

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MAHASISWA MENGGUNAKAN PRODUK PADA  
BANK SYARIAH MANDIRI KCP STABAT  
(Studi Kasus Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah  
Tanjung Pura Langkat)**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Siti Mardiah**

**NIM. 0503162117**

**Program Studi**

**PERBANKAN SYARIAH**



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

**MEDAN**

**2020**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MAHASISWA MENGGUNAKAN PRODUK PADA  
BANK SYARIAH MANDIRI KCP STABAT  
(Studi Kasus Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah  
Tanjung Pura Langkat)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada  
Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sumatera Utara

**Oleh :**

**Siti Mardiah**

**NIM. 0503162117**

**Program Studi**

**PERBANKAN SYARIAH**



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

**2020**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Mardiah  
NIM : 0503162117  
Tempat/ Tgl Lahir : Lubuk Tapah, 16 Mei 1998  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jl. Pancing Gang Murni No. 3

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA MENGGUNAKAN PRODUK PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP STABAT (Studi Kasus Mahasiswa STAI Jam’iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat)”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 30 April 2020

Yang membuat pernyataan



Siti Mardiah  
NIM. 0503162117

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi Berjudul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MAHASISWA MENGGUNAKAN PRODUK PADA  
BANK SYARIAH MANDIRI KCP STABAT  
(Studi Kasus Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah  
Tanjung Pura Langkat)**

Oleh :

Siti Mardiah

NIM. 0503162117

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

Medan, 30 April 2020

Pembimbing I



Dr. Sri Sudiarti, MA  
NIP. 195911121990032002  
NIDN. 2012115903

Pembimbing II



Nur Ahmadi Bi Rahmani, M. Si  
NIB. 1100000093  
NIDN. 2028129001

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Zuhrinal M. Nawawi, MA  
NIP. 197608182007101001  
NIDN. 2018087601

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA MENGGUNAKAN PRODUK PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP STABAT (Studi Kasus Mahasiswa STAI Jam’iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat)”** an. Siti Mardiah, NIM 0503162117 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU Medan pada tanggal 10 Juni 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 10 Juni 2020  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Perbankan Syariah UINSU

Ketua



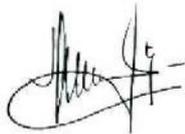
Zuhrinal M. Nawawi  
NIP. 197608182007101001  
NIDN. 2018087601

Sekretaris



Tuti Anggraini, MA  
NIP. 197705312005012007  
NIDN. 20310577

Anggota



1. Dr. Sri Sudiarti, MA  
NIP. 195911121990032002  
NIDN. 2012115903



2. Nur Ahmadi Bi Rahmani, M. Si  
NIB. 1100000093  
NIDN. 2028129001

3. Dr. Andri Soemitra, MA  
NIP. 197605072006041002  
NIDN. 2007057602



4. Tuti Anggraini, MA  
NIP. 197705312005012007  
NIDN. 20310577

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Dr. Andri Soemitra, MA  
NIP. 197605072006041002  
NIDN. 2007057602

## ABSTRAK

Siti Mardiah, NIM. 0503162117, **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat (Studi Kasus Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat)**. Di bawah bimbingan Ibu Dr. Sri Sudiarti MA pembimbing I dan Bapak Nur Ahmadi Bi Rahmani, M. Si pembimbing II.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya mahasiswa yang tidak menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Jenis penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi diambil dari beberapa mahasiswa yang tidak menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sampel jenuh, dimana semua populasi digunakan sebagai sampel sehingga sampel yang digunakan ada sebanyak 100 orang mahasiswa. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari faktor Lokasi ( $X_1$ ), Fasilitas Pelayanan ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) dan Religiusitas ( $X_4$ ). Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket). instrumen penelitian dengan menggunakan skala pengukuran metode *Likert*. Teknik pengolahan dan analisis data yaitu analisis regresi berganda, uji asumsi klasik dan uji statistik. Untuk mempermudah melakukan perhitungan, penelitian ini menggunakan SPSS versi 20 yang kemudian hasil dari SPSS tersebut diinterpretasikan. Hasil penelitian secara simultan diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $57,534 > 2,47$ ), artinya variabel bebas yaitu Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas secara bersama-sama mempengaruhi Minat Mahasiswa menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Stabat sebesar 70,8%, sedangkan 29,2% lagi dipengaruhi variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini. Untuk variabel Lokasi secara parsial diperoleh  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-8,016 < 0,667$ ), berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat Mahasiswa. Variabel Fasilitas Pelayanan diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,024 > 0,667$ ), berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa. Variabel Promosi diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,179 > 0,667$ ), berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa, Variabel Religiusitas diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,120 > 0,667$ ), berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa .

*Kata Kunci: Minat, Mahasiswa, Bank Syariah*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Segala puji bagi Allah Swt, yang telah memberikan kenikmatan berupa Iman, Islam dan juga kesehatan serta kekuatan kepada penulis, walaupun dengan langkah tertatih-tatih namun dengan penuh keyakinan dan Ridho Allah Swt sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sembari dengan senantiasa berdoa semoga kita semua termasuk orang-orang yang diberkahi-Nya. Selanjutnya shalawat dan salam disampaikan kepada Rasulullah saw yang telah membawa risalah Islam berupa ajaran yang hak lagi sempurna bagi manusia dan seluruh penghuni alam ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, maka penulis menyusun skripsi ini dengan judul ***“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat (Studi Kasus Mahasiswa STAI Jam’iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat)”*** dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mengalami kesulitan maupun hambatan, namun berkat adanya bantuan dari berbagai pihak dan izin dari Allah Swt, maka segala kesulitan dan hambatan tersebut dapat penulis hadapi sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

Proses pembuatan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka dari itu penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Ayahanda Syariful Alamsyah dan Ibunda Hamidah terimakasih yang senantiasa memberikan segenap cinta dan kasih sayang yang tak terhingga, memberikan banyak semangat, motivasi dan dukungan, serta do’a yang tak pernah putus. Pada akhirnya penulis dapat meraih gelar sarjana. Semoga Allah membalas semua jasa Ayah dan Bunda.
2. Kepada kakanda Rika Sasfika Am. Keb dan Karlina, S. Ag, M. Pd serta adinda Muhammad Masykur. Terimakasih atas semangat dan

dorongannya, kalian semua menjadi penguat semangat bagi penulis untuk meneruskan perjuangan dalam menuntut ilmu hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

3. Kepada Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penulis ucapkan terimakasih telah memberikan peluang untuk menimba ilmu, sehingga penulis dapat meraih gelar Sarjana di UIN SU Medan.
4. Kepada Bapak Andri Soemitra selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penulis ucapkan terimakasih banyak telah ikut memberikan subangsih, motivasi, dukungan serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada Bapak Zuhrinal M. Nawawi, MA selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Tuti Aggraini, MA selaku Sekretaris Jurusan yang telah memberi kelancaran pelaksanaan penelitian dan izin untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Ibu Dr. Sri Sudiarti, MA selaku Pembimbing I dan Bapak Nur Ahmadi Bi Rahmani, M. Si selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan kesabaran yang diberikan dalam proses bimbingan, masukan, saran, kritik dan motivasi selama menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan nasehat selama di bangku perkuliahan.
8. Kepada Pimpinan dan karyawan perpustakaan UIN SU terimakasih juga turut membantu dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Kepada Bapak Muhammad Saleh, S.Hi, MA selaku ketua STAI Jam'iyah Mahmudiyah yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian dan memberikan informasi terkait dengan mahasiswa. Dan kepada Bapak Irfan Fetra selaku Pimpinan Bank Syariah Mandiri KCP Stabat yang telah meluangkan waktu untuk wawancara dan memberikan izin untuk melaksanakan penelitian.
10. Kepada Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.

