seperti dikatakan sebelumnya bahwa produk memiliki ciri-ciri tersendiri untuk dapat dikatakan sebagai barang atau jasa. Dalam hal dunia perbankan dimana produk yang dihasilkan berbentuk jasa, maka akan dijelaskan ciri-ciri karakteristik jasa adalah:<sup>18</sup>

a. Tidak berwujud

Tidak berwujud artinya tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli atau dikonsumsi. Oleh karena itu, jasa tidak memiliki wujud tertentu sehingga harus dibeli lebih dulu.

---

<sup>16</sup> Amin Muchtar, *Al-Qur'an & Terjemah Dilengkapi dengan Kajian Uşul Fiqih*, (Bandung: Syamil Quran, 2011), h. 394.

<sup>17</sup> Philip Kotler, *Marketing Management*, (New Jersey: Prentice Hall, 2000), h. 394.

<sup>18</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 140.

b. Tidak terpisahkan

Jasa tidak terpisahkan artinya antara si pembeli jasa dengan si penjual jasa saling berkaitan satu sama lainnya, tidak dapat dititipkan melalui orang lain. Misalnya, pemilik kartu kredit dengan hotel.

c. Beraneka ragam

Jasa memiliki ragam bentuk artinya jasa dapat diperjual-belikan dalam berbagai bentuk atau wahana seperti tempat, waktu, atau sifat.

d. Tidak tahan lama

Jasa diklasifikasikan tidak tahan lama artinya artinya jasa tidak dapat disimpan setelah dibeli maka akan segera dikonsumsi.

Menurut Kotler dan Armstrong, suatu produk biasanya diikuti oleh serangkaian atribut-atribut yang menyertai produk meliputi beberapa hal.<sup>19</sup>

a. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama untuk pemasar. Mempunyai dampak langsung pada kinerja produk. Oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

b. Fitur Produk

Fitur produk adalah sebuah produk dapat ditawarkan dalam beragam fitur, model dasar, model tanpa tambahan apapun, merupakan titik awal. Perusahaan dapat menciptakan tingkat model yang lebih tinggi dengan menambahkan lebih banyak fitur. Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing. Menjadi produsen pertama yang memperkenalkan fitur baru yang bernilai merupakan salah satu cara paling efektif untuk bersaing.

---

<sup>19</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 255.

c. Gaya dan Desain Produk

Desain memiliki konsep yang lebih luas daripada gaya (style). Desain selain mempertimbangkan faktor penampilan, juga bertujuan untuk memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi, dan menambah keunggulan bersaing.

d. Merek

Mungkin keahlian pemasar profesional yang paling istimewa adalah kemampuan mereka untuk membangun dan mengelola merek. Merek (brand) adalah sebuah nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau kombinasi semua ini, yang menunjukkan identitas pembuat atau penjual produk atau jasa. Konsumen akan memandang merek sebagai bagian penting dari produk, dan penetapan merek bisa menambah nilai bagi suatu produk.

e. Kemasan

Kemasan (packaging) melibatkan perancangan dan produksi wadah atau pembungkus untuk sebuah produk. Fungsi utama kemasan adalah menyimpan dan melindungi produk. Kemasan yang didesain dengan buruk bisa menyebabkan konsumen pusing dan perusahaan kehilangan penjualan. Sebaliknya, kemasan yang inovatif bisa memberikan manfaat kepada perusahaan melebihi pesaing dan mendorong penjualan.

f. Label

Label berkisar dari penanda sederhana yang ditempelkan pada produk sampai rangkaian huruf rumit yang menjadi bagian kemasan. Label mempunyai beberapa fungsi. Setidaknya label menunjukkan produk atau merek, seperti nama Sunkist yang tercantum pada jeruk. Label juga bisa menggambarkan beberapa hal tentang produk: siapa yang membuatnya, dimana produk itu dibuat, kapan produk itu dibuat, kandungannya, cara pemakainya, dan bagaimana menggunakan produk itu dengan aman.

g. Pelayanan Pendukung Lainnya

Pelayanan pelanggan adalah elemen lain dalam strategi produk. Penawaran perusahaan biasanya meliputi beberapa pelayanan pendukung, yang bisa menjadi bagian kecil atau bagian besar dari seluruh penawaran.

## 2. Produk Dana Pihak Ketiga

Secara defenitif disebutkan bahwa dana pihak ketiga (DPK) adalah dana yang dipercayakan masyarakat (diluar bank) kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana.<sup>20</sup> Penghimpunan dana dari pihak ketiga adalah usaha bank dalam menarik dan mengumpulkan dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan, giro, tabungan, deposito, dan surat berharga lainnya.<sup>21</sup>

Oleh sebab itu DPK diformuasikan sebagai berikut:

$$\text{DPK} = \text{Tabungan} + \text{Giro} + \text{Deposito}$$

Besar kecilnya dana yang berhasil dihimpun oleh suatu bank merupakan satu barometer dalam menilai tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut. DPK merupakan sumber dana bank yang utama, yang dapat diumpamakan sebagai darah dalam tubuh manusia. Jika pada suatu bank, pertumbuhan DPK menunjukkan kecendrungan yang menurun, maka akan dapat memperlemah kegiatan operasional bank. Secara operasional perbankan, DPK merupakan sumber likuiditas untuk memperlancar pembiayaan yang terdapat di sisi aktiva neraca bank. Oleh sebab itu, manajemen bank harus taksis mengendalikannya.

Adapun fungsi bank syariah ialah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *al-wadiah* dan dalam

---

10. <sup>20</sup> Eddie Rinaldi, *Membaca Neraca Bank*, (Jakarta: Indonesia Legal Center Publishing), h.

h. 7. <sup>21</sup> Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012),

bentuk investasi dengan menggunakan akad al-mudharabah. *Alwadiah* adalah akad antara pihak pertama (masyarakat) dengan pihak kedua, bank menerima titipan untuk memanfaatkan titipan pihak pertama dalam transaksi yang diperbolehkan dalam islam.

Al-mudharabah merupakan akad antara pihak yang memiliki dana (*sahibul mal*) kemudian menginvestasikannya dengan pihak kedua atau bank yang menerima dana (*mudharib*), yang mana pihak *mudharib* dapat memanfaatkan dana yang diinvestasikan oleh *shahibul mal* untuk tujuan tertentu yang diperbolehkan dalam syariah Islam.<sup>22</sup>

Bank merupakan satu-satunya lembaga keuangan depository. Sebagai lembaga keuangan depository, bank memiliki izin untuk menghimpun secara langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan, yaitu berupa giro, tabungan, dan deposito.

Sebagaimana pengertian bank dalam pasal 1 undang-undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan undang-undang Nomor 10 tahun 1998 adalah: “adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak”.<sup>23</sup>

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa selain menghimpun dana masyarakat bank juga menyalurkannya kepada masyarakat. Dan bahwa dana yang disalurkan tersebut sebagian besar dari dana yang berhasil dihimpun dari pihak bank yang mana nantinya akan disalurkan kembali. Maka dari itu dana yang dihimpun berperan penting sekali dalam kelancaran kegiatan operasional bank terutama dalam hal penyediaan dana untuk disalurkan.

---

<sup>22</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2013), h. 39.

<sup>23</sup> Novindra, *Manajemen Risiko Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 15.

Penghimpunan dana dari masyarakat yang dilakukan oleh bank konvensional maupun syariah dilakukan dengan menggunakan instrumen tabungan, deposito, dan giro yang secara total biasa disebut dengan dana pihak ketiga. Akan tetapi pada bank syariah klasifikasi penghimpunan dana bank syariah tidak didasarkan pada nama instrumen tersebut melainkan berdasarkan pada prinsip yang digunakan.<sup>24</sup>

### **3. Strategi Penghimpunan Dana Bank**

Penentuan strategi penghimpunan dana oleh bank akan mempermudah bank dalam mewujudkan pencapaian rencana penghimpunan dana. Strategi penghimpunan dana bank merupakan suatu urutan langkah kegiatan bank dan merupakan petunjuk bagi bank dalam melangkah untuk mencapai rencana penghimpunan dana. Strategi penghimpunan dana yang ditetapkan oleh bank merupakan gambaran dari pelaksanaan kegiatan atau program kerja bank dalam penghimpunan dalam mencapai target jumlah, jenis dan status dana bank. Program kerja dalam menghimpun dana merupakan penentuan target dana yang ingin dihimpun oleh bank sehingga dengan target tersebut dapat diukur apakah bank dapat mencapai rencana kerja atau tidak.<sup>25</sup>

Strategi penghimpun dana sebuah bank tidak sama dengan strategi penghimpunan dan bank-bank lainnya karena suatu strategi ditentukan oleh manajemen bank masing-masing dan sangat sulit mengatakan bahwa strategi tertentu akan berhasil atau lebih baik dibanding dengan strategi yang lain. Bank melihat manfaat dari strategi tertentu yang ditetapkannya dan suatu strategi penghimpun dana masyarakat, merupakan tanda keberhasilan dalam aktifitas perekonomian. Secara umum, strategi penghimpunan dana bank dapat dibedakan menjadi:

---

<sup>24</sup> Rizal Yaya, dkk, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 58.

<sup>25</sup> I wayan Sudirman, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 82.

- a. Strategi penghimpunan dana yang berasal dari luar bank, seperti penghimpunan dana dari masyarakat atau pihak ketiga.
- b. Strategi penghimpunan dana hanya dari dalam bank seperti penghimpunan dana dari pemilik bank dengan cara meningkatkan modal setor, simpanan atau pinjaman dana dari pemilik bank, dan dari laba bank.
- c. Strategi penghimpunan dana yang bersumber dari dalam dan luar bank yang disebut strategi campuran.<sup>26</sup>

#### **4. Manfaat Penghimpunan Dana**

Adapun manfaat dari penghimpunan dana adalah sebagai berikut.<sup>27</sup>

- a. Bagi Bank

Bank dengan keberhasilannya menghimpun dana dari masyarakat, berarti memiliki/menambah modal kerja untuk pemberian pinjaman/pembiayaan bagi masyarakat yang membutuhkan dan layak diberi. Dari pemberian pinjaman/pembiayaan tersebut bank memperoleh pendapatan bunga/bagi hasil keuntungan.

- b. Bagi Nasabah

Uang yang disimpan di bank akan menjadi produktif setelah diolah dan diinvestasikan oleh bank. Kemudian nasabah akan mendapatkan bagi hasil keuntungan.

- c. Bagi Pemerintah

Bagi pemerintah dengan berhasilnya bank menghimpun dana masyarakat, berarti mengurangi volume uang beredar. Ini merupakan salah satu usaha dalam rangka pengendalian inflasi. Disamping itu, dengan semakin majunya dunia usaha perbankan sebagai dampak positif dari meningkatnya fasilitas kredit perbankan berarti menambah

---

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 82.

<sup>27</sup> *Ibid*, h. 10.

sumber pendapatan negara dalam bentuk pajak disamping terciptanya lapangan kerja, mengurangi jumlah pengangguran.

## 5. Maksud dan Tujuan Bank Menghimpun Dana

Selain itu, adapun maksud dan tujuan bank menghimpun dana adalah sebagai berikut:<sup>28</sup>

### a. Sebagai Dana Operasional Bank

Dana yang dihimpun dari masyarakat dari jumlah yang sekecil-kecilnya sampai jumlah yang besar selanjutnya dikelola dan disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dan layak mendapatkan pinjaman dalam bentuk pembiayaan/kredit. Dengan memberikan pembiayaan/kredit kepada masyarakat, maka bank akan memperoleh pendapatan dari para peminjam/nasabah.

### b. Sebagai Alat/Cara Pemerintah dalam Melaksanakan Kebijakan Moneter

Menarik uang dari masyarakat, khususnya uang kartal berarti mengurangi jumlah uang yang beredar, merupakan salah satu cara pemerintah dalam mengendalikan inflasi yang dikenal politik uang ketat (*tight money policy*) dan menambah uang ke peredaran (*open door policy*).

### c. Produktivitas Dana

Menghimpun dana melalui perbankan berarti menghimpun dana yang menganggur (*idle funds*) untuk dijadikan dana produktif dengan cara disalurkannya kembali kepada masyarakat untuk membiayai usaha-usaha yang produktif atau menghasilkan.

---

<sup>28</sup> *Ibid*, h. 11.

## 6. Jenis-jenis Dana Pihak Ketiga (DPK)

### a. Tabungan

Tabungan merupakan simpanan yang paling populer dikalangan masyarakat umum. Dari sejak kanak-kanak kita sudah dianjurkan untuk hidup berhemat dengan cara menabung. Pada awalnya menabung masih secara sederhana, menyimpan uang dibawah bantal atau di dalam celengan dan di simpan di rumah. Namun faktor menyimpan uang dirumah begitu besar seperti resiko kehilangan atau kerusakan.

Sesuai dengan perkembangan zaman, dewasa ini kegiatan menabung dirumah sudah beralih ke lembaga keuangan seperti bank. Menabung di bank bukan saja menghindarkan dari resiko kehilangan atau kerusakan, tetapi juga memperoleh keuntungan lainnya seperti penghasilan dari bunga atau bagi hasil dari tabungan.

Pengertian tabungan menurut Undang-undang perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Dalam arti lain, tabungan adalah simpanan masyarakat pada bank, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat melalui buku tabungan atau melau ATM.<sup>29</sup>

### b. Deposito

PAPSI revisi 2001 menyebutkan, deposito adalah simpanan pihak lain pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 46.

<sup>30</sup> Eddie Rinaldy, *Membaca Neraca Bank*, (Jakarta: Indonesia Legal Center Publishing),

Simpanan dalam bentuk deposito penyetorannya dilakukan oleh deposan sebesar nilai nominal sebagaimana yang tertulis dalam warkatnya (*bilyet*). Kemudian pada saat jatuh tempo, deposan akan menerima kembali simpanannya sebesar nilai nominal ditambah imbal hasil atau bunga sesuai yang telah disepakati.

Keuntungan bagi bank dengan menghimpun dana lewat deposito adalah uang yang tersimpan relatif lebih lama, mengingat deposito memiliki jangka waktu yang relatif panjang dan frekuensi penarikan yang juga jarang. Dengan demikian bank dapat dengan leluasa untuk menggunakan kembali dana tersebut untuk keperluan penyaluran kredit.

#### c. Giro

Rekening giro atau demand deposito kadang-kadang juga disebut *checking account* adalah simpanan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan.<sup>31</sup> Oleh karena sifat penarikannya yang dapat dilakukan setiap saat, maka giro ini merupakan sumber dana yang stabil bagi bank. Bagi pihak nasabah, rekening giro dengan sifat penarikan tersebut akan sangat membantu dan merupakan alat pembayaran yang lebih efisien dalam melakukan transaksi. Oleh karena itu umumnya rekening giro dimiliki oleh nasabah-nasabah yang membutuhkan alat pembayaran yang lebih efisien dan untuk memperlancar kegiatan bisnisnya.

Penarikan uang di rekening giro dapat menggunakan sarana penarikan yaitu cek dan *bilyet* giro (BG). Apabila penarikannya dilakukan secara tunai, maka penarikannya dilakukan menggunakan cek. Sedangkan dengan penarikan non tunai menggunakan *bilyet* giro.

---

<sup>31</sup> *Ibid*, h. 39.

Disamping itu jika kedua sarana hilang atau habis, maka nasabah dapat menggunakan sarana lain seperti surat pernyataan atau surat kuasa yang di tanda tangani di atas materai.

## **7. Produk Dana Pihak Ketiga terhadap Minat Investasi di Bank Syariah**

Secara defenitif disebutkan bahwa dana pihak ketiga (DPK) adalah dana yang dipercayakan masyarakat (diluar bank) kepada bank beardlessan perjanjian penyimpanan dana.<sup>32</sup> Penghimpunan dana dari pihak ketiga adalah usaha bank dalam menarik dan mengumpulkan dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan, giro, tabungan, deposito, dan surat berharga lainnya.<sup>33</sup>

Pada perbankan agar produk yang dibuat laku di pasaran, maka penciptaan produk haruslah memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus selalu diciptakan setiap waktu, sehingga dapat menarik minat calon nasabah yang baru atau dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada sekarang ini.<sup>34</sup>

Dari teori diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa produk yang diciptakan suatu perbankan dapat mempengaruhi minat investasi masyarakat.

---

<sup>32</sup> Eddie Rinaldi, *Membaca Neraca Bank*, (Jakarta: Indonesia Legal Center Publishing), h. 10.

<sup>33</sup> Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h. 7.

<sup>34</sup> Aqwa Naser Daulay dan Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h. 52.

### C. Bagi Hasil

Secara umum, prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu al-musyarakah, al-mudharabah, al-al-muzara'ah, dan al-musaqah. Namun bagi hasil dalam investasi, akad yang sesuai dengan prinsip ini adalah *mudharabah*. Tujuan dari *mudharabah* adalah kerja sama antara pemilik dana (*shahibul maal*) dan pengelola dana (*mudharib*).

Terciptanya sistem bagi hasil di dalam perbankan syariah dikarenakan adanya perintah oleh Allah Subhanahu Wata'ala yang melarang umat muslim bertransaksi dengan sistem bunga yang merupakan riba di dalam perbankan konvensional. Perintah yang berupa larangan itu terdapat di dalam Al-Quran surat Ali Imran ayat 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapatkan keberuntungan.*<sup>35</sup>

Serta metode bagi hasil juga disebut dalam Al-Quran pada surat Shaad ayat 24:

وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

*Artinya: Dan, sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain kecuali orang yang beriman dan mengajakarkan amal saleh.*<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Amin Muchtar, *Al-Qur'an & Terjemah Dilengkapi dengan Kajian Uṣūl Fiqih*, (Bandung: Syamil Quran, 2011), h. 66.

<sup>36</sup> *Ibid*, h. 453.

**Tabel 2.1**  
**Perbedaan Sistem Bunga Dengan Bagi Hasil**

Keterangan	Bunga	Bagi Hasil
Penentuan	Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung.	Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
Persentase	Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
Waktu pembayaran	Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi.	Tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan di tanggung bersama oleh kedua belah pihak.
Jumlah Pembayaran	Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang "booming".	Jumlah pemabayaran laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
Eksistensi	Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dicekam) oleh beberapa kalangan.	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

*Sumber: Buku hadis-hadis ekonomi, 2015*

## 1. Bentuk Skema Bagi Hasil

- a. *Profit sharing* (disebut pula *profit-and-loss sharing*), yang dijadikan dasar perhitungan adalah *profit*, yang merupakan selisih antara penjualan/pendapatan usaha dan biaya-biaya usaha, baik berupa harga pokok penjualan/biaya produksi, biaya penjualan, serta biaya umum dan administrasi. *Profit sharing* dapat diartikan sebagai sistem pembagian keuntungan yang didapat dari suatu usaha.
- b. *Gross profit sharing*, yang dijadikan dasar perhitungan adalah *gross profit* (laba kotor), yakni penjualan/pendapatan usaha dikurangi dengan harga pokok penjualan/biaya produksi.
- c. *Revenue sharing*, yang dijadikan dasar perhitungan adalah penjualan/pendapatan usaha.

## 2. Produk Investasi Bagi Hasil Bank Syariah

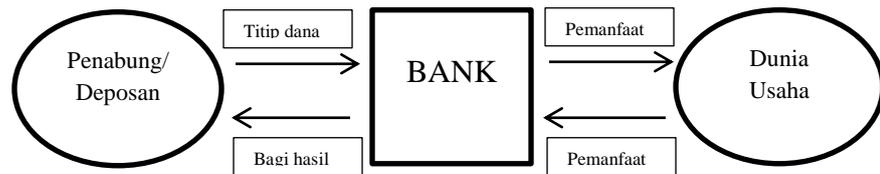
Produk investasi bank syariah yang di dasarkan atas akad *mudharabah* yaitu:<sup>37</sup>

- a. Mudharabah Muthlaqah (*General investment*)
  1. *Shahibul maal* tidak memberikan batasan-batasan (*restriction*) atas dana yang di investasikannya. *Mudharib* diberi wewenang penuh mengelola dana tersebut tanpa terikat waktu, tempat, jenis usaha, dan jenis pelayanannya.
  2. Aplikasi perbankan yang sesuai dengan akad ini ialah time deposit biasa.

Skema mudharabah mutlaqah dapat di gambarkan sebagai berikut.

---

<sup>37</sup> Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah; Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani dan Tazkia Cendekia, 2001), h. 150.



**Gambar 2.1 - Skema Mudharabah Mutlaqah**

Dalam skema *mudharabah mutlaqah* terdapat beberapa hal yang sangat berbeda secara fundamental dalam hal *nature relationship between bank and customers* pada bank konvensional.<sup>38</sup>

- 1) Penabung atau deposan di bank syariah adalah investor dengan sepenuh-penuhnya makna investor. Dia bukanlah *lender* atau *creditor* bagi bank seperti halnya di bank umum. Dengan demikian, penabung dan deposan *entitled* untuk *risk* dan *return* dari hasil usaha bank.
- 2) Bank memiliki dua fungsi: kepada deposan atau penabung, ia bertindak sebagai pengelola (*mudharib*), sedangkan kepada dunia usaha, ia berfungsi sebagai pemilik dana (*shahibul maal*). Dengan demikian, baik ke kiri ataupun kanan, bank harus *sharing risk and return* (lihat skema sebelumnya).
- 3) Dunia usaha berfungsi sebagai pengguna dan pengelola dana yang harus berbagi hasil dengan pemilik dana, yaitu bank. Dalam pengembangannya, nasabah pengguna dana dapat juga menjalin hubungan dengan bank dalam bentuk jual beli, sewa, dan *fee based services*.

**b. Mudharabah Muqayyadah**

- 1) *Shahibul maal* memberikan batasan atas dana yang diinvestasikannya. *Mudharib* hanya bisa mengelola dana tersebut sesuai dengan batasan yang diberikan oleh *shahibul*

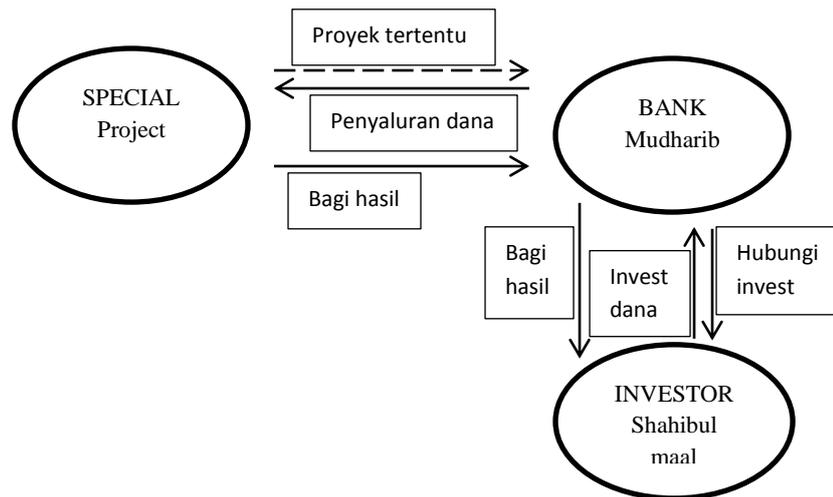
---

<sup>38</sup> *Ibid*, h. 151.

*maal*. Misalnya, hanya untuk jenis usaha tertentu saja, tempat tertentu, waktu tertentu, dan lain-lain.

2) Aplikasi perbankan yang sesuai dengan akad ini ialah *special investment*.

*Special investment* melalui mudharabah muqayyadah dapat digambarkan dalam skema berikut ini.



**Gambar 2.2 - Skema Mudharabah Muqayyadah**

Dalam investasi dengan menggunakan konsep mudharabah muqayyadah, pihak bank terikat dengan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh shahibul maal, misalnya:

- 1) Jenis investasi
- 2) Waktu dan tempat

Produk *special investment based on restricted mudharabah muqayyadah* ini sangat sesuai dengan *special high networth individuals* atau *company* yang memiliki kecenderungan investasi khusus.

Di samping itu, *special investment* merupakan suatu modus *funding* dan *financing*, sekaligus yang sangat cocok pada saat-saat krisis dan sektor perbankan mengalami kerugian yang menyeluruh. Dengan *special investment*, investor tertentu tidak perlu menanggung

*overhead* bank yang terlalu besar karena seluruh dananya masuk ke proyek khusus dengan *return* dan *cost* yang dihitung khusus pula.<sup>39</sup>

### 3. Contoh Perhitungan Nisbah Bagi Hasil Pada Bank Syariah

Bapak A memiliki deposito nominal = Rp. 10.000.000 Jangka waktu = 1 (satu) bulan (1 jan 2000 – 1 feb 2000) Nisbah bagi hasil = Deposan 57%, Bank 43%
Rata-rata keuntungan yang diperoleh untuk deposito dalam 1 (satu) bulan sebesar Rp. 30.000.000 dan rata-rata saldo deposito jangka waktu satu bulan adalah Rp. 950.000.000
Pertanyaannya: Berapa keuntungan yang diperoleh Bapak A?
Jawab: $\text{Rp. } (10.000.000 : 950.000.000) \times \text{Rp. } 30.000.000 \times 57\% = \text{Rp. } 180.000$

Kesimpulannya besar-kecilnya bagi hasil yang diperoleh deposan bergantung pada:

- 1) Pendapatan bank.
- 2) Nisbah bagi hasil antara nasabah dan bank
- 3) Nominal deposito nasabah.
- 4) Rata-rata saldo deposito untuk jangka waktu tertentu yang ada pada bank.
- 5) Jangka waktu deposito karena berpengaruh pada lamanya investasi.<sup>40</sup>

### 4. Tingkat Bagi Hasil terhadap Minat Investasi di Bank Syariah

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah

---

<sup>39</sup> *Ibid*, h. 152.