11. Kepada sahabat seperjuangan prodi Perbankan Syariah Fauziah Mubarak, Wahyu Indri Astuti, Ayu Nurzanah dan Ade Alvianita Damanik penulis ucapkan terimakasih, selalu bersama dalam suka maupun duka, memberikan saran, semangat, serta dukungan, agar kita semua senantiasa diberikan kemudahan dan kesehatan.
12. Kepada teman-teman Perbankan Syariah B 2016. Penulis ucapkan terima kasih telah memberikan saran, semangat, motivasi, dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang mendukung serta banyak membantu penulis mengumpulkan data dan informasi untuk penyusunan skripsi ini.

Penulis panjatkan do'a agar seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, semoga atas bantuan dan amal baiknya mendapat imbalan dan pahala dari Allah Swt. Semoga skripsi ini memberikan manfaaat bagi penulis sendiri maupun penulis berikutnya, dan juga pembaca di masa yang akan datang.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Medan, 30 April 2020  
Penulis



Siti Mardiah  
NIM. 0503162117

## PEDOMAN TRANSLITERASI

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian lagi dilambangkan dengan tanda, dan sebagian yang lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasi dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>ša</i>	Š	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ha</i>	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	de (dengan titik di atas)
ذ	<i>Zal</i>	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syim</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Sad</i>	ı	es (dengan titik di bawah)
ض	<i>Dad</i>	D	de (dengan titik di bawah)
ط	<i>Ta</i>	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>Za</i>	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	<i>'ain</i>	'	koma terbalik di atas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef

ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
هـ	<i>Ha</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	‘	Apostrof
ي	<i>Ya</i>	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau *harkat*, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Gabungan huruf	Nama
-	<i>Fathah</i>	A	a
ـ	<i>Kasrah</i>	I	i
,	<i>Dammah</i>	U	u

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara *harkat* dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan huruf	Nama	Gabungan	Nama
ي...-	<i>Fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و...ـ	<i>Fathah dan waw</i>	Au	a dan u

Contoh:

<i>Kataba</i>	:	كتب
<i>fa'ala</i>	:	فعل
<i>żukira</i>	:	ذكر
<i>yazhabu</i>	:	يذهب
<i>Suila</i>	:	سنل
<i>kaifa</i>	:	كيف
<i>Haula</i>	:	هول

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
...-ا-...ى	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā	a dan garis di atas
..._ى	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī	I dan garis di atas
...و	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

<i>qàla</i>	:	قال
<i>ramà</i>	:	رمى
<i>qila</i>	:	قي
<i>yaqūlu</i>	:	يقول

### 4. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta *marbūtah* ada dua:

a. ta *marbūtah* hidup

*Tamarbūah* yang hidup atau mendapat *Ḥarkat fatḤah*, *kasrah* dan «*ammah*», transliterasinya /t/.

b. *Ta marbūtah* mati

*Tamarbūtah* yang mati yang mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah /h/

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan *tamarbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tamarbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h)

Contoh:

<i>raudah al-atfâl – raudatul atfâl</i>	: روضة الأطفال
<i>al-Madīnah al Munawwarah</i>	: المدينة المنورة
<i>talhah</i>	: طلحة

### 5. *Syaddah (tasydîd)*

*Syaddah* atau *tasydîd* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydîd*, dalam transliterasi ini tanda *tasydîd* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

<i>Rabbanā</i>	: ربنا
<i>Nazzala</i>	: نزل
<i>al-birr</i>	: البر
<i>al-hajj</i>	: الحج
<i>nu'ima</i>	: نعم

### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: *ا*, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah*

- b. Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- c. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*
- d. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

<i>ar-rajulu</i>	: الرجل
<i>as-sayyidatu</i>	: السيدة
<i>asy-syamsu</i>	: الشمس
<i>al-qalamu</i>	: القلم
<i>al-badī'u</i>	: البديع
<i>al-jalalu</i>	: الجلال

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof namun, itu hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh:

<i>ta'khuzūna</i>	: تاخذون
<i>an-nau'</i>	: النوع
<i>syai'un</i>	: شيء
<i>inna</i>	: ان
<i>umirtu</i>	: امرت
<i>akala</i>	: اكل

## 8. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda) maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

<i>Wa innallāha lahua khair ar-rāziqīn</i>	: وان الله لهم خير الرازقين
<i>Wa innallāha lahua khairurrāziqīn</i>	
<i>Fa aufu al-kaila wa al-mīzān</i>	: فاوفوا الكيلو الميزان
<i>Fa auful-kaila wal-mīzān</i>	
<i>Ibrāhīm al-Khalīl</i>	: ابراهيم الخليل
<i>Ibrāhīmūl-Khalīl</i>	
<i>Bismillāhi majrehā wa mursāhā</i>	: بسم الله مجراها و مرسها
<i>Walillīhi 'alan-nāsihijju al-baiti</i>	: والله على الناس حج البيت
<i>Man istāta 'a ilaihi sabīlā</i>	: من استطاع اليه سبيل
<i>Walillīhi 'alan-nāsi hijjul-baiti</i>	
<i>Man istāta 'a ilaihi sabīlā</i>	

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

<i>Wa ma Muhammadun illa rasūl</i>	: وما محمد الا رسول
------------------------------------	---------------------

<i>Inna awwala baitin wudi'a linnāsi</i>	:	ان اول بيت وضع للنس للذي
<i>lallazi bi bakkata mubārakan</i>		ببكة مباركا
<i>Syahru Ramadān al-lazī unzila fīh al-Qur'an</i>	:	شهر رمضان الذي أنزل فيه القرآن
<i>Syahru Ramadānal-lazī unzila fīhil-Qur'an</i>		
<i>Wa laqad ra'āhu bil ufuq al-mubīn</i>	:	ولقد راه بالافق المبين
<i>Wa laqad ra'āhu bil-ufuqill-mubīn</i>		
<i>Alhamdu lillāhi rabb al- 'ālamīn</i>	:	الحمد لله رب العالمين
<i>Alhamdu lillāhi rabbil – 'ālamīn</i>		

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan

Contoh:

<i>Nasrun minallāhi wa fathun qarīb</i>	:	نصر من الله وفتح قريب
<i>Lillāhi al-amru jamī'an</i>	:	لله الامر جميعا
<i>Lillāhil-armu jamī'an</i>		
<i>Wallāhu bikulli syai'in 'alīm</i>	:	والله بكل شيء عليم

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan ilmu *tajwid*.