<sup>40</sup> *Ibid*, h. 159.

dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Bagi perbankan, terutama bank yang berdasarkan prinsip konvensional, harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya-biaya lainnya. Sedangkan harga bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah bagi hasil.<sup>41</sup>

Merujuk pada yang telah disebutkan sebelumnya bahwa harga pada bank syariah adalah bagi hasil, yang mana apabila salah dalam menentukan harga produk atau salah dalam menentukan tingkat bagi hasil maka akan berakibat fatal terhadap laku tidaknya produk dan jasa perbankan syariah tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil pada suatu bank syariah sangat erat kaitannya dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk berinvestasi pada bank tersebut.

## **D. Fasilitas**

### **1. Defenisi Fasilitas**

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Fasilitas dapat berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu yang diberikan oleh bank dalam hal ini fasilitas-fasilitas.<sup>42</sup>

Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama

---

<sup>41</sup> Aqwa Naser Daulay dan Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h. 61.

<sup>42</sup> Palenewen Pieter, et.al, *Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Cabang Pembantu Palu*, Jurnal EMBA, Vol 2 No. 3 (September 2014), h. 187.

dalam kegiatan suatu produk, karena apalah artinya suatu perusahaan tanpa fasilitas, tanpa mesin-mesin produksi, tanpa alat-alat kantor, dan tanpa tenaga kerja, mungkin hanya papan nama saja. Mengingat pentingnya fasilitas ini perusahaan rela mengeluarkan modal yang besar untuk membeli peralatan atau mesin-mesin canggih yang harganya mahal asalkan perusahaan bisa berproduksi secara optimal. Demikian halnya dengan fasilitas yang diberikan dalam suatu produk perbankan, fasilitas yang diberikan pihak bank semakin beragam, semuanya memberikan kemudahan kepada nasabah agar dapat bertransaksi dengan mudah. Fasilitas yang diberikan oleh pihak bank misalnya fasilitas ATM, pembayaran telepon, listrik dan PAM, serta fasilitas lainnya.<sup>43</sup>

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya fasilitas merupakan suatu wadah dari perusahaan dalam hal ini bank untuk mempermudah setiap kegiatan nasabah yang berhubungan dengan kegiatan perbankannya.

Fasilitas atau sarana prasarana telah dijelaskan dalam Al-Quran pada surat An-Nahl ayat 68-69, yang berbunyi:

وَأَوْحَا رَبُّكَ إِلَى النَّحْلِ أَنْ اتَّخِذِي مِنَ الْجِبَالِ بُيُوتًا وَمِنَ الشَّجَرِ وَمِمَّا يَعْرِشُونَ  
(٦٨) ثُمَّ كُلِي مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ فَاسْلُكِي سُبُلَ رَبِّكِ ذُلًّا يَخْرُجُ مِنْ بُطُونِهَا شَرَابٌ  
مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ فِيهِ شِفَاءٌ لِلنَّاسِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

*Aratinya: Dan Tuhanmu mengilhamkan kepada lebah, "Buatlah sarang digunung-gunung, dipohon-pohon kayu, ditempat-tempat yang dibikin manusia (69) kemudian makanlah dari (segala) macam buah-buahan, lalu tempuhlah jalan Tuhanmu yang telah dimudahkan (bagimu)". Dari perut lebah itu keluar minuman (madu) yang bermacam-macam warnanya, di dalamnya terdapat obat yang menyembuhkan bagi*

---

<sup>43</sup> Arya Maman Putra, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Fasilitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pada PT. BCA Cabang Kandangan Semarang*, Jurnal Umum Ekonomi, (Semarang 2010), h. 12.

*manusia. Sungguh, pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berfikir.*<sup>44</sup>

## **2. Faktor-faktor Fasilitas**

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam fasilitas jasa antara lain:<sup>45</sup>

a. Sifat dan tujuan organisasi jasa.

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Misalnya desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruang peralatan medis yang representatif, ruang tunggu pasien yang nyaman (dilengkapi tv, tersedia cukup tempat untuk berbaring), kamar pasien yang nyaman, ruang dokter dan kamar praktek yang bisa menjamin privacy (misalnya: kedap suara, dan tidak tembus pandang).

b. Ketersediaan tanah

Setiap perusahaan jasa yang membutuhkan tanah untuk mendirikan lokasi fasilitasnya perlu memperhatikan kemampuan finansialnya, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah, dan lain-lain.

c. *Fleksibilitas*

*Fleksibilitas* desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berubah, dan apabila spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan menjadi besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan mudah dan memperhitungkan pada kemungkinan perkembangan dimasa yang akan datang.

---

<sup>44</sup> Amin Muchtar, *Al-Qur'an & Terjemah Dilengkapi dengan Kajian Uşul Fiqih*, (Bandung: Syamil Quran, 2011), h. 274.

<sup>45</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), h. 43-45.

d. Faktor estetis

Fasilitas jasa yang tertera secara rapi, menarik dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa.

e. Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat terutama pemerhati masalah sosial, lingkungan hidup, dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan.

f. Biaya kontribusi dan operasi

Kedua jenis biaya ini berpengaruh desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan yang digunakan.

### **3. Fasilitas terhadap Minat Investasi di Bank Syariah**

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu yang diberikan oleh bank dalam hal ini fasilitas, sarana prasarana dan perlengkapannya.<sup>46</sup>

Peneliti terdahulu juga menguji konstruk fasilitas terhadap minat yang diteliti oleh Faisal dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah” menyatakan bahwa dalam menyediakan sebuah jasa, adanya fasilitas merupakan sesuatu yang sudah menjadi kewajiban. Tanpa adanya fasilitas yang menunjang keberlangsungan dan kelancaran layanan jasa yang diberikan maka konsumen akan merasa ada kekurangan sehingga mengurangi dorongan pada dirinya untuk menggunakan jasa tersebut. Seperti yang dijelaskan bahwa fasilitas menurutnya merupakan suatu paket jasa yang diartikan

---

<sup>46</sup> Palenewen Pieter, *et.al*, *Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Cabang Pembantu Palu*, Jurnal EMBA, Vol 2 No. 3 (September 2014), h. 187.

sebagai suatu *bundle* terdiri atas barang dan jasa yang disediakan dalam lingkungan tertentu. Bahwa fasilitas penunjang adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.<sup>47</sup>

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas merupakan suatu penampilan, perlengkapan, sarana dan prasarana suatu perusahaan yang tujuannya untuk memperlancar kegiatan perusahaan tersebut dan memberikan kepuasan pada nasabah, sehingga mampu memunculkan minat masyarakat untuk berinvestasi pada bank tersebut.

Untuk mempresentasikan variabel fasilitas agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka disusun indikator-indikator, yang selanjutnya indikator tersebut dijabarkan dalam item-item pertanyaan didalam kuesioner. Yaitu, Penampilan dan keadaan lingkungan sekitar, kemampuan sarana, prasarana, perlengkapan, dan peralatan.<sup>48</sup>

Indikator-indikator tersebut dijabarkan berdasarkan perusahaan jasa, bank termasuk perusahaan jasa dikarenakan jasa dapat diartikan sesuatu yang tidak berwujud dalam bentuk fisik ataupun konstruksi, seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan, kesehatan atau pemecahan masalah yang dihadapi konsumen.<sup>49</sup> Bank juga hanya lembaga perantara keuangan dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang yaitu memindahkan uang, menerima dan membayarkan kembali nasabah, membeli dan menjual surat-surat berharga dan memberi jaminan bank.<sup>50</sup>

---

<sup>47</sup> Faisal, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah: studi pada mahasiswa ekonomi perbankan Islam UMY*, Jurnal Administrasi, Vol 13 No. 1, (Agustus 2014), h. 43.

<sup>48</sup> Chatrin Surya Wijyaningratri, Budiayanto, *Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol 4 No. 1 (Juni, 2016), h. 6.

<sup>49</sup> Muhtosim Arief, *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*, (Malang: Bayu Media Publishing, 2006), h. 13.

<sup>50</sup> Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), h. 1.

### E. Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan penelitian ini dibutuhkan beberapa hasil penelitian terdahulu diantaranya:

**Tabel 2.2**  
**Kajian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Variabel	Metode
1	Vivi Permata Sari	Hubungan kecerdasan Ruhaniah Dengan Minat Menabung Di Bank Syariah Yogyakarta”, pada tahun 2005.	1) Kecerdasan ruhaniah (X) 2) Minat menabung (Y)	Kuantitatif
Hasil			Perbedaan	
Menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada minat menabung di bank syariah ditinjau dari tempat bekerja ( $t = 1,911$ ; $p = 0,058$ dimana $p > 0,05$ ) kemudian ditinjau dari jenis kelamin, ternyata juga tidak didapatkan perbedaan yang signifikan antara subjek pria dan wanita ( $t = -0,063$ ; $p = 0,949$ ; $p > 0,05$ ). Demikian pula hasil analisis yang diperoleh berdasarkan usia subjek, tidak terdapat perbedaan minat menabung yang signifikan ( $t = 0,447$ ; $p = 0,656$ ; dimana $p > 0,05$ ). Sedangkan pada hasil uji beda berdasarkan tingkat pendidikan terdapat perbedaan minat menabung di			perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian Vivi Permata Sari terletak pada indikatornya, penelitian Vivi Permata Sari mengulas hubungan minat menabung dengan kecerdasan ruhaniah pada bank syariah di Yogyakarta, sedangkan penelitian yang penulis lakukan ialah tentang pengaruh produk DPK, tingkat bagi hasil dan fasilitas terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.	

	bank syariah yang signifikan ( $t = -2,249$ ; $p = 0,017$ ; $p < 0,05$ ) pada subjek dengan tingkat pendidikan yang berbeda.	
--	--	--

No	Nama	Judul	Variabel	Metode
2	Ahmad Abdilla Reza	<i>Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam</i> ”, studi kasus pada Bank Syariah Mandiri Payment Point UIN Raden Intan Lampung, pada tahun 2017.	1) Fasilitas (X1) 2) Pelayanan (X2) 3) Minat (Y)	Kuantitatif
		Hasil	Perbedaan	
		Hasil penelitiannya adalah variabel fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap minat transaksi di BSM PP UIN Raden Intan Lampung pada mahasiswa FEBI angkatan 2013-2016, yang dijelaskan oleh hasil uji T $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $2,366 > 1,98$ dengan tingkat signifikansi 0,020 lebih kecil dari 5% atau 0,050.	Perbedaan penelitian Ahmad Abdilla Reza dengan penelitian yang penulis lakukan ialah terdapat pada variabel yang diteliti, pada penelitian ini variabel yang diteliti adalah fasilitas, pelayanan sebagai variabel bebas dan minat sebagai variabel terikat, sedangkan yang penulis lakukan memiliki variabel produk DPK, tingkat bagi hasil dan fasilitas	

	sebagai variabel bebas dan minat sebagai variabel bebas.
--	--

No	Nama	Judul	Variabel	Metode
3	Mufqi Firdi	<i>Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK), Non Performing Financing (NPF), dan Tingkat Inflasi terhadap total pembiayaan yang diberikan oleh BPR Syariah di Indonesia</i> ”, pada tahun 2013.	1) DPK (X1) 2) NPF (X2) 3) Tingkat Inflasi (X3) 4) Pembiayaan (Y)	Kuantitatif
		Hasil	Perbedaan	
		Hasil penelitiannya adalah <i>Dana Pihak Ketiga</i> dalam jangka pendek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap total pembiayaan yang diberikan BPR Syariah di Indonesia, yang berarti setiap peningkatan Dana Pihak Ketiga akan meningkatkan pula total pembiayaan. Sedangkan dalam jangka panjang <i>Dana Pihak Ketiga</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap total pembiayaan yang diberikan BPR Syariah di Indonesia. <i>Non performing financing</i> (NPF) dalam jangka pendek tidak berpengaruh signifikan terhadap total pembiayaan yang diberikan BPR Syariah di Indonesia. Sedangkan dalam jangka panjang <i>Non Performing</i>	Perbedaan penelitian ini dengan yang penulis lakukan adalah penelitian yang ditulis oleh Mufqi Firdi meneliti tentang pengaruh Dana Pihak Ketiga, <i>Non Performing Financing</i> dan tingkat inflasi terhadap total pembiayaan, sedangkan yang penulis teliti adalah tentang pengaruh produk Produk Dana Pihak Ketiga, Tingkat Bagi Hasil dan Fasilitas terhadap Minat Investasi masyarakat, perbedaan penelitian ini terdapat pada variabel-variabel yang diteliti.	

	<p><i>Financing</i> mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap total pembiayaan yang diberikan oleh BPR Syariah di Indonesia, dimana setiap peningkatan <i>Non Performing Financing</i> akan menurunkan total pembiayaan. Tingkat Inflasi dalam jangka pendek maupun jangka panjang tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap total pembiayaan yang diberikan BPR Syariah di Indonesia. Maka dapat di simpulkan berapapun tingkat inflasi di Indonesia tidak akan mempengaruhi total pembiayaan yang diberikan BPR Syariah di Indonesia.</p>	
--	--	--

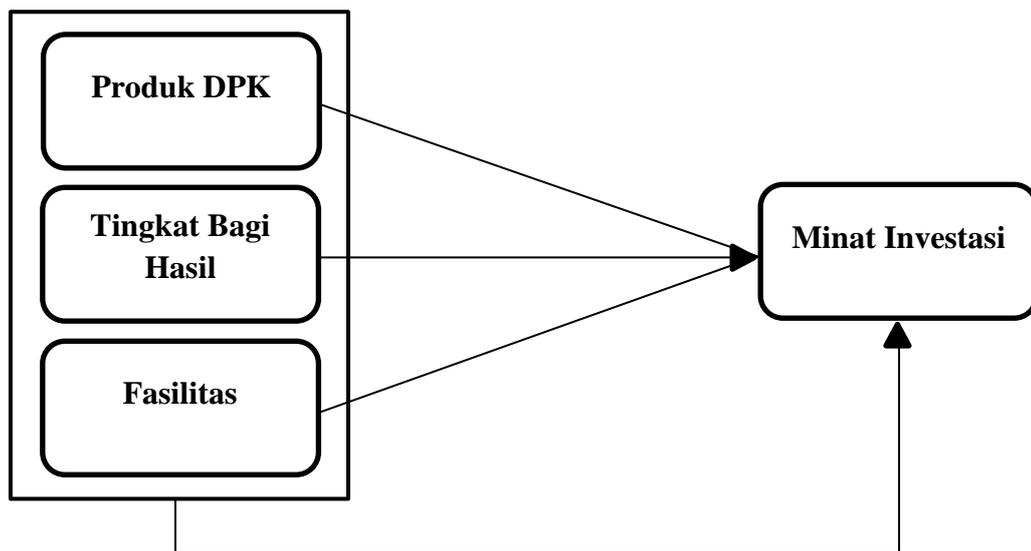
No	Nama	Judul	Variabel	Metode
4	Eris Tri Kurniawati	<p><i>Analisis Pengaruh Profitabilitas, Sistem Bagi Hasil Dan Kualitas Layanan Bank Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi”</i>. pada tahun 2012.</p>	<p>1) Profitabilitas (X1) 2) Sistem Bagi Hasil (X2) 3) Kualitas Layanan (X3) 4) Minat Nasabah (Y)</p>	kuantitatif
		Hasil	Perbedaan	
<p>penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh positif signifikan antara profitabilitas sistem bagi hasil dan kualitas layanan bank</p>		<p>Perbedaan penelitian yang dilakukan Eris dengan yang penulis lakukan ialah terdapat pada penambahan variabel Produk DPK</p>		

terhadap minat nasabah untuk berinvestasi di Bank Muamalat Cabang Malang. Dengan batasan penelitian pada produk simpanan mudharabah.	dan Fasilitas pada penelitian yang penulis lakukan, sehingga akan terdapat perbedaan pada hasil penelitian yang dilakukan Eris dengan penelitian yang penulis lakukan.
--	--

No	Nama	Judul	Variabel	Metode
5	Wirdayani Wahab	Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah”, pada tahun 2016.	1) Tingkat Bagi Hasil (X) 2) Minat Menabung (Y)	kuantitatif
Hasil			Perbedaan	
<p>penelitian ini menyatakan dari hasil uji yang diperoleh memiliki nilai determinasi (<math>R^2</math>) sebesar 0,758 atau jika di persentasekan menjadi 75.8 %, hal ini memiliki arti bahwa variasi minat menabung nasabah bisa di jelaskan oleh variabel <i>independent</i> (tingkat bagi hasil) sebesar 75,8%, sedangkan sisanya sebesar 24,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.</p>			<p>perbedaan penelitian ini dengan yang penulis lakukan terdapat pada variabelnya, penelitian yang dilakukan oleh Wirdayani Wahab ialah tentang pengaruh Tingkat Bagi Hasil terhadap Minat Menabung di bank syariah, sedangkan pada penelitian yang penulis lakukan memiliki lebih banyak variabel yaitu pengaruh produk Produk Dana Pihak Ketiga, Tingkat Bagi Hasil dan Fasilitas terhadap Minat Investasi masyarakat.</p>	

## F. Kerangka Teoritis

Gambar dibawah ini menunjukkan kerangka teoritis yang dibuat dalam model penelitian mengenai pengaruh produk dana pihak ketiga, tingkat bagi hasil dan fasilitas terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah.



Gambar 2.3 – Kerangka Teoritis

## G. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Selanjutnya hipotesis akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.<sup>51</sup>

Berdasarkan pemikiran diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis Nol ( $H_0$ ) : Menyatakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel dengan objek penelitian.

$H_{01}$ : Produk Dana Pihak Ketiga tidak berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

---

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 96.

Ho<sub>2</sub>: Tingkat Bagi Hasil tidak berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Ho<sub>3</sub>: Fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Ho<sub>4</sub>: Produk Dana Pihak Ketiga, Tingkat Bagi Hasil dan Fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

2. Hipotesis Alternatif (Ha) : Menyatakan adanya hubungan, atau adanya pengaruh atau adanya perbedaan antara dua variabel.

Ha<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh antara Produk Dana Pihak Ketiga terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Ha<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh antara Tingkat Bagi Hasil terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Ha<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh antara Fasilitas terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Ha<sub>4</sub>: Terdapat pengaruh antara Produk Dana Pihak Ketiga, Tingkat Bagi Hasil dan Fasilitas terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Adapun pendekatan penelitian yang penulis gunakan merupakan penelitian kuantitatif yaitu data yang berwujud angka atau bilangan, merupakan suatu pendekatan penelitian yang secara primer menggunakan paradigma *postpositivisme* (seperti pemikiran tentang sebab akibat, reduksi kepada variabel, hipotesis dan pertanyaan spesifik, menggunakan pengukuran dan observasi, serta pengujian teori) dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, menggunakan strategi seperti eksperimen dan survei yang memerlukan data statistika.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar yang berlokasi di jalan Medan – Tanjung Morawa KM. 14,5 NO. 5-6, Desa Limau Manis. Penelitian ini dimulai dari bulan Maret 2018 sampai dengan selesai.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **a. Populasi**

Populasi adalah suatu kelompok elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan. Elemen dapat dianalogikan sebagai unit analisis, sepanjang pengumpulan data untuk penelitian yang dilakukan hanya kepada responden. Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh nasabah Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar yang aktif menabung maupun tidak aktif menabung.<sup>52</sup> Berikut data dari Bank Sumut Syariah:

---

<sup>52</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 123.

**Tabel 3.1**  
**Pembagian Jumlah Nasabah Dari Setiap Produk Investasi**

Jenis Investasi	Jumlah
tabungan	2705
deposito	110
reksa dana	34

Total populasi pada penelitian ini adalah 2849, yang merupakan jumlah nasabah pada produk DPK pada tahun 2017.

**b. Sampel**

Sample adalah sebagian individu yang diselidiki dari keseluruhan individu penelitian.<sup>53</sup> Untuk mengetahui jumlah sampel dari suatu populasi maka dapat diketahui dengan rumus Slovin,<sup>54</sup> yaitu:

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

$n$  = Jumlah sample

$N$  = Ukuran Populasi (2849 nasabah)

$e$  = Standard eror (15%)

$$n = \frac{2849}{1 + 2849 (0,15)^2}$$

$$n = \frac{2849}{1 + 2849 (0,0225)}$$

$$n = 43,76$$

Maka banyaknya sampel yang dapat ditetapkan sebanyak 44 responden.

---

<sup>53</sup> Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 107.

<sup>54</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 78.

## **D. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Pada penelitian ini data yang digunakan menurut cara memperolehnya adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang dimaksud data yang langsung berasal dari responden berupa wawancara dan kuesioner sedangkan data sekunder yang dimaksud data dari pihak Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar berupa data jumlah nasabah pada produk dana pihak ketiga.

### **2. Sumber Data**

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data, disamping jenis data yang telah dibahas dimuka. Sumber data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer yang digunakan adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik) kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Data primer tersebut di dapat dengan melakukan wawancara atau kuesioner.

Data sekunder (*Secondary Data*) merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Sedangkan menurut dimensi waktunya menggunakan data runtut waktu (*time series*) yaitu data yang secara kronologis disusun menurut waktu pada suatu variabel tertentu. Data sekunder tersebut di dapat dari pihak Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar berupa data jumlah nasabah pada produk dana pihak ketiga.

## **E. Defenisi Operasional**

Dalam penelitian ini ada empat variabel dengan satu variabel dependen/terikat (Y) dan tiga variabel independen/bebas (X).

### **1. Minat (Y)**

Minat adalah kesukaan (kecendrungan hati) kepada sesuatu, perhatian, keinginan. Minat merupakan kecendrungan efektif seseorang untuk membuat pilihan aktivitas, kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga bisa dikatakan minat itu tidak stabil sifatnya. Minat yang dimaksud dalam penelitian ini ialah minat untuk berinvestasi di Bank Sumut Syariah.

Adapun indikator untuk mengukur variabel Minat, yaitu: pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk, evaluasi alternatif serta faktor sosial dan budaya.

### **2. Produk Dana Pihak Ketiga (X1)**

Produk Dana Pihak Ketiga ialah dana yang dipercayakan masyarakat (diluar bank) kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana. Penghimpunan dana dari pihak ketiga adalah usaha bank dalam menarik dan mengumpulkan dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito.

Adapun indikator untuk mengukur variabel Produk Dana Pihak Ketiga adalah: kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk, merek, kemasan, label dan pelayanan pendukung lainnya.

### **3. Bagi Hasil (X2)**

Prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu al-musarakah, al-mudharabah, al-muzara'ah, dan al-musaqah. Namun bagi hasil dalam investasi, akad yang sesuai dengan prinsip ini adalah *mudharabah*. Tujuan dari *mudharabah* adalah kerja sama antara pemilik dana (*shahibul maal*) dan pengelola dana (*mudharib*). Akad *mudharabah* yang dipakai dalam investasi secara

umum terbagi dua yaitu *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. Bagi hasil yang dimaksud dalam penelitian ini ialah nisbah yang di dapat nasabah selaku *shahibul maal* yang menginvestasikan dananya ke bank selaku *mudharib*.

Adapun indikator untuk mengukur variabel Bagi Hasil ialah berupa faktor besar kecilnya nisbah bagi hasil yang di dapat nasabah, yaitu: pendapatan bank, nominal investasi nasabah, kesepakatan nisbah bagi hasil antara nasabah dan bank dan jangka waktu investasi jika berupa deposito.

#### **4. Fasilitas (X3)**

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Fasilitas dapat berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu yang diberikan oleh bank dalam hal ini fasilitas-fasilitas.

Adapun indikator untuk mengukur variabel Fasilitas ialah penampilan, kemampuan sarana dan prasarana, dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan.

### **F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data**

#### **1. Jenis Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik) kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Metode yang digunakan

untuk mendapatkan data primer yaitu: (1) Metode survei dan (2) Metode observasi, dalam hal ini teknik yang digunakan adalah wawancara dan angket (kuesioner). Sedangkan data sekunder data yang diperoleh dari buku-buku jurnal dan sumber bacaan lain serta data jumlah nasabah pada produk dana pihak ketiga yang mempunyai relevansi dengan objek yang diteliti.

## **2. Teknik dan Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah menggunakan angket yang diukur menggunakan skala *likert*, angket paling banyak digunakan untuk pengukuran perilaku, skala yang terdiri dari pernyataan dan disertai jawaban sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju dan lain sebagainya, (tergantung dari tujuan pengukuran), serta menggunakan teknik pengolahan data laporan keuangan.

## **G. Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan teknik perhitungan statistik. Analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini akan menggunakan bantuan teknologi yaitu *microsoft excel* dan menggunakan program aplikasi SPSS (*Statistical and Service Solution*).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **1. Uji Analisis Deskriptif**

Uji deskriptif digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakter nasabah, variabel penelitian yang utama yaitu dengan cara data yang disusun dikelompokkan kemudian disajikan sehingga diperoleh gambaran umum. Analisis deskriptif yaitu gambaran tentang statistik

data seperti *mean*, *sum*, *standar deviasi*, *variance*, *range* dan lain-lain serta mengukur distribusi data dengan *skewness* dan *kurtosis*.<sup>55</sup>

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Pengujian data dianggap valid apabila  $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Uji realibilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya, dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari  $R_{tabel}$ . Atau kita bisa menggunakan batasan tertentu. Kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.<sup>56</sup>

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah suatu populasi berdistribusi secara normal atau tidak. Uji ini penting untuk dilakukan karena sering kali sebelum melakukan pengolahan data pada suatu pengamatan populasi, banyak peneliti mengasumsikan bahwa populasi yang diamati tersebut berdistribusi normal. Data variabel yang baik adalah data yang memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas adalah suatu pengujian yang digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika varian dari residual suatu

---

<sup>55</sup> Dwi Priyatno, *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI 2009), h. 32.