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Batasan Masalah .....	10
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori .....	13
1. Bank Syariah.....	13
a. Pengertian Bank Syariah.....	13
b. Asas, Tujuan dan Fungsi Bank Syariah .....	15
c. Ciri-Ciri dan Perbedaan .....	19
d. Produk Bank Syariah .....	21
2. Minat.....	31
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat .....	33
a. Faktor Lokasi .....	33
b. Faktor Fasilitas Pelayanan .....	36

c. Faktor Promosi .....	37
d. Faktor Religiusitas .....	40
B. Penelitian Terdahulu .....	41
C. Kerangka Teoritis .....	45
D. Hipotesis Penelitian.....	48
<b>BAB III    METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	52
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	53
C. Populasi dan Sampel.....	53
D. Jenis dan Sumber Data .....	54
E. Metode Pengumpulan Data .....	55
F. Instrumen Penelitian .....	56
G. Variabel Penelitian .....	57
H. Definisi Operasional variabel .....	57
I. Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian.....	59
J. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	60
<b>BAB IV    HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	64
1. Bank Syariah Mandiri .....	64
2. STAI Jam'iyah Mahmudiyah .....	72
B. Karakteristik Responden .....	76
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
2. Karakteristik Berdasarkan Jurusan .....	76
3. Karakteristik Berdasarkan Semester.....	77
C. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Data.....	77
1. Uji Validitas .....	77
2. Uji Reabilitas .....	79

D. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	82
1. Uji Asumsi Klasik.....	82
a. Uji Normalitas.....	82
b. Uji Multikolinearitas.....	84
c. Uji Heterokedastisitas.....	85
d. Uji Autokorelasi.....	87
2. Uji Hipotesis.....	88
a. Uji Simultan (F).....	88
b. Uji Parsial (Uji t).....	89
c. Uji Determinan ( $R^2$ ).....	91
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	92
E. Pembahasan Analisis Data.....	93
<b>BAB V    KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>106</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>130</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Hal</b>
1.1	Jumlah Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah.....	6
1.2	Nasabah Mahasiswa STAI JM BSM KCP Stabat .....	6
2.1	Penelitian Terdahulu.....	42
3.1	Pedoman Pemberian Skor (Skala Likert) .....	56
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	76
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan.....	76
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Semester .....	77
4.4	Hasil Uji Validitas .....	78
4.5	Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	79
4.6	Hasil Uji Reabilitas Variabel Minat Mahasiswa (Y).....	80
4.7	Hasil Uji Reabilitas Variabel Lokasi ( $X_1$ ).....	80
4.8	Hasil Uji Reabilitas Variabel Fasilitas Pelayanan ( $X_2$ ).....	80
4.9	Hasil Uji Reabilitas Variabel Promosi ( $X_3$ ).....	81
4.10	Hasil Uji Reabilitas Variabel Religiusitas ( $X_4$ ).....	81
4.11	Normalitas Kolmogrov-Smirnov .....	84
4.12	Hasil Uji Multikolinearitas .....	85
4.13	Heterokedastisitas Statistik Glejser .....	86
4.14	Uji Autokorelasi .....	87
4.15	Uji Simultan (Uji F).....	88
4.16	Uji Parsial (Uji t) .....	89
4.17	Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	91
4.18	Uji Asumsi Klasik .....	92

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>		<b>Hal</b>
2.1	Kerangka Teoritis .....	48
4.1	Logo Bank Syariah Mandiri.....	66
4.2	Struktur Organisasi BSM KCP Stabat .....	68
4.3	Logo STAI Jam'iyah Mahmudiyah .....	74
4.4	Struktur Organisasi STAI Jam'iyah Mahmudiyah.....	75
4.5	Uji Normalitas Histogram .....	82
4.6	Uji Normalitas Probability Plot.....	83
4.7	Uji Heterokedtistas Scatterplot .....	86

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Hal</b>
1. Angket Penelitian .....	106
2. Hasil Skor Kuesioner .....	110
3. Hasil Penelitian .....	115
4. Pedoman Wawancara .....	123
5. Dokumentasi Wawancara.....	124
6. Dokumentasi Pengisian Kuesioner .....	125
7. Surat Izin Penelitian .....	126

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dunia terus mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan zaman. Salah satu negara yang menunjukkan perubahan dan perkembangannya yaitu Indonesia. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari segi teknologi, pembangunan maupun industri. Dalam dunia industri bisnis, antara produsen bersaing guna memenuhi kepuasan konsumen dan memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

Demikian juga dengan industri perbankan yang terus menunjukkan perkembangannya. Industri perbankan berperan penting sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan negara tersebut. Seperti yang kita ketahui fungsi dasar dari bank itu adalah menghimpun dana masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat dan melakukan pelayanan jasa kepada masyarakat dengan tujuan untuk mempermudah segala bentuk transaksi yang dilakukan oleh masyarakat dan dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.<sup>1</sup>

Perbankan syariah merupakan suatu lembaga intermediasi yang menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan dengan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain dalam penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha sehingga bebas dari bunga (*riba*), bebas dari kegiatan yang merugikan karena ketidaktahuan (*gharar*), bebas dari kegiatan spekulasi seperti perjudian (*maysir*), bebas dari perkara yang tidak sah (*bathil*), dan hanya membiayai usaha-usaha yang halal.<sup>2</sup>

Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia muncul pertama kali pada tahun 1980 an dalam bentuk Lembaga Mikro Keuangan Syariah (LKMS), saat itu bank syariah belum muncul karena Undang-Undang Perbankan yang berlaku yaitu UU No. 13 Tahun 1967 belum mengakomodasi beroperasinya bank syariah.

---

<sup>1</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), h. 11.

<sup>2</sup>Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), h. 33.

Kemudian bank syariah pertama di Indonesia muncul di awal 1990 an, setelah keluarnya UU Perbankan No. 7 Tahun 1992 yang memungkinkan beroperasinya bank syariah. Namun, industri perbankan syariah baru tampak pertumbuhannya setelah muncul UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Umum, yang secara tegas mendefinisikan bank di Indonesia mencakup Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat yang dapat beroperasi baik secara konvensional maupun syariah, sehingga memberikan kesempatan peluang bagi bank syariah untuk berkembang.<sup>3</sup> Dan pada saat ini banyak bank konvensional yang berbasis syariah, seperti BNI Syariah, BRI Syariah, Mandiri Syariah, Bukopin Syariah, Danamon Syariah dan lain-lain.

Perbedaan mendasar antara bank konvensional dengan bank syariah adalah adanya pelarangan riba, seperti yang kita ketahui riba hukumnya haram bagi orang Muslim, sebagaimana firman Allah dan Hadis Rasulullah:

.... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا .... 

Artinya: “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.  
(Q.S. Al-Baqarah (2): 275).<sup>4</sup>

حدثنا محمد بن الصباح و زهير بن حرب وعثمان بن أبي شيبة قالوا حدثنا هشيم أخبرنا  
أبو الزبير عن جابر قال لعن رسول الله صلى الله عليه وسلم أكل الربا ومؤكله وكتابه

وشاهديه وقال هم سواء

Artinya: “Dari Jabir r.a berkata, bahwa Rasulullah saw melaknat orang yang memakan riba, orang yang memberikannya, penulisnya dan dua saksinya, dan beliau berkata, mereka semua adalah sama”.<sup>5</sup>

<sup>3</sup>Ismail, *Perbankan syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 7.

<sup>4</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemahan*, (Bandung: CV Diponegoro, 2000), h. 65.

<sup>5</sup>Isnaini Harahap, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 191.