<sup>56</sup> Duwsi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), h. 26.

pengamatan kepengamatan yang lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>57</sup> Ataupun apabila nilai signifikansinya lebih dari 0,05.

#### c. Uji Multikolinieritas

Pedoman suatu model regresi yang ideal adalah tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (nilai VIF dan tolerance disekitar angka 1 serta koefisien korelasi antar variabel independen haruslah dibawah 0,5). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal* yakni variabel *orthogonal* adalah variabel independen yang memiliki nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan tingkat nilai  $VIF > 10$ .

#### 4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier digunakan untuk mempelajari dependen dalam suatu fenomena. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode regresi linier berganda untuk menganalisis data karena menyangkut tiga variabel independen yaitu *Produk DPK (X1)*, *Tingkat Bagi Hasil (X2)*, *Fasilitas (X3)*, serta sebuah variabel dependen yaitu *Minat (Y)*.

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

---

<sup>57</sup> Gujrati Damodar. *Ekonometrika Dasar*, (Jakarta: Erlangga, terj. Sumarno Zain, 2003), h. 90.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y : Variabel dependen (*Minat*)  
 $\alpha$  : Konstanta  
 $\beta_1$  : Parameter (ukuran-ukuran dalam populasi) X1  
 $\beta_2$  : Parameter (ukuran-ukuran dalam populasi) X2  
 $\beta_3$  : Parameter (ukuran-ukuran dalam populasi) X3  
X1 : Variabel independen (*Produk DPK*)  
X2 : Variabel independen (*Sistem Bagi Hasil*)  
X3 : Variabel independen (*Fasilitas*)  
 $\varepsilon$  : Error (kesalahan pengganggu)

Koefisien b akan bernilai positif (+) jika menunjukkan hubungan searah antara variabel independen dengan variabel dependen. Artinya setiap kenaikan variabel independen akan menyebabkan kenaikan variabel dependen, demikian pula sebaliknya jika terjadi penurunan pada variabel independen, koefisien b akan bernilai negatif (-) bila menunjukkan hubungan yang berlawanan arah antara variabel independen dan variabel dependen.

## 5. Uji Hipotesis

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

Koefisien determinasi majemuk ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel terkait.<sup>58</sup> Digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variasi naik turunnya variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada antara 0 hingga 1. Koefisien dterminan ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel

---

<sup>58</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 240.

independen menjelaskan variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel *Model Summary* dan tertulis *R Square*. Namun untuk regresi linear berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disediakan dengan variabel independen.<sup>59</sup>

b. Uji Signifikan Simultan (F)

Uji F ini bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Kriteria pengambilan keputusan dapat disimpulkan sebagai berikut:

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

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ <sup>60</sup>

c. Uji Signifikan Parsial (T)

Uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Apabila  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dan sebaliknya, apabila  $T_{hitung}$  lebih kecil dari  $T_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Kriteria pengambilan keputusan dapat disimpulkan sebagai berikut:

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

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$

---

<sup>59</sup> Dwi Priyatno, *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: Andi, 2009), h. 64.

<sup>60</sup> *Ibid*, h. 71.

## **BAB IV**

### **TEMUAN PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank Sumut Syariah**

##### **1. Sejarah singkat Bank Sumut Syariah**

Pendirian Unit Usaha Syariah didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi. Gagasan dan wacana untuk mendirikan Unit Usaha Syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama dikalangan stakeholder Bank Sumut, khususnya Direksi dan Komisaris, yaitu sejak dikeluarkannya UU No.10 Tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah.

PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah diresmikan pada tanggal 04 November 2004, dengan dibukanya 2 unit Kantor Operasional yaitu Kantor Cabang Syariah Medan dan Kantor Cabang Syariah Padang Sidempuan pada tanggal 18 Oktober 2005 dan di susul Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi tanggal 26 Desember 2005. Sedangkan untuk Kantor Cabang Pembantu Simpang Kayu Besar diresmikan pada tanggal 12 September 2011.

##### **2. Logo Bank Sumut Syariah**

Kata kunci dari logo PT. Bank SUMUT Syariah adalah SINERGY yaitu kerja sama yang erat sebagai langkah lanjut dalam rangka meningkatkan taraf hidup yang lebih baik, berbekal kemauan keras yang didasari dengan profesionalisme dan memberikan pelayanan yang terbaik.

Bentuk logo menggambarkan dua elemen dalam bentuk huruf “U” yang saling bersinergi membentuk huruf “S” yang merupakan kata awal dari “SUMUT”. Sebuah penggambaran bentuk kerjasama yang sangat erat antara Bank Sumut dengan masyarakat Sumatera Utara, sebagaimana yang tertera pada visi Bank Sumut.



*Sumber: Bank Sumut Syariah*

### **Gambar 4.1 - Logo Bank Sumut Syariah**

Warna Orange sebagai simbol suatu hasrat untuk terus maju yang dilakukan dengan energik yang dipandu dengan warna Biru yang sportif dan profesional sebagaimana misi Bank Sumut.

Warna putih sebagai ungkapan ketulusan hati untuk melayani sebagaimana statement Bank Sumut.

Jenis huruf platino bold sederhana dan mudah dibaca. Penulisan Bank dengan huruf kecil dan SUMUT dengan huruf capital guna lebih mengedepankan Sumatera Utara, sebagai gambaran keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara. Adapun penjelasan tentang angka 8 ialah, setiap implementasi dari standar layanan Bank Sumut masing-masing berjumlah delapan butir yang terinspirasi dari huruf S pada logo Bank Sumut. Angka delapan adalah angka bulat yang tidak terputus dalam penulisannya dan melaksanakan proses pelayanan pada nasabah yang tanpa henti.

### **3. Visi dan Misi**

#### **Visi:**

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

#### **Misi:**

Mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang didasarkan pada prinsip-prinsip compliance.

## B. Hasil Analisis Deskripsi

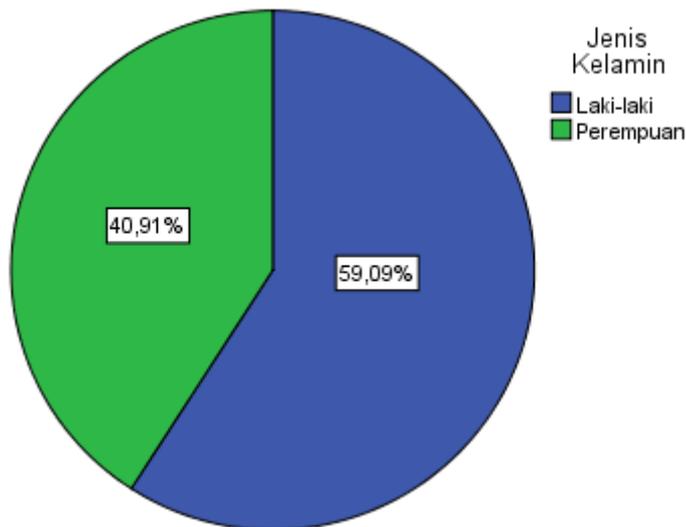
Dalam bab ini penulis menganalisis data yang telah terkumpul, data yang telah dikumpulkan tersebut berupa hasil jawaban responden untuk mengetahui pengaruh produk Dana Pihak Ketiga, tingkat bagi hasil dan fasilitas terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Kayu Besar, dengan subjeknya yaitu nasabah Bank Sumut Syariah KCP Kayu Besar. Penelitian ini dilakukan dengan responden sebanyak 44 nasabah pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

**Tabel 4.1**

**Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	26	59,1	59,1	59,1
Perempuan	18	40,9	40,9	100,0
Total	44	100,0	100,0	

*Sumber Data Primer (kuesioner), diolah Juli 2018*

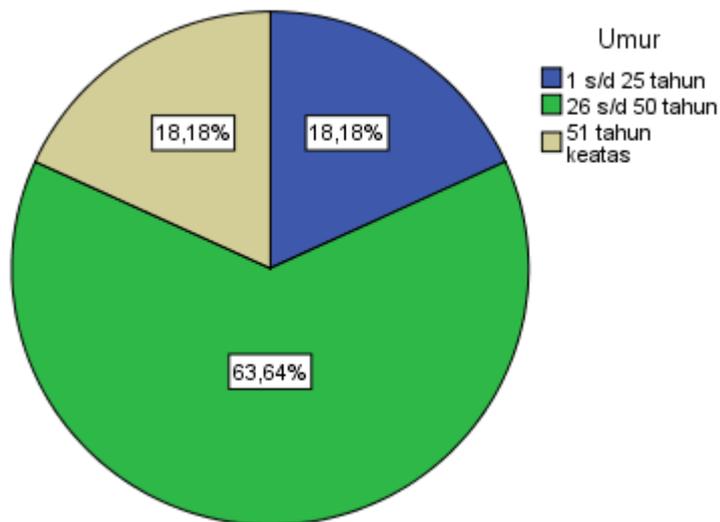


**Gambar 4.2 - Grafik Jenis Kelamin**

**Tabel 4.2****Umur**

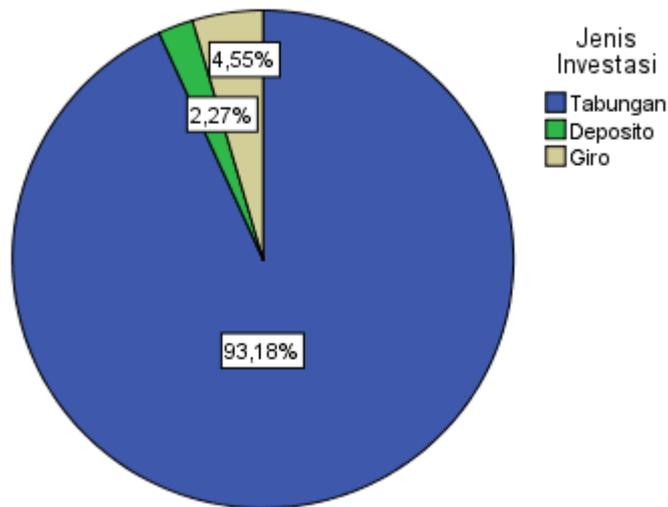
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 s/d 25 tahun	8	18,2	18,2	18,2
Valid 26 s/d 50 tahun	28	63,6	63,6	81,8
Valid 51 tahun keatas	8	18,2	18,2	100,0
Total	44	100,0	100,0	

*Sumber Data Primer (kuesioner), diolah Juli 2018*

**Gambar 4.3 - Grafik Umur****Tabel 4.3****Jenis Investasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tabungan	41	93,2	93,2	93,2
Valid Deposito	1	2,3	2,3	95,5
Valid Giro	2	4,5	4,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

*Sumber Data Primer (kuesioner), diolah Juli 2018*



**Gambar 4.4 - Grafik Jenis Investasi**

### **1. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Produk Dana Pihak Ketiga**

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel Produk Dana Pihak Ketiga didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebar.

Data interval tersebut juga dapat dianalisis dengan menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skoring setiap jawaban dari responden. Berdasarkan skor yang telah ditetapkan dapat dihitung sebagai berikut.<sup>61</sup> Tanggapan responden terhadap variabel Produk Dana Pihak Ketiga, dapat dilihat pada tabel berikut:

---

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2014), h. 94.

**Tabel 4.4****Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Produk Dana Pihak Ketiga**

No	Pernyataan	Jawaban Responden									
		SS		S		R		TS		STS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
	X1.1	22	100%	19	86,2%	2	5%		3%		
	X1.2	23	100%	21	91,3%						
	X1.3	14	100%	27	192,9%	2	14,3%	1	7,1%		

Sumber Data Primer (kuesioner), diolah Juli 2018

- a. Pada pernyataan pertama yaitu Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar memiliki produk Tabungan yang disesuaikan dan sangat cocok untuk semua kalangan, sebanyak 22 responden menjawab sangat setuju dan sebanyak 19 responden menjawab setuju, 2 responden menjawab ragu-ragu, 1 responden menjawab tidak setuju. Sedangkan untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilih.
- b. Pada pernyataan kedua yaitu buku tabungan Bank Sumut Syariah memiliki gaya, desain yang menarik dan modern, sebanyak 23 responden menjawab sangat setuju dan sebanyak 21 responden menjawab setuju. Sedangkan untuk jawaban ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilih.
- c. Pada pernyataan ketiga yaitu merek produk dari setiap produk DPK di Bank Sumut Syariah memiliki konsep yang sesuai syariah namun tetap menarik untuk kalangan umum, sebanyak 14 responden menjawab sangat setuju, 27 responden menjawab setuju, 2 responden ragu-ragu, 1 responden tidak setuju dan untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilih.

## 2. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Tingkat Bagi Hasil

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel Tingkat Bagi Hasil didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebar. Tanggapan responden terhadap variabel Tingkat Bagi Hasil, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.5**

**Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Tingkat Bagi Hasil**

No	Pernyataan	Jawaban Responden									
		SS		S		R		TS		STS	
		$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%	$\Sigma$	%
	X2.1	4	14,5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	X2.2	4	14,5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	X2.3	4	14,8%	5	19,1%	0	0%	3	11,5%	0	0%

*Sumber Data Primer (kuesioner), diolah Juli 2018*

- Pada pernyataan pertama yaitu tidak adanya penalti atas pemutusan Deposito oleh Depositor dari jangka waktu yang sudah ditetapkan, merupakan keunggulan dari Bank Sumut Syariah, sebanyak 24 responden menjawab sangat setuju, 20 responden menjawab setuju. Sedangkan untuk jawaban ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilih.
- Pada pernyataan kedua yaitu return/pengembalian yang didapat nasabah selaku mudharib tergantung pada kinerja bisnis bank, sebanyak 24 responden menjawab sangat setuju, 20 responden menjawab setuju. Sedangkan untuk jawaban ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilih.
- Pada pernyataan ketiga yaitu perhitungan besarnya tingkat return/pengembalian nisbah bagi hasil Bank Sumut lebih besar dibandingkan dengan bank lain, sebanyak 14 responden menjawab sangat setuju, 26 responden menjawab setuju, 3 responden

menjawab ragu-ragu dan 1 responden menjawab tidak setuju. Sedangkan untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilih.

### 3. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Fasilitas

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel Fasilitas didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebar. Tanggapan responden terhadap variabel Fasilitas, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**  
**Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Fasilitas**

No	Pernyataan	Jawaban Responden									
		SS		S		R		TS		STS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
	X3.1	19	83,2%	1	4,7%	1	4,8%	0	0%	0	0%
	X3.2	10	50,5%	5	25,1%	3	15,2%	2	10,3%	0	0%
	X3.3	7	35,6%	5	25,1%	3	15,2%	0	0%	0	0%

*Sumber Data Primer (kuesioner), diolah Juli 2018*

- a. Pada pernyataan pertama yaitu Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar telah memiliki fasilitas gedung dengan ruangan yang nyaman, sebanyak 19 responden menjawab sangat setuju, 21 responden menjawab setuju, 3 responden menjawab ragu-ragu, 1 responden menjawab tidak setuju dan untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilih.
- b. Pada pernyataan kedua yaitu Bank Sumut Syariah memiliki Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan SMS banking yang memudahkan transaksi nasabah, sebanyak 20 responden menjawab sangat setuju, 15 responden menjawab setuju, 8 responden menjawab ragu-ragu, 1 responden menjawab tidak

setuju dan untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilih.

- c. Pada pernyataan ketiga yaitu Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar memiliki fasilitas alat transaksi seperti slip penarikan dan penyetoran, pulpen serta meja yang rapih dan menarik, sebanyak 17 responden menjawab sangat setuju, 26 responden menjawab setuju, 1 responden menjawab ragu-ragu dan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilih.

#### 4. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Minat

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel Minat didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebar. Tanggapan responden terhadap variabel Minat, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.7**

**Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Minat**

No	Pernyataan	Jawaban Responden									
		SS		S		R		TS		STS	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
	Y1	22	100%	0	0%	0	0%	3	14%	3	14%
	Y2	4	11,5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Y3	4	11,8%	5	14,1%	0	0%	8	23,5%	3	9,4%
	Y4	5	14,1%	7	20,6%	0	0%	5	14,7%	0	0%

*Sumber Data Primer (kuesioner), diolah Juli 2018*

- a. Pada pernyataan pertama yaitu Bank Sumut Syariah adalah lembaga alternatif dalam membantu bisnis saya, sebanyak 22 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 20 responden menjawab setuju, sebanyak 1 responden menjawab ragu-ragu, 1

responden menjawab tidak setuju dan untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilih.

- b. Pada pernyataan kedua yaitu saya berminat melakukan investasi di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar karena percaya akan kinerja Bank Sumut Syariah, sebanyak 24 responden menjawab sangat setuju dan sebanyak 20 responden menjawab setuju. Sedangkan untuk jawaban ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilih.
- c. Pada pernyataan ketiga yaitu saya berminat melakukan investasi di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar karena informasi yang saya dapatkan tentang Bank Sumut Syariah dari berbagai sumber informasi yang beredar bahwasanya bagi hasil pada Bank Sumut syariah lebih besar dibandingkan dengan bank lain, sebanyak 14 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 26 responden menjawab setuju, 3 responden menjawab ragu-ragu, 1 responden menjawab tidak setuju dan untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilih.
- d. Pada pernyataan keempat yaitu saya berminat berinvestasi di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar karena memiliki produk yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan saya, sebanyak 15 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 27 responden menjawab setuju, 2 responden menjawab ragu-ragu dan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilih.

## **C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

### **1. Hasil Uji Validitas**

Uji tingkat validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $R_{hitung}$  dengan  $R_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ )= $n-2$ , dalam penelitian ini jumlah sampel ( $n$ )= 44 dan besarnya  $df= 44-2= 42$ , dan *alpha* 0,05 di dapat  $R_{tabel}$  0,304 (dengan uji dua sisi).

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	<i>Corrected item total correlation</i> ( $R_{hitung}$ )	$R_{tabel}$	keterangan
Variabel P. DPK (X1)	X1.1	0,902	0,304	Valid
	X1.2	0,689	0,304	Valid
	X1.3	0,810	0,304	Valid
Variabel T. Bagi Hasil (X2)	X2.1	0,893	0,304	Valid
	X2.2	0,893	0,304	Valid
	X2.3	0,735	0,304	Valid
Variabel Fasilitas (X3)	X3.1	0,746	0,304	Valid
	X3.2	0,822	0,304	Valid
	X3.3	0,724	0,304	Valid
Variabel Minat (Y)	Y1	0,888	0,304	Valid
	Y2	0,670	0,304	Valid
	Y3	0,839	0,304	Valid
	Y4	0,748	0,304	Valid

*Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Juli 2018*

Dari tabel diatas terlihat bahwa  $R_{hitung}$  pada kolom *Corrected item total correlation* untuk masing-masing item memiliki  $R_{hitung}$  lebih besar dan positif dibandingkan  $R_{tabel}$  untuk  $df= 44-2= 42$  dan  $alpha$  0,05 dengan uji dua sisi di dapat  $R_{tabel}$  sebesar 0,304 maka dapat disimpulkan bahwa indikator dari keempat variabel X1, X2, X3 dan Y adalah valid.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat ukur digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode Alpha Cronbach untuk menilai apakah kuesioner ini realibel atau tidak. Skala tersebut dapat dikelompokkan menjadi 5 kelas

range yang sama, maka ukuran ketetapan Alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:<sup>62</sup>

**Tabel 4.9**  
**Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Tingkat Alpha**

o	Alpha	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 s/d 0,20	Kurang reliabel
2	0,20 s/d 0,40	Agak reliabel
3	0,40 s/d 0,60	Cukup reliabel
4	0,60 s/d 0,80	Reliabel
5	0,80 s/d 1,00	Sangat reliabel

Berdasarkan hasil dari jawaban responden, maka hasil uji reliabilitas untuk variabel motivasi kerja (X) adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Reliability Statistics (X1)**

Cronbach's Alpha	N of Items
,728	3

Hasil uji realibilitas dapat dilihat pada output realibility statistics. Di dapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,728. Karena nilai berada pada rentang 0,60 – 0,80 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut berada pada kategori “reliabel”.

**Tabel 4.11**  
**Reliability Statistics (X2)**

Cronbach's Alpha	N of Items
,761	3

---

<sup>62</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009).  
h. 97.

Hasil uji realibilitas dapat dilihat pada output realibility statistics. Di dapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,761. Karena nilai berada pada rentang 0,60 – 0,80 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut berada pada kategori “reliabel”.

**Tabel 4.12**

**Reliability Statistics (X3)**

Cronbach's Alpha	N of Items
,632	3

Hasil uji realibilitas dapat dilihat pada output realibility statistics. Di dapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,632. Karena nilai berada pada rentang 0,60 – 0,80 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut berada pada kategori “reliabel”.

**Tabel 4.13**

**Reliability Statistics (Y)**

Cronbach's Alpha	N of Items
,800	4

Hasil uji realibilitas dapat dilihat pada output realibility statistics. Di dapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,800. Karena nilai berada pada rentang 0,80 – 1,00 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut berada pada kategori “sangat reliabel”.

## **D. Hasil Uji Asumsi Klasik**

### **1. Hasil Uji Normalitas**

Maksud data terdistribusi secara normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Sampel penelitian diuji dengan pengujian Kolmogorov-Smirnov menggunakan SPSS 20.0 untuk mengetahui apakah sampel merupakan jenis distribusi normal. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah,  $H_0$ : Distribusi populasi

normal, jika probabilitas  $> 0,05$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_a$ : Distribusi Populasi tidak normal, jika probabilitas  $< 0,05$ ,  $H_0$  ditolak. Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.14**

**Uji Normalitas Variabel P. DPK**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,89759725
	Absolute	,142
Most Extreme Differences	Positive	,139
	Negative	-,142
Kolmogorov-Smirnov Z		,939
Asymp. Sig. (2-tailed)		,341

*Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Juli 2018*

**Tabel 4.15**

**Uji Normalitas Variabel T. Bagi Hasil**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,87344730
	Absolute	,156
Most Extreme Differences	Positive	,108
	Negative	-,156
Kolmogorov-Smirnov Z		1,035
Asymp. Sig. (2-tailed)		,235

*Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Juli 2018*

**Tabel 4.16**

**Uji Normalitas Variabel Fasilitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,57370931
	Absolute	,148
Most Extreme Differences	Positive	,104
	Negative	-,148
Kolmogorov-Smirnov Z		,984
Asymp. Sig. (2-tailed)		,288

*Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Juli 2018*

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas, didapatkan nilai signifikansi pada baris Asympy. Sig (2-tailed) untuk variabel Produk Dana Pihak Ketiga sebesar  $0,341 > 0,05$ , variabel Tingkat Bagi Hasil  $0,235 > 0,05$  dan variabel Fasilitas  $0,288 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan menunjukkan bahwa data pada variabel Produk Dana Pihak Ketiga, Tingkat Bagi Hasil dan Fasilitas berdistribusi normal.

## **2. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dilakukan pengujian dengan menggunakan metode glejser untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya  $< 0,05$ , yang berarti bahwa apabila signifikansinya  $> 0,05$  penelitian dapat dilanjutkan. Hasil glejser dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.17**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	,348	1,092		
1 P.DPK	,044	,055	,126	,788	,435
T. BAGI HASIL	-,025	,069	-,066	-,355	,724
FASILITAS	,005	,061	,015	,079	,938

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Juli 2018

Dari hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa terhadap masing-masing variabel independen diperoleh *p-value* ( $\text{sig} - t$ )  $> 0,05$ . Untuk variabel Produk Dana Pihak Ketiga sebesar 0,435, variabel Tingkat Bagi Hasil sebesar 0,724 dan variabel Fasilitas sebesar 0,938 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada masing-masing variabel independen.

### 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance  $< 0,10$  atau nilai VIF  $> 10$  dengan tingkat kolonieritas 0,95, dan ikhtisar hasil multikolinearitas pada variabel bebas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.18**  
**Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	-,212	1,796			
1 P.DPK	,065	,091	,051	,960	1,042
T. BAGI HASIL	1,132	,114	,829	,709	1,411
FASILITAS	,138	,100	,116	,696	1,437

a. Dependent Variable: MINAT

*Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Juli 2018*

Hasil uji multikolinearitas pada tabel diatas, antar variabel bebas menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel bebas tidak lebih dari 10 yaitu pada variabel Produk DPK sebesar 1,042, variabel Tingkat Bagi Hasil sebesar 1,411 dan variabel Fasilitas sebesar 1,437. Selain itu, nilai tolerance dari masing-masing variabel tidak kurang dari 0,10 yaitu pada variabel Produk DPK sebesar 0,960, variabel Tingkat Bagi Hasil sebesar 0,709 dan variabel Fasilitas sebesar 0,696. Dengan demikian dapat disimpulkan antara ketiga variabel yaitu Produk DPK, Tingkat Bagi Hasil dan Fasilitas tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi tersebut.

#### **E. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menjelaskan kekuatan dan arah pengaruh variabel independen terhadap variabel independen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 20.0.