Selain itu bank konvensional lebih cenderung merugikan pelaku usaha (*mudharib*) karena semua risiko ditanggung oleh pelaku usaha. Berbeda dengan bank konvensional, bank syariah menerapkan sistem bagi hasil (*loss and profit sharing*) dimana jika terjadi kerugian ditanggung oleh pemilik modal dan pelaku usaha dengan catatan kerugian tersebut bukan kesalahan yang disebabkan oleh pelaku usaha melainkan faktor alam dan sebagainya sehingga bank syariah dinilai lebih adil dan tidak membebani masyarakat (nasabah).<sup>6</sup>

Peranan bank syariah sebagai lembaga keuangan perantara (*intermediary finance*) memiliki potensial untuk menunjang pertumbuhan ekonomi diantaranya: *Pertama*, mayoritas penduduk Indonesia adalah umat Islam yaitu 80-90% dengan potensi ekonomi Islam yang sangat besar. Pada era global saat ini aktifitas ekonomi tidak dapat berjalan dengan baik tanpa menggunakan bantuan jasa-jasa perbankan. Sebagai lembaga keuangan perantara, bank dapat menyediakan jasa-jasa bagi pihak-pihak yang kelebihan dana, setelah dana-dana masyarakat terkumpul dapat dialokasikan kepada pihak-pihak yang memerlukan dana untuk kegiatan produktif.<sup>7</sup>

*Kedua*, prinsip dasar operasional bank syariah adalah keadilan, keterbukaan dan kebersamaan, memungkinkan terjalinnya sinergi yang sangat solid.<sup>8</sup> Dalam bank syariah akad yang dilakukan memiliki konsekuensi duniawi dan ukhrawi, karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum Islam. Seringkali nasabah berani melanggar kesepakatan/ perjanjian yang telah dilakukan bila hukum itu hanya berdasarkan hukum positif, tapi tidak demikian bila hukum itu dijalankan dengan perjanjian yang melibatkan masalah agama. Jika terjadi perselisihan antara nasabah dan bank, bank syariah dapat menunjuk kepada Badan Arbitrase Muamalat Indonesia (BAMUI) di mana penyelesaian dilakukan berdasarkan hukum Islam.<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 34.

<sup>7</sup>Azhari Akmal Tarigan, *Ekonomi & Bank Syariah Pada Millenium Ketiga*, (Medan: IAIN Press Anggota IKAPI, 2002), h. 132.

<sup>8</sup>Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia...*h. 35.

<sup>9</sup>Azhari Akmal Tarigan, *Ekonomi & Bank Syariah Pada Millenium Ketiga...*h. 132.

*Ketiga*, penggunaan jasa-jasa bank syariah pada dasarnya adalah penerapan (*tatbiq*) *fiqh muamalah maliyah* yang menjelaskan bagaimana sesama manusia berhubungan dalam bidang harta, ekonomi, bisnis dan keuangan.<sup>10</sup>

*Keempat*, penggunaan jasa-jasa bank syariah mengandung makna mengembalikan masyarakat pada fitrah alam dan fitrah usaha yang sebelumnya telah mengikuti prinsip syariah, terutama dalam pertanian, perdagangan, investasi, dan perkebunan. Budaya demikian telah dirusak dengan adanya liberalisasi dunia perbankan sehingga masyarakat tercemari oleh budaya bunga yang sebenarnya bertentangan dengan fitrah alam dan fitrah usaha. Fitrah alam dan fitrah usaha pada dasarnya adalah belum tentu dan harus diusahakan, kadang-kadang berhasil, kadang-kadang gagal. Sedangkan bunga mengharuskan segalanya pasti berhasil.<sup>11</sup>

*Kelima*, bagi para pengusaha penggunaan jasa-jasa bank syariah akan lebih menarik dan lebih menguntungkan karena sistem bank syariah berbagi hasil dan berbagi risiko. Penggunaan jasa-jasa bank syariah sekaligus syiar *muamalah* Islam lebih berkembang dan diminati seluruh kalangan.<sup>12</sup>

*Keenam*, penggunaan jasa-jasa bank syariah dapat membantu menyelamatkan perekonomian bangsa. Krisis ekonomi dipenghujung dekade 1990-an menjadikan perekonomian bangsa nyaris hancur. Hal ini diperparah dengan terjadinya lonjakan tingkat suku bunga bank yang bukan saja mencekik para peminjam, tetapi bank sendiri. Usaha-usaha dalam berbagai skala praktis lumpuh karena usaha tanpa kucuran modal kerja ibarat tubuh manusia tanpa darah. Bank-bank mengalami *negative spread*. *Negative spread* adalah keuntungan *minus* akibat bunga yang dibayar lebih tinggi daripada bunga yang diterima.<sup>13</sup> Akibatnya keuntungan bank jadi terkikis, setelah keuntungan habis, giliran modal yang dipergunakan untuk menutupinya. Ketika modal juga sudah habis, bank-bank meminta bank sentral untuk menutupi kebutuhannya dengan apa yang disebut Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI). Namun perekonomian semakin hancur karena BLBI tidak lain adalah uang rakyat. Pada

---

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

<sup>11</sup>*Ibid.*,h. 133.

<sup>12</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*...h. 34.

<sup>13</sup>Ashari Akmal Tarigan, *Ekonomi & Bank Syariah Pada Millenium Ketiga*...h. 132.

akhirnya rakyat pulalah yang harus menanggung dampak dari penguncuran dana raksasa tersebut. Berbeda dengan bank ribawi, bank syariah tidak mengalami *negative spread*. Keuntungan yang dibagikan kepada penyimpan tergantung pada keuntungan usaha nasabah yang menggunakan dana tersebut. Jika usaha yang dikelola para mitra mendapat keuntungan maka para penyimpan mendapat keuntungan pula. Jika para mitra pengelola mengalami kegagalan usaha, para penyimpan tidak bisa menuntut untuk dibagikan keuntungan. Tidaklah rasional, pada saat semua orang mengalami krisis para penyimpan uang di bank konvensional menuntut agar diberikan keuntungan bunga.<sup>14</sup>

*Ketujuh*, sejarah Islam di Indonesia telah membuktikan bahwa ulama bukan semata sebagai sosok berilmu melainkan juga sebagai penggerak dan motivator masyarakat, seperti mengembangkan sistem perbankan syariah. Kualitas keilmuan para ulama mendorong mereka untuk aktif membimbing masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari, sistem ekonomi Islam termasuk sistem bank syariah adalah buah kerja keras para ulama..<sup>15</sup>

Hal tersebut menunjukkan bahwa sistem perbankan syariah dinilai lebih efisien dibandingkan dengan konvensional. Dibuktikan dengan berkembangnya jaringan kantor perbankan syariah dan juga total aset yang dimiliki oleh bank syariah.

Sebelum munculnya bank-bank konvensional yang berbasis syariah, sebagian besar mahasiswa lebih tertarik menggunakan produk di bank konvensional meskipun sebelumnya sudah ada bank syariah yang murni seperti Bank Muamalat, namun mahasiswa kurang *familiar* dengan adanya kehadiran bank syariah tersebut. Padahal sejauh ini, perbankan syariah terus tumbuh dengan laju pertumbuhan bervariasi sesuai dengan kondisi ekonomi dan berbagai faktor yang mempengaruhi perkembangannya. Dengan berkembangnya industri perbankan syariah secara lebih cepat dan menjadi lebih besar, setidaknya memberikan kontribusi positif dalam mendukung inklusi keuangan khususnya

---

<sup>14</sup>*Ibid.*,

<sup>15</sup>*Ibid.*, h. 134.

bagi masyarakat yang menginginkan layanan keuangan yang memenuhi prinsip syariah sesuai dengan kebutuhannya.