**Tabel 4.19**  
**Uji Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-,212	1,796		
1 P.DPK	,065	,091	,051	,714	,479
T. BAGI HASIL	1,132	,114	,829	9,940	,000
FASILITAS	,138	,100	,116	1,381	,175

a. Dependent Variable: MINAT

*Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Juli 2018*

Pada tabel diatas, dapat diketahui dari hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi yaitu:  $Y = -0,212 + 0,065 X_1 + 1,132 X_2 + 0,138 X_3 + e$

Persamaan Regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar -0,212, artinya jika semua variabel bebas memiliki nilai nol (0) maka nilai variabel Minat sebesar -0,212.
2. Koefisien regresi variabel Produk Dana Pihak Ketiga sebesar 0,065; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Produk Dana Pihak Ketiga mengalami kenaikan 1 satuan, maka Minat Investasi (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,065.
3. Koefisien regresi variabel Tingkat Bagi Hasil sebesar 1,132; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Tingkat Bagi Hasil mengalami kenaikan 1 satuan, maka Minat Investasi (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 1,132.
4. Koefisien regresi variabel Fasilitas Ketiga sebesar 0,138; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Fasilitas mengalami kenaikan 1 satuan, maka Minat Investasi (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,138.

## F. Hasil Uji Hipotesis

### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai Koefisien ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi dan variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X). Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ( $R^2=0$ ), artinya variasi dari variabel Y tidak dapat dijelaskan oleh variabel X sama sekali. Sementara bila  $R^2 = 1$ , artinya variasi dari variabel Y secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variabel X. Dengan kata lain, jika  $R^2$  mendekati 1 maka variabel independen mampu menjelaskan perubahan variabel dependen, tetapi jika  $R^2$  mendekati 0, maka variabel independen tidak mampu menjelaskan variabel dependen. Dan jika  $R^2 = 1$ , maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian baik atau buruknya persamaan regresi ditentukan oleh  $R^2$  nya yang mempunyai nilai nol dan satu.

**Tabel 4.20**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,896 <sup>a</sup>	,803	,788	,87429

a. Predictors: (Constant), FASILITAS, P.DPK, T. BAGI HASIL

*Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Juli 2018*

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi  $R^2$  (R Square) sebesar 0,803 atau 80,3%. Hal ini menunjukkan bahwa Produk Dana Pihak Ketiga, Tingkat Bagi Hasil dan Fasilitas berpengaruh sebesar 80.3% terhadap Minat berinvestasi di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar, sedangkan sisanya sebesar 19,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

## 2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05.

**Tabel 4.21**  
**Uji Simultan (F)**

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	124,402	3	41,467	54,250	,000 <sup>b</sup>
Residual	30,575	40	,764		
Total	154,977	43			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), FASILITAS, P.DPK, T. BAGI HASIL

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Juli 2018

Statistika uji:

$$F_{hitung} = 54,250$$

$$\text{Sig} = 0.000$$

$$F_{tabel} = 2,83 \text{ (lihat tabel F)}$$

Keputusan Hasil Analisis:

Karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $54,250 > 2,83$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$  maka keputusannya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Kesimpulan:

Karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $54,250 > 2,83$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka artinya terdapat pengaruh signifikan antara Produk Dana Pihak Ketiga, Tingkat Bagi Hasil dan Fasilitas terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

### 3. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individual. Secara individual uji statistik yang digunakan adalah uji T.

Untuk mengetahui signifikansi bandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas Sig dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika nilai probabilitas lebih besar 0,05 atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau ( $0,05 > \text{Sig}$ ) atau  $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya signifikan.

Jika nilai probabilitas lebih kecil 0,05 atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau ( $0,05 < \text{Sig}$ ) atau  $T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya tidak signifikan.

**Tabel 4.22**  
**Uji Parsial (T)**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	t	Sig.
(Constant)	-,118	,907
1 P.DPK	,714	,479
T. BAGI HASIL	9,940	,000
FASILITAS	1,381	,175

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Juli 2018

Hipotesis:

$H_{01}$ : Produk Dana Pihak Ketiga tidak berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Ha<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh antara Produk Dana Pihak Ketiga terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Hasil uji T pada variabel Produk Dana Pihak Ketiga (X1) diperoleh probabilitas Sig 0,479. Nilai Sig 0,479 > 0,05 dan diperoleh nilai T<sub>hitung</sub> sebesar 0,714 dan diketahui T<sub>tabel</sub> sebesar 2,021 (lihat T<sub>tabel</sub>). 0,714 < 2,021, maka keputusannya adalah Ha<sub>1</sub> ditolak dan Ho<sub>1</sub> diterima, artinya Produk Dana Pihak Ketiga tidak berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Ho<sub>2</sub>: Tingkat Bagi Hasil tidak berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Ha<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh antara Tingkat Bagi Hasil terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Hasil uji T pada variabel Tingkat Bagi Hasil (X2) diperoleh probabilitas Sig 0,000. Nilai Sig 0,000 < 0,05, dan diperoleh nilai T<sub>hitung</sub> sebesar 9,940 dan diketahui T<sub>tabel</sub> sebesar 2,021 (lihat T<sub>tabel</sub>). 9,940 > 2,021, maka keputusannya adalah Ho<sub>2</sub> ditolak dan Ha<sub>2</sub> diterima, artinya Terdapat pengaruh antara Tingkat Bagi Hasil terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Ho<sub>3</sub>: Fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Ha<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh antara Fasilitas terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

Hasil uji T pada variabel Fasilitas (X3) diperoleh probabilitas Sig 0,175. Nilai Sig 0,175 > 0,05 dan diperoleh nilai T<sub>hitung</sub> sebesar 1,381 dan diketahui T<sub>tabel</sub> sebesar 2,021 (lihat T<sub>tabel</sub>). 1,381 < 2,021, maka keputusannya adalah Ha<sub>3</sub> ditolak dan Ho<sub>3</sub> diterima, artinya Fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

## G. Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil dari pengujian statistik dan ekonomi yang dilakukan, dapat diketahui bahwa regresi yang dihasilkan cukup baik untuk menerangkan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi Minat Berinvestasi. Dari ketiga variabel independen (Produk Dana Pihak Ketiga, Tingkat Bagi Hasil dan Fasilitas) yang dimasukkan ke dalam pengujian statistik, maka didapat hasil:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa produk Dana Pihak Ketiga tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Artinya jenis-jenis produk DPK yang mana seperti biasanya yang menjadi ukuran sebuah produk ialah seperti kemasan produk, fitur produk dan sebagainya. Sama halnya dalam penelitian ini yang diukur dalam variabel produk DPK yang berupa Tabungan, Deposito dan Giro ialah mengenai fitur produk, desain produk dan sebagainya, yang mana hal tersebut tidak mempengaruhi minat masyarakat atau nasabah untuk berinvestasi di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Simpang Kayu Besar. Hal ini bisa terjadi dikarenakan masyarakat tidak hanya mengutamakan tampilan produk melainkan mengutamakan *profit* atau keuntungan yang di dapat dari investasi tersebut. Namun jika disandingkan dengan tingkat nisbah bagi hasil produk DPK berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat, yang mana dapat dilihat fitur produk ataupun tampilan produk merupakan faktor pendukung terhadap minat berinvestasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar, yang dibuktikan oleh uji simultan sebelumnya. Sedangkan jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mufqi Firdi yang berjudul “*Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK), Non Performing Financing (NPF), dan Tingkat Inflasi terhadap total pembiayaan yang diberikan oleh BPR Syariah di Indonesia*” pada tahun 2013, penelitian ini memiliki kesamaan atas pengaruh DPK untuk hasil jangka panjang dan perbedaan karena tidak memiliki pengaruh untuk jangka pendek.

2. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa tingkat bagi hasil berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi masyarakat. Artinya apabila tingkat bagi hasil atau *return* yang di dapat nasabah meningkat maka minat nasabah untuk berinvestasi juga mengalami peningkatan. Begitupun sebaliknya jika tingkat bagi hasil mengalami penurunan maka minat berinvestasi nasabah juga mengalami penurunan. Hal ini serupa dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Wirdayani Wahab yang berjudul “*Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*”, pada tahun 2016, yang mana hasil penelitiannya tingkat bagi hasil memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas yang disediakan pihak Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Simpang Kayu Besar tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi di Bank Sumut Syariah. Dalam hal ini menunjukkan bahwasanya keinginan masyarakat untuk berinvestasi bukan dipengaruhi fasilitas yang ada pada bank tersebut melainkan dikarenakan faktor lain seperti tingkat keuntungan yang di dapat nasabah tersebut. Dalam hal ini fasilitas serupa dengan produk DPK yang mana apabila disandingkan bersama-sama dengan tingkat nisbah bagi hasil akan berpengaruh terhadap minat berinvestasi masyarakat, sehingga dapat disimpulkan fasilitas merupakan faktor pendukung dalam mempengaruhi minat investasi masyarakat, yang di buktikan oleh uji simultan sebelumnya. Namun penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ahmad Abdilla Reza yang berjudul “*Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*” memiliki perbedaan, yang mana penelitian sebelumnya variabel fasilitas berpengaruh positif terhadap minat transaksi di BSM PP UIN Raden Intan Lampung pada mahasiswa FEBI angkatan 2013-2016, sedangkan pada penelitian ini tidak memiliki pengaruh.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan adanya pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara produk Dana Pihak Ketiga, tingkat bagi hasil dan fasilitas dengan minat masyarakat dalam berinvestasi pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar. Didapatkan dari nilai koefisien determinasi ( $R^2/R$  *Square*) bahwa Produk Dana Pihak Ketiga, Tingkat Bagi Hasil dan Fasilitas berpengaruh sebesar 80,3% terhadap Minat berinvestasi di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar, sedangkan sisanya sebesar 19,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

1. Dari hasil uji T pada variabel produk Dana Pihak Ketiga sebagai variabel bebas diperoleh hasil dengan membandingkan nilai signifikan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya variabel produk Dana Pihak Ketiga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar. Selain menggunakan nilai Sig, untuk melihat pengaruh produk Dana Pihak Ketiga terhadap minat investasi masyarakat kita juga dapat membandingkan  $T_{tabel}$  dengan  $T_{hitung}$ , yang mana didapat hasil bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, yang artinya bahwa produk Dana Pihak Ketiga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi masyarakat di Bank Sumut Syariaah KCP Simpang Kayu Besar.
2. Dari hasil uji T pada variabel tingkat bagi hasil sebagai variabel bebas diperoleh hasil dengan membandingkan nilai signifikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel tingkat bagi hasil berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar. Selain menggunakan nilai Sig, untuk melihat pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat investasi masyarakat kita juga dapat membandingkan  $T_{tabel}$  dengan  $T_{hitung}$ , yang mana didapat hasil bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya

bahwa tingkat bagi hasil berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi masyarakat di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

3. Dari hasil uji T pada variabel fasilitas sebagai variabel bebas diperoleh hasil dengan membandingkan nilai signifikan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, artinya variabel fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar. Selain menggunakan nilai Sig, untuk melihat pengaruh fasilitas terhadap minat investasi masyarakat kita juga dapat membandingkan  $T_{tabel}$  dengan  $T_{hitung}$ , yang mana didapat hasil bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, yang artinya bahwa fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi masyarakat di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.
4. Selanjutnya dari hasil uji F atau simultan diperoleh nilai variabel bebas secara bersama-sama terhadap minat investasi sebagai variabel terikat bahwa  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya produk Dana Pihak Ketiga, tingkat bagi hasil dan fasilitas berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar.

## **B. Saran**

Dibawah ini terdapat beberapa saran yang diberikan penulis sehubungan dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini, yaitu:

1. Meskipun dalam penelitian ini produk dana pihak ketiga dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat investasi masyarakat, namun sebaiknya Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar tetap meningkatkan kualitas dari dua variabel tersebut karena seperti halnya hasil uji simultan pada penelitian ini bahwasanya jika dua variabel tersebut di sandingkan dengan tingkat nisbah bagi hasil tetap berpengaruh cukup tinggi terhadap minat investasi masyarakat yang

tentu saja akan berdampak pada peningkatan nilai *funding* bank dan juga tentunya berdampak pada *profitabilitas* bank.

2. Bank Sumut Syariah harus lebih mengupayakan tingkat *return* atau pengembalian yang di dapat nasabah baik dari tingkat nisbah bagi hasil ataupun dari pendapatan bank yang berdampak pada *profit* yang didapat nasabah, karena sesuai dengan hasil penelitian ini peningkatan nisbah bagi hasil berdampak pada peningkatan minat masyarakat dalam berinvestasi dan tentunya pendapatan bank yang berdampak pada *profit* yang didapat nasabah juga berdampak pada minat masyarakat untuk berinvestasi di Bank Sumut Syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafii. *Bank Syariah; Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani dan Tazkia Cendekia. 2001.
- Arif, M. Nur Rianto Al. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Arief, Muhtosim. *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayu Media Publishing. 2006.
- Asseal. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2011.
- Baekum, Rafik Isa. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2004.
- Chiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks. 2008.
- Damodar, Gujrati. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga, terj. Sumarno Zain. 2003.
- Darmawi, Herman. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2011.
- Daulay, Aqwa Naser dan Muhammad Lathief Ilhamy Nasution. *Manajemen Perbankan Syariah*. Medan: FEBI UIN-SU Press. 2016.
- Djaali. *Psikologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara. 2008.
- Faisal. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah: studi pada mahasiswa ekonomi perbankan Islam UMY". *Jurnal Administrasi*, Vol. 13 No. 1. (Agustus 2014).
- Ghafur, Muhammad. *Potret Perbankan Syariah Indonesia Terkini*. Yogyakarta: Biruni Press. 2007.
- Harahap, Isnaini, dkk. *Hadis-hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Media Group. 2013.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall. 2000.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2012.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga. 2003.

- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 2000.
- Muhammad. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press. 2001.
- Muhamad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. 2016.
- Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 2005.
- Muhaimin. *Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani terhadap Hasil Belajar Pendidikan Jasmani*. Semarang: IKIP. 1994.
- Muchtar, Amin. *Al-Qur'an & Terjemah Dilengkapi dengan Kajian Uşul Fiqih*. Bandung: Syamil Quran. 2011.
- Narbuko, Cholid, Abu Achmadi. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara. 2013.
- Novindra. *Manajemen Risiko Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers. 2010.
- Pandia, Frianto. *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*. Jakarta: Rineka Cipta. 2012.
- Pieter, Palenewen, et.al. "Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Cabang Pembantu Palu". *Jurnal EMBA* Vol. 2 No. 3 (September 2014).
- Pintrich dan Schunk (ed). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Pintrich dan Schunk. D.H (ed). *Motivation of education Theory, Research, and Applications*. New Jersey: Prentice Hal. 1996.
- Poedamarta, Wjs. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Kota. 2006.
- Putra, Arya Maman. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Fasilitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pada PT. BCA Cabang Kandangan Semarang". *Jurnal Umum Ekonomi*, (2010).
- Priyanto, Duwsi. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom. 2008.
- Priyatno, Dwi. *5 jam belajar olah data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: ANDI. 2009.
- Rinaldi, Eddie. *Membaca Neraca Bank*. Jakarta: Indonesia Legal Center Publishing. Tanpa Tahun.

- Sari, Vivi permata. *Hubungan Kecerdasan Ruhaniah Dengan Minat Menabung Di Bank Syariah Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2005.
- Sudirman, I wayan. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana. 2013.
- Sugiyono. *Metodologi penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta. 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet. 2014.
- Suryanto, Asep. *Fungsi Bank Syariah dalam Meningkatkan Minat masyarakat Untuk Menyimpan Dana dan mendapatkan Pembiayaan di Bank Syariah Mandiri cabang Tasikmalaya*. Bandung. 2006.
- Tarsidin. *Bagi Hasil: Konsep dan Analisis*. Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI. 2010.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. 2015.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers. 2011.
- Wijyaningratri, Chatrin Surya, Budiayanto. "Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati". *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 4 No. 1 (Juni 2016).
- Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS*. Jakarta: Prestasi Pustaka. 2009.
- Yaya, Rizal, dkk. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat. 2010.

## Lampiran 1

### PETUNJUK PENGISIAN JAWABAN

1. Mohon kuesioner diisi oleh Bapak / Ibu untuk menjawab seluruh pernyataan yang telah disediakan.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dan berilah tanda (v) pada jawaban yang anda pilih.

Keterangan.

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

R = Ragu-ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

3. Dalam menjawab pernyataan-pernyataan ini tidak ada yang salah, oleh sebab itu, usahakan tidak ada jawaban yang dikosongkan.
4. Saya mengucapkan terima kasih pada Bapak / Ibu atas partisipasi guna mensukseskan penelitian ini.

### IDENTITAS RESPONDEN

Sebelum anda memberikan jawaban terhadap beberapa pertanyaan di bawah ini, tulislah terlebih dahulu identitas Anda dengan benar.

Mohon diisi dengan jujur, jelas dan lengkap:

1. Nama : .....
2. Umur : .....Tahun
3. Jenis Kelamin : a. Laki – laki  
b. Perempuan
4. Investasi: a. Tabungan  
b. Deposito  
c. Giro

(Boleh diisi lebih dari satu)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
	Produk Dana Pihak Ketiga					
1.	Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar memiliki produk Tabungan yang disesuaikan dan sangat cocok untuk semua kalangan.					
2.	Buku tabungan Bank Sumut Syariah memiliki gaya, desain yang menarik dan modern.					
3.	Merek produk dari setiap produk DPK di Bank Sumut Syariah memiliki konsep yang sesuai syariah namun tetap menarik untuk kalangan umum.					
	Tingkat Bagi Hasil					
4.	Tidak adanya penalti atas pemutusan Deposito oleh Deposan dari jangka waktu yang sudah ditetapkan, merupakan keunggulan dari Bank Sumut Syariah.					
5.	Return/pengembalian yang didapat nasabah selaku mudharib tergantung pada kinerja bisnis bank.					
6.	Perhitungan besarnya tingkat return/pengembalian nisbah bagi hasil Bank Sumut lebih besar dibandingkan dengan bank lain.					
	Fasilitas					
7.	Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar telah memiliki fasilitas gedung dengan ruangan yang nyaman.					
8.	Bank Sumut Syariah memiliki fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan SMS Banking yang memudahkan transaksi nasabah.					
9.	Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar memiliki fasilitas alat transaksi seperti slip penarikan dan penyetoran, pulpen serta meja yang rapih dan menarik.					

	Minat				
10.	Bank Sumut Syariah adalah lembaga alternatif dalam membantu bisnis saya.				
11.	Saya berminat melakukan investasi di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar karena percaya akan kinerja Bank Sumut Syariah.				
12.	Saya berminat melakukan investasi di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar karena informasi yang saya dapatkan tentang Bank Sumut Syariah dari berbagai sumber informasi yang beredar bahwasanya bagi hasil pada Bank Sumut Syariah lebih besar dibandingkan dengan bank lain.				
13.	Saya berminat berinvestasi di Bank Sumut Syariah KCP Simpang Kayu Besar karena memiliki produk yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan saya.				

Lampiran 2

X1.1	X1.2	X1.3	ΣX.1	X2.1	X2.2	X2.3	ΣX.2	X3.1	X3.2	X3.3	ΣX.3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	ΣY
4	4	5	13	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	4	18
5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
3	4	4	11	5	5	4	14	4	3	4	11	5	5	4	4	18
5	5	4	14	5	5	4	14	5	4	4	13	4	5	4	4	17
4	4	4	12	4	4	3	11	3	5	4	12	4	4	3	3	14
5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	4	16
4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	4	3	11	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	4	13	4	5	4	4	17
5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	4	16
5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	4	19
4	5	4	13	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	5	20
4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	4	16
5	5	5	15	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	4	5	19
5	5	5	15	4	4	4	12	2	5	4	11	4	4	4	4	16
4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	4	5	19
5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	5	4	19
4	4	4	12	5	5	4	14	5	4	4	13	4	5	4	4	17
5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	5	19
5	5	5	15	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	5	4	18
4	5	4	13	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	4	4	18
5	5	4	14	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	5	20
5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	4	14	4	5	5	4	18

5	5	4	14	4	4	5	13	4	5	4	13	5	4	5	5	19
5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	5	13	5	5	4	5	19
4	5	5	14	4	4	2	10	3	4	4	11	2	4	2	4	12
5	4	5	14	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	4	16
5	5	4	14	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	4	16
2	4	2	8	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	4	4	18
4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	12	4	5	4	4	17
4	4	4	12	5	5	3	13	3	2	4	9	4	5	3	4	16
5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	4	14	3	4	4	4	15
4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	5	3	12	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
3	4	4	11	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	5	5	19
4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	4	16
5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	5	4	19
5	4	5	14	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	5	17
4	4	4	12	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	5	20
5	5	5	15	4	4	4	12	4	3	4	11	5	4	4	5	18
4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	4	16
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	4	4	13	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	4	16
4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	3	3	14

**Lampiran 3**

**Uji Validitas**

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	P.DPK
X1.1	Pearson Correlation	1	,504**	,623**	,902**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	44	44	44	44
X1.2	Pearson Correlation	,504**	1	,270	,689**
	Sig. (2-tailed)	,000		,076	,000
	N	44	44	44	44
X1.3	Pearson Correlation	,623**	,270	1	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000	,076		,000
	N	44	44	44	44
P.DPK	Pearson Correlation	,902**	,689**	,810**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44

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

### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	P.DPK
X1.1	Pearson Correlation	1	,504**	,623**	,902**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	44	44	44	44
X1.2	Pearson Correlation	,504**	1	,270	,689**
	Sig. (2-tailed)	,000		,076	,000
	N	44	44	44	44
X1.3	Pearson Correlation	,623**	,270	1	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000	,076		,000
	N	44	44	44	44
P.DPK	Pearson Correlation	,902**	,689**	,810**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44

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

### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	FASILITAS
X3.1	Pearson Correlation	1	,348 <sup>*</sup>	,365 <sup>*</sup>	,746 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		,020	,015	,000
	N	44	44	44	44
X3.2	Pearson Correlation	,348 <sup>*</sup>	1	,440 <sup>**</sup>	,822 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,020		,003	,000
	N	44	44	44	44
X3.3	Pearson Correlation	,365 <sup>*</sup>	,440 <sup>**</sup>	1	,724 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,015	,003		,000
	N	44	44	44	44
FASILITAS	Pearson Correlation	,746 <sup>**</sup>	,822 <sup>**</sup>	,724 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

### Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	MINAT
Pearson Correlation	1	,533**	,691**	,533**	,888**
Y1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	44	44	44	44	44
Pearson Correlation	,533**	1	,352*	,326*	,670**
Y2 Sig. (2-tailed)	,000		,019	,031	,000
N	44	44	44	44	44
Pearson Correlation	,691**	,352*	1	,525**	,839**
Y3 Sig. (2-tailed)	,000	,019		,000	,000
N	44	44	44	44	44
Pearson Correlation	,533**	,326*	,525**	1	,748**
Y4 Sig. (2-tailed)	,000	,031	,000		,000
N	44	44	44	44	44
Pearson Correlation	,888**	,670**	,839**	,748**	1
MINAT Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N	44	44	44	44	44

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,728	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	8,7500	,843	,713	,416
X1.2	8,6364	1,446	,435	,766
X1.3	8,9318	1,088	,544	,649

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,761	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8,7500	,936	,764	,506
X2.2	8,7500	,936	,764	,506
X2.3	9,0909	1,015	,352	1,000

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,632	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	8,5909	1,364	,414	,571
X3.2	8,6818	1,059	,467	,519
X3.3	8,5455	1,603	,493	,512

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,800	4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	13,0455	1,812	,761	,668
Y2	12,9318	2,577	,479	,808
Y3	13,2727	1,924	,667	,723
Y4	13,1818	2,338	,567	,771

## Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,84323800
	Absolute	,150
Most Extreme Differences	Positive	,107
	Negative	-,150
Kolmogorov-Smirnov Z		,994
Asymp. Sig. (2-tailed)		,277

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Uji Heteroskedastisitas

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,348	1,092		,319	,751
	P.DPK	,044	,055	,126	,788	,435
	T. BAGI HASIL	-,025	,069	-,066	-,355	,724

FASILITAS	,005	,061	,015	,079	,938
-----------	------	------	------	------	------

a. Dependent Variable: Abs\_Res

### Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	-,212	1,796			
1 P.DPK	,065	,091	,051	,960	1,042
T. BAGI HASIL	1,132	,114	,829	,709	1,411
FASILITAS	,138	,100	,116	,696	1,437

a. Dependent Variable: MINAT

### Uji Regresi Linear Berganda

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,896 <sup>a</sup>	,803	,788	,87429

a. Predictors: (Constant), FASILITAS, P.DPK, T. BAGI HASIL

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124,402	3	41,467	54,250	,000 <sup>b</sup>
	Residual	30,575	40	,764		
	Total	154,977	43			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), FASILITAS, P.DPK, T. BAGI HASIL

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-,212	1,796		-,118	,907	
	P.DPK	,065	,091		,051	,714	,479
	T. BAGI HASIL	1,132	,114		,829	9,940	,000
	FASILITAS	,138	,100		,116	1,381	,175

a. Dependent Variable: MINAT

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DAFTAR PRIBADI

Nama : Azmi Safdwi Nur Ahmad  
Bin : Ahmad  
NIM : 51143001  
Fak/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/EKI  
Tempat, Tanggal Lahir : Muara Bungo, 17 Juli 1995  
Alamat : Jl. Amat Tirto, Gg. Teratai 9, Dusun 9, Bandar  
Khalipah, Percut Sei Tuan  
Nomor HP : 0853 6207 5023  
Email : Azmisafdwiahmad@gmail.com



### RIWAYAT PENDIDIKAN

2001 – 2007 : SD Negeri 99 Sariak  
2007 – 2010 : MTS Swasta Musthafawiyah Purba Baru  
2010 – 2013 : SMA Negeri 11 Medan

### RIWAYAT ORGANISASI

2014 – 2015 : HMJ Ekonomi Islam