Indonesia dengan penduduk Muslim terbesar seharusnya mampu mewujudkan keuangan syariah yang lebih baik lagi. Untuk mewujudkan hal tersebut perlu adanya kerjasama dengan masyarakat khususnya mahasiswa. Karena mahasiswa merupakan salah satu pangsa pasar yang layak menjadi pertimbangan jumlah nasabah mereka. STAI Jam'iyah Mahmudiyah (STAI JM) Tanjung Pura Langkat merupakan salah satu perguruan tinggi yang aktif dalam lembaga pendidikan Islam. Jika melihat statusnya sebagai mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam tentunya lebih paham tentang prinsip-prinsip ajaran Islam bagaimana bermuamalat dengan syar'i. Namun pada kenyatannya masih banyak mahasiswa STAI JM Tanjung Pura Langkat yang tidak menggunakan produk bank syariah.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah**

Tahun	Jumlah Mahasiswa
2017	1.300
2018	1.400
2019	1.600

Sumber Data: Wawancara dengan Wakil 1 STAI JM, Kamis, 12 Desember 2019, 15.30 WIB

**Tabel 1.2**

**Nasabah Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah BSM KCP Stabat**

Tahun	Jumlah Nasabah
2017	500
2018	1.075
2019	1.500

Sumber Data: Wawancara dengan *Branch Manager* BSM KCP Stabat, Kamis, 12 Desember 2019, 10.30 WIB

Berdasarkan data di atas, setiap tahun jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri meningkat, hal ini dikarenakan terjalinnya kerjasama antara kampus STAI Jam'iyah Mahmudiyah dengan Bank Syariah Mandiri sejak tahun 2017 dan berjalan hingga sekarang. Dari kerjasama tersebut banyak mahasiswa yang membuka rekening tabungan pada Bank Syariah Mandiri. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan mahasiswa seperti, pembayaran uang kuliah yang sebelumnya dilakukan melalui bendahara kampus sehingga kurang efektif dan efisien,<sup>16</sup> pelaksanaan magang dan lainnya.<sup>17</sup>

Dari banyaknya mahasiswa yang menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Stabat, masih ada mahasiswa yang tidak menjadi nasabah. Hal ini dikarenakan kurangnya minat mahasiswa untuk menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri. Minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut.<sup>18</sup> Kurangnya minat ini juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor lokasi, faktor fasilitas pelayanan, faktor promosi dan juga faktor religiusitas.

Agar pemasaran sesuai dengan sasaran maka dibutuhkan perhatian seputar perilaku konsumen dengan baik seperti promosi yang tepat. Promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.<sup>19</sup> Promosi yang baik akan menentukan seseorang tersebut akan membeli atau menggunakan produk tersebut atau tidak.

Selain itu faktor lain yang mempengaruhi minat yaitu lokasi. Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi, jadi lokasi adalah tempat dimana suatu jenis usaha akan dilaksanakan.<sup>20</sup> Lokasi dapat mempengaruhi minat dikarenakan oleh kedekatan antara rumah nasabah dengan

---

<sup>16</sup>Fuadi, Wakil Ketua 1 STAI JM, wawancara di Kampus STAI JM Tanjung Pura Langkat, tanggal 12 Desember 2019, 15.30 WIB.

<sup>17</sup>Irfan Fetra, *Branch Manager* Bank Syariah Mandiri KCP Stabat, wawancara di Kantor Bank Syariah Mandiri KCP Stabat, tanggal 12 Desember 2019, 10.30 WIB.

<sup>18</sup>Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), h. 141.

<sup>19</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 1996), h. 243.

<sup>20</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), h. 163.

lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau mahasiswa maka akan memudahkan mahasiswa untuk melakukan transaksi dan tentunya akan menggunakan produk yang ada pada bank syariah.

Fasilitas pelayanan juga sangat penting dalam menarik minat mahasiswa, Fasilitas Pelayanan adalah sarana dan prasarana yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain.<sup>21</sup> Salah satu contohnya adalah Mesin ATM, bagi mahasiswa yang menggunakan jasa transfer menggunakan ATM pastinya tentu memerlukan mesin ATM, dimana jika lokasi ATM dekat akan memudahkan mahasiswa untuk melakukan transfer begitu juga sebaliknya.

Dan selain itu faktor religiusitas juga penting. Religiusitas adalah sesuatu yang menitikberatkan pada masalah perilaku, sosial dan merupakan sebuah doktrin dari setiap agama atau golongan.<sup>22</sup> Karena setiap mahasiswa pastinya memiliki pemikiran yang berbeda dengan keyakinan yang sama, ada kalanya jika seorang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan paham dengan apa yang dimaksud dengan larangan dan apa yang diperbolehkan sehingga akan berdampak pada perilaku sehari-hari juga dalam hal produk apa yang digunakan.

Oleh karena itu, penulis memilih objek mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah (STAI JM) Tanjung Pura Langkat karena ingin mengetahui sejauh mana pengaruh faktor lokasi, faktor fasilitas pelayanan, faktor promosi, dan faktor religiusitas terhadap minat mahasiswa STAI JM Tanjung Pura Langkat menggunakan produk di bank syariah. Jika dilihat mahasiswa STAI JM Tanjung Pura Langkat juga merupakan masyarakat berpendidikan tinggi dan tentunya paham akan hukum-hukum Islam dan seharusnya juga mengetahui masalah perbankan syariah. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul ***“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat (Studi Kasus Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat)”***.

---

<sup>21</sup> Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), h. 6.

<sup>22</sup> Abdul Mu'in, *“Studi Analisis Religiusitas Mahasiswa FE UNY yang Menabung di Bank Syariah”*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), h. 17.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan bank konvensional lebih banyak dibandingkan bank syariah padahal bank syariah memiliki pengaruh yang besar untuk menunjang pertumbuhan ekonomi.
2. Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah merupakan kampus Islam tetapi masih banyak mahasiswa yang tidak memahami mengenai bank syariah sehingga masih adanya mahasiswa yang menggunakan produk pada bank konvensional.
3. Lokasi bank yang strategis seharusnya mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk Bank Syariah Mandiri, tetapi masih ada mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat yang tidak menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.
4. Fasilitas pelayanan yang diberikan bank kepada pihak kampus seharusnya mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Stabat, tetapi masih banyak mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat yang tidak menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.
5. Kerjasama yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Stabat dengan pihak kampus merupakan salah satu strategi promosi, namun masih ada mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat yang tidak menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.
6. Religiusitas harusnya memberikan pengaruh terhadap minat seorang Muslim dalam kegiatan ekonomi, namun masih banyak mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat yang tidak menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.
7. Kurangnya minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Langkat Stabat dipengaruhi diantaranya oleh faktor lokasi, faktor fasilitas pelayanan, faktor promosi dan faktor religiusitas.

### **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini dinilai penting agar tidak terjadi perluasan dalam pembahasan. Pembatasan secara spesifik juga membuat pembahasan dalam penelitian ini lebih fokus dan terarah. Adapun batasan masalah penelitian ini obyek yang diteliti adalah mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat yaitu faktor Lokasi, faktor Fasilitas Pelayanan, faktor Promosi, dan faktor Religiusitas.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis menulis beberapa masalah untuk diangkat dan dikaji guna memberi penjelasan yang bermanfaat bagi pembaca antara lain:

1. Apakah faktor lokasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat?
2. Apakah faktor fasilitas pelayanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat?
3. Apakah faktor promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat?
4. Apakah faktor religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat?
5. Apakah faktor lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat?

### **E. Tujuan Penelitian**

Dengan adanya rumusan masalah diatas, tentunya ada tujuan-tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah faktor lokasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung pura Langkat menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.
2. Untuk mengetahui apakah faktor fasilitas pelayanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung pura Langkat menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.
3. Untuk mengetahui apakah faktor promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung pura Langkat menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.
4. Untuk mengetahui apakah faktor religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung pura Langkat menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.
5. Untuk mengetahui apakah faktor lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung pura Langkat menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.

### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk pada bank syariah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Bank Syariah Mandiri KCP Stabat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak lembaga keuangan syariah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi

minat mahasiswa menggunakan produk pada bank syariah, sehingga BSMK KCP Stabat dapat menentukan langkah-langkah yang tepat untuk perkembangan ke depannya.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya untuk dilakukan penelitian lanjutan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Landasan Teori

#### 1. Bank Syariah

##### a. Pengertian Bank Syariah

Secara etimologis, istilah bank berasal dari kata Italia “*Banco*” yang artinya “Bangku”. Bangku ini digunakan pegawai bank untuk melayani aktivitas operasionalnya kepada para penabung.<sup>1</sup> Secara terminologis, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.<sup>2</sup>

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>3</sup>

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan, bank adalah lembaga keuangan yang dalam kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dalam bentuk tabungan, deposito dan giro dan menyalurnya kepada masyarakat yang kekurangan dana dalam bentuk pinjaman (kredit) serta memberikan jasa-jasa bank seperti pengiriman uang (transfer) dan lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Bank syariah terdiri dari dua kata, yaitu bank dan syariah. Secara etimologis syariah berarti sumber air yang mengalir, kemudian kata tersebut digunakan untuk pengertian hukum-hukum Allah yang

---

<sup>1</sup>Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 9.

<sup>2</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), h. 8.

<sup>3</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 25. Lihat juga: Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 77.

diturunkannya untuk umat manusia (hamba Allah).<sup>4</sup> Secara etimologis yaitu hukum atau peraturan yang diturunkan Allah melalui Rasul-Nya yang mulia, untuk umat manusia agar mereka keluar dari kegelapan ke dalam terang dan mendapatkan petunjuk ke arah yang lurus.<sup>5</sup>

Secara umum, bank syariah adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus sesuai pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat Islam.<sup>6</sup> Berikut ini beberapa pendapat mengenai pengertian bank syariah diantaranya:<sup>7</sup>

Menurut Sudarsono, bank syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah atau Islam.

Menurut Perwataatmadja, bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Islam) dan tata caranya didasarkan pada ketentuan Alquran dan Hadis.

Menurut Schaik, bank syariah adalah suatu bentuk dari badan modern yang didasarkan pada hukum Islam, yang dikembangkan pada abad pertengahan Islam dengan menggunakan konsep risiko sebagai sistem utama dan meniadakan sistem keuangan yang didasarkan pada kepastian dan keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya.

Menurut Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Menurut jenisnya bank

---

<sup>4</sup>Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*...h. 9.

<sup>5</sup>*Ibid.*, h. 11.

<sup>6</sup>Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 2.

<sup>7</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*...h. 24.

syariah terdiri atas bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>8</sup>

Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.<sup>9</sup>

Sedangkan Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah atau unit syariah.<sup>10</sup>

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan, bank syariah adalah badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang kekurangan dana dengan sistem dan mekanisme kegiatan usahanya berdasarkan hukum Islam atau prinsip syariah sebagaimana yang diatur dalam Alquran dan Hadis.

## **b. Asas, Tujuan dan Fungsi Bank Syariah**

### **1) Asas Bank Syariah**

#### **a) Prinsip Syariah**

Kegiatan usaha yang berasaskan prinsip syariah, antara lain kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur:

- a. Riba, yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (*bathil*) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadhil*),

---

<sup>8</sup>Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia...*h. 11.

<sup>9</sup>Nurul Ichsan Hasan, *Perbankan Syariah: Sebuah Pengantar*, (Jakarta: Referensi GP Press Group, 2014), h. 16.

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

atau dalam transaksi pinjam meminjam yang mempersyaratkan nasabah penerima fasilitas mengembangkan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu (*nasi'ah*).<sup>11</sup> Dengan kata lain meningkatkan, melipatgandakan, melebihkan, mengambil lebih dari yang seharusnya atau melakukan praktik pinjaman uang dengan bunga yang tinggi.<sup>12</sup>

- b. *Maisir*, yaitu transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan.<sup>13</sup>
  - c. *Gharar*, yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariah.<sup>14</sup>
  - d. Haram, yaitu transaksi yang objeknya dilarang dalam syariah.
  - e. Zalim, yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lainnya.<sup>15</sup>
- b) Demokrasi Ekonomi

Yang dimaksud dengan demokrasi ekonomi adalah kegiatan ekonomi syariah yang mengandung nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan dan kemanfaatan.

c) Prinsip Kehati-Hatian

Yang dimaksud dengan prinsip kehati-hatian adalah pedoman pengelolaan bank yang wajib dianut guna mewujudkan perbankan yang sehat, kuat dan efisien sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain itu pemenuhan prinsip syariah yaitu memenuhi:

---

<sup>11</sup>Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi: Tela'ah atas Simpul-Simpul Ekonomi dan Bisnis dalam Alquran*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h. 209.

<sup>12</sup>Zamir Iqbal dan Abbas Mirakhor, *Pengantar Keuangan Islam: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2008), h. 71.

<sup>13</sup>Darsono, *et. al*, *Perbankan Syariah di Indonesia: Kelembagaan dan Kebijakan serta Tantangan ke Depan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), h. 52.

<sup>14</sup>Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 29.

<sup>15</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2002), h. 68.

1. Prinsip keadilan (*'adl*), yaitu menempatkan sesuatu hanya pada tempatnya dan memberikan sesuatu hanya pada yang berhak serta memperlakukan sesuatu sesuai porsinya.
2. Prinsip keseimbangan (*tawazun*), yaitu meliputi keseimbangan aspek meteril dan spritual, aspek privat dan publik, sektor keuangan dan sektor riil, bisnis dan sosial dan keseimbangan aspek pemanfaatan dan kelestarian.
3. Prinsip kemaslahatan (*maslahah*), yaitu segala bentuk kebaikan yang berdimensi duniawi dan ukrawi, materil dan spritual, individual dan kolektif, serta harus memenuhi tiga unsur, yakni kepatuhan (*halal*), bermanfaat dan membawa kebaikan (*thoyib*), dan semua aspek secara keseluruhan yang tidak menimbulkan kemudharatan.
4. Prinsip universalisme (*alamiyah*), yaitu dapat dilakukan oleh, dengan, dan untuk semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) tanpa membedakan suku, agama, ras dan golongan sesuai dengan semangat kerahmatan semesta (*rahmatan lil alamin*).<sup>16</sup>

## 2) Tujuan Bank Syariah

Adapun tujuan didirikannya bank syariah diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat terbanyak. Dengan adanya lembaga keuangan diharapkan akan tersedianya kesempatan yang lebih baik untuk mengumpulkan modal dan pemanfaatan dana, sehingga akan mengurangi kesenjangan sosial ekonomi dan dengan demikian akan memberikan sumbangan pada peningkatan nasional yang semakin mantap.

---

<sup>16</sup>Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*....h. 25-26.

- b. Meningkatnya partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi.
- c. Berkembangnya lembaga bank dan sistem perbankan yang sehat berdasar efisiensi dan keadilan yang akan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat, sehingga menggalakkan usaha-usaha ekonomi masyarakat banyak dengan antara lain memperluas jaringan ke lembaga-lembaga keuangan perbankan ke daerah-daerah terpencil.
- d. Ikhtiar ini akan sekaligus mendidik dan membimbing masyarakat untuk berfikir secara ekonomis, berperilaku bisnis dalam meningkatkan kualitas hidup mereka.
- e. Berusaha membuktikan bahwa konsep perbankan menurut syariah Islam dapat beroperasi, tumbuh dan berkembang melebihi bank-bank dengan sistem lain.<sup>17</sup>

### **3) Fungsi Bank Syariah**

Seperti halnya pada bank umumnya, bank syariah juga memiliki fungsi (kegunaan) yang sangat penting. Diantara fungsi-fungsinya antara lain:

- a. Memobilisasi tabungan masyarakat, baik domestik maupun asing.
- b. Menyalurkan dana tersebut secara efektif ke kegiatan-kegiatan usaha yang produktif dan menguntungkan secara finansial, dengan tetap memperhatikan keinginan usaha tersebut tidak termasuk yang dilarang oleh syariah.
- c. Melakukan fungsi regulator, turut mengatur mekanisme penyaluran dana ke masyarakat sesuai kebijakan Bank Indonesia, sehingga dapat mengendalikan aktivitas moneter yang sehat dan terhindar dari inflasi.

---

<sup>17</sup>Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), h. 37.

- d. Menjembati keperluan pemanfaatan dana dari pemilik modal dan pihak yang memerlukan, sehingga uang dapat berfungsi untuk melancarkan perekonomian khususnya dan pembangunan umumnya.
- e. Menjaga amanah yang dipercayakan kepadanya sebagai lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip syariah.<sup>18</sup>

### c. Ciri-Ciri dan Perbedaan Bank Syariah dengan Bank konvensional

#### 1) Ciri-Ciri Bank Syariah

Bank syariah memiliki beberapa ciri-ciri yang berbeda dengan bank konvensional diantaranya:

- a) Keuntungan dan beban biaya yang disepakati tidak kaku dan ditentukan berdasarkan kelayakan tanggungan risiko dan korbanan masing-masing.
- b) Beban biaya tersebut hanya dikenakan sampai batas waktu kontrak, sisa utang selepas kontrak dilakukan kontrak baru.
- c) Penggunaan persentase untuk perhitungan keuntungan dan biaya administrasi selalu dihindarkan, karena persentase mengandung potensi melipatgandakan.
- d) Pada bank Islam tidak mengenal keuntungan pasti (*fixed return*), ditentukan kepastian sesudah mendapat untung, bukan sebelumnya.
- e) Uang dari jenis yang sama tidak bisa diperjualbelikan atau disewakan atau dianggap barang dagangan. Oleh karena itu, bank Islam pada dasarnya tidak memberikan pinjaman berupa uang tunai, tetapi berupa pembiayaan atau talangan dana untuk pengadaan barang dan jasa.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup>*Ibid.*, h. 38.

<sup>19</sup>*Ibid.*, h. 39.

## 2) Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Terdapat perbedaan antara imbalan yang berupa bunga dan bagi hasil, yang dijalankan oleh bank konvensional dan bank syariah didalam operasionalnya, antara lain:

- a) Pada bank konvensional, penentuan bunga dibuat pada waktu akad tanpa berpedoman pada untung rugi, sedangkan pada bank syariah penentuan besarnya risiko bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
- b) Pada bank konvensional, besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan, sedangkan pada bank syariah besarnya rasio bagi hasil berdasarkan jumlah keuntungan yang diperoleh.
- c) Pada bank konvensional, pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi, sedangkan pada bank syariah bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan sekiranya itu tidak mendapat keuntungan, maka kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.
- d) Pada bank konvensional, jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang *booming*, sedangkan pada bank syariah, jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
- e) Pada bank konvensional eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama, termasuk Islam, sedangkan pada bank syariah tidak ada yang meragukan keabsahan keuntungan bagi hasil.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup>*Ibid.*, h. 40.

Perbedaan bank syariah dan bank konvensional tidak terbatas dilihat dari segi imbalan yang diberikan bank syariah dan bank konvensional kepada nasabah, tetapi masih ada perbedaan yang lainnya diantaranya:

- a) Bank syariah mendasarkan perhitungan pada *margin* keuntungan, sedangkan bank konvensional memakai perangkat bunga.
- b) Bank syariah tidak saja berorientasi pada keuntungan (*profit*), tetapi juga pada *falah oriented*, sedangkan bank konvensional semata-mata *profit oriented*.
- c) Bank syariah melakukan hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan, sedangkan bank konvensional melakukan hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitur kreditur.
- d) Bank syariah meletakkan penggunaan dana secara riil (*users of real funds*), sedangkan bank konvensional sebagai *creator of money supply*.
- e) Bank syariah melakukan investasi-investasi yang halal saja, sedangkan bank konvensional melakukan investasi yang halal dan haram.
- f) Bank syariah melakukan pengerahan dan penyaluran dana harus sesuai dengan pendapat Dewan Pengawas Syariah, sedangkan bank konvensional tidak terdapat dewan sejenis itu.<sup>21</sup>

#### **d. Produk Bank Syariah**

Produk merupakan semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga diantaranya:

---

<sup>21</sup>*Ibid.*, h. 41.

## 1) Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

### a) Giro

Giro adalah simpanan pada bank yang dapat dilakukan setiap saat, artinya adalah bahwa uang yang disimpan direkening giro dapat diambil setiap waktu setelah memenuhi persyaratan yang ditetapkan.<sup>22</sup>

#### 1. Giro *Wadi'ah*

Giro *wadi'ah* adalah bentuk simpanan yang penarikannya dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan yang didasarkan pada prinsip titipan. Oleh karena itu, nasabah tidak mendapatkan keuntungan berupa bunga, melainkan bonus yang nilainya tidak boleh diperjanjikan diawal akad.<sup>23</sup>

#### 2. Giro *Mudharabah*

Giro *mudharabah* adalah simpanan bentuk simpanan yang penarikannya dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan perintah pembayaran lainnya. Dimana nasabah akan mendapatkan keuntungan berupa bagi hasil yang besarnya sesuai dengan nisbah bagi hasil yang telah disepakati di awal. Metode bagi hasil yang digunakan bisa bagi keuntungan bersih atau pendapatan yang telah dikurangi biaya-biaya (*profit sharing*) pun bisa memakai bagi pendapatan (*revenue sharing*), artinya berapa pendapatan yang diperoleh bank langsung dibagi sesuai dengan nisbah yang ada. Namun pihak nasabah selaku *shahibul maal* memiliki risiko dana yang disimpannya berkurang jika *mudharib* mengalami kerugian.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*...h. 34.

<sup>23</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*...h. 81.

<sup>24</sup>*Ibid.*, h. 87.

## b) Tabungan

Tabungan 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. Nasabah jika hendak mengambil simpanannya dapat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan atau melalui fasilitas ATM.<sup>25</sup>

### 1. Tabungan *Wadi'ah*

Tabungan *wadi'ah* adalah simpanan dimana nasabah hanya menitipkan dananya kepada pihak bank. Bank syariah akan memberikan bonus kepada nasabah dan besarnya bonus yang akan diterima oleh nasabah tidak boleh ditentukan diawal akad, melainkan sepenuhnya diserahkan kepada kebijaksanaan bank syariah yang bersangkutan. Nasabah dalam hal ini tidak menanggung risiko kerugian dan uangnya dapat diambil sewaktu-waktu secara utuh setelah dikurangi biaya administrasi yang ditentukan oleh bank.<sup>26</sup>

Dalam Islam mengenai titipan atau *wadi'ah* ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu, *wadi'ah yad amanah*. *Wadi'ah yad amanah* (tangan amanah) adalah akad titipan yang dilakukan dengan kondisi penerima titipan (dalam hal ini bank) tidak wajib mengganti jika terjadi kerusakan.<sup>27</sup> dan *wadi'ah yad dhamanah*. *Wadi'ah yad dhamanah* adalah titipan yang dilakukan dengan kondisi penerima titipan bertanggungjawab atas nilai (bukan fisik) dari uang yang dititipkan.<sup>28</sup> Dalam praktiknya produk bank berupa tabungan *wadi'ah* didasarkan pada akad *wadi'ah yad dhamanah*,

---

<sup>25</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*...h. 34.

<sup>26</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*...h. 93.

<sup>27</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 34.

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

sehingga bank selaku pihak yang menerima titipan dana diperbolehkan memproduktifnya.

## 2. Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* adalah simpanan dimana nasabah mengharapkan keuntungan atas uang yang disimpan di bank. Besarnya keuntungan yang akan diterima oleh nasabah penabung telah ditentukan dalam nisbah tertentu diawal perjanjian. Nasabah berpeluang mendapatkan keuntungan tetapi juga akan menanggung risiko kehilangan modal jika bank selaku *mudharib* mengalami kerugian.<sup>29</sup>

Tabungan *mudharabah* terdiri dari dua macam yaitu *mudharabah muthalaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. *Mudharabah muthalaqah* adalah bentuk kerjasama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.<sup>30</sup> Dan *mudharabah muqayyadah*. *Mudharabah muqayyadah* adalah bentuk kerjasama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya tidak luas dan dibatasi spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.<sup>31</sup> Dimana bank syariah dalam praktiknya menerapkan akad *mudharabah muthalaqah* artinya dana nasabah yang disimpan boleh diinvestasikan bank untuk semua jenis pembiayaan tanpa ada batasan.

### c) Deposito

Deposito merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank atau pada saat jatuh tempo.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*...h. 94.

<sup>30</sup>Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*...h. 197.

<sup>31</sup>*Ibid.*, h.198.

<sup>32</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*...h. 34.

Deposito merupakan produk dari bank yang memang ditujukan untuk kepentingan investasi dalam bentuk surat-surat berharga, sehingga dalam perbankan syariah memakai prinsip *mudharabah*. Dimana imbalan yang diberikan kepada nasabah deposan adalah bagi hasil (*profit sharing*) sebesar nisbah yang telah disepakati di awal akad. Dalam praktiknya deposito berdasarkan *mudharabah muqayyadah mutlaqah*, yaitu akad *mudharabah* yang memberikan kebebasan kepada *mudharib* (bank) untuk memproduktifkan dana yang ada meliputi jenis usaha dan ruang lingkungannya.

## 2) Produk Penyaluran Dana (*lending*)

### a) Produk Pembiayaan Berdasarkan Akad Jual Beli

#### 1. *Murabahah*

*Murabahah* adalah suatu perjanjian antara bank dengan nasabah dalam bentuk pembiayaan pembelian atas sesuatu barang yang dibutuhkan oleh nasabah. Objeknya bisa berupa barang modal seperti mesin-mesin industri maupun barang untuk kebutuhan sehari-hari seperti sepeda motor.<sup>33</sup> Bank juga dapat memberikan potongan dalam besaran yang wajar dengan tanpa diperjanjikan dimuka. Di sisi lain bank juga dapat meminta ganti rugi kepada nasabah atas pembatalan pesanan oleh nasabah sebesar biaya riil sesuai dengan ketentuan yang berlaku.<sup>34</sup>

#### 2. *Salam*

Akad *salam* merupakan salah satu bentuk jual beli dengan pesanan, yang mana nasabah membayar tunai secara penuh terlebih dahulu terhadap spesifikasi barang yang dipesan.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h. 98.

<sup>34</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*...h. 117.

<sup>35</sup>Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*...h. 113.

Jika barang yang dipesan tidak tersedia bank dapat menolak menerima barang dan meminta pengembalian dana dan meminta kepada nasabah untuk mengganti dengan barang lainnya yang sejenis yang memiliki nilai yang setara atau menunggu barang tersedia. Dan jika bank menerima barang dengan kualitas lebih tinggi maka bank tidak wajib membayar tambahan harga, kecuali kesepakatan kedua belah pihak, dan jika bank menerima barang dengan kualitas lebih rendah bank tidak diperkenankan untuk meminta potongan harga kecuali kesepakatan kedua belah pihak.<sup>36</sup>

### 3. *Istishna'*

*Istishna'* adalah suatu akad yang didasarkan pada prinsip jual beli dimana nasabah memesan barang dengan pembayaran tunai maupun tunai, secara angsuran ataupun membayar pada saat barang pesanan sudah jadi. Dimana barang yang dipesan berupa barang *furniture*.<sup>37</sup> Jika bank menerima barang dengan kualitas lebih tinggi maka bank tidak wajib membayar tambahan harga, kecuali kesepakatan kedua belah pihak, dan jika bank menerima barang dengan kualitas lebih rendah bank tidak diperkenankan untuk meminta potongan harga kecuali kesepakatan kedua belah.<sup>38</sup>

### b) Produk Pembiayaan Berdasarkan Akad Sewa Menyewa

#### 1. *Ijarah*

*Ijarah* adalah transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau upah mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa. *Ijarah* juga dapat diinterpretasikan sebagai suatu hak guna atas barang atau jasa

---

<sup>36</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia...*h. 119.

<sup>37</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan...*h.100.

<sup>38</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia...*h. 121.

melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.<sup>39</sup>

## 2. *Ijarah muntahiyya bittamlik*

*Ijarah muntahiyya bittamlik* adalah akad sewa menyewa dalam bank syariah yang memberikan opsi kepada nasabah selaku penyewa untuk memiliki objek sewa diakhir perjanjian sewa. *Ijarah muntahiyya bittamlik* ini bisa memakai mekanisme janji hibah maupun mekanisme janji menjual dimana janji tersebut akan berlaku diakhir masa sewa.<sup>40</sup>

Akad *ijarah* dan *Ijarah muntahiyya bittamlik* ini dapat diimplementasikan dalam kegiatan perusahaan pembiayaan *leasing*.<sup>41</sup>

## c) Produk Pembiayaan Berdasarkan Akad Bagi Hasil

### 1. Pembiayaan *Mudharabah*

*Mudharabah* adalah penanaman dana dari pemilik dana (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian menggunakan metode bagi untung dan rugi (*profit and loss sharing*) antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati, sedangkan jika terjadi kerugian, maka dibebankan kepada pemilik harta saja. Sementara orang yang mengusahakan menanggung kerugian dalam usahanya, sehingga tidak perlu diberi beban kerugian yang lain.<sup>42</sup> Bank sebagai agen penyaluran dana milik investor tidak menanggung risiko kerugian usaha yang dibiayai. Sementara investor sebagai pemilik dana *mudharabah muqayyadah* menanggung seluruh risiko kerugian kegiatan usaha kecuali

<sup>39</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*...h. 117.

<sup>40</sup>*Ibid.*, 118.

<sup>41</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*...h. 131.

<sup>42</sup>Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*...h. 193.

jika nasabah melakukan kecurangan, lalai atau menyalahi perjanjian yang mengakibatkan kerugian usaha.<sup>43</sup>

*Mudharabah* sendiri dibedakan menjadi dua yaitu *mudharabah muthalaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. *Mudharabah muqayyadah* diterapkan untuk penghimpunan dana dan *mudharabah muqayyadah* diterapkan dalam kegiatan penyaluran dana.

## 2. Pembiayaan *Musyarakah*

*Musyarakah* adalah akad antara dua pemilik modal untuk menyatukan modalnya pada usaha tertentu, sedangkan pelaksanaannya bisa ditunjuk salah satu diantara mereka. Implementasi akad *musyarakah* oleh bank syariah diterapkan pada pembiayaan usaha atau proyek (*project financing*) yang dibiayai oleh lembaga keuangan yang jumlahnya tidak 100% sedangkan selebihnya oleh nasabah.<sup>44</sup>

Berdasarkan akad ini bank sebagai pihak penyandang dana maka dari itu bank berhak atas kontraprestasi berupa bagi hasil sebesar nisbah terhadap pendapatan atau keuntungan yang diperoleh oleh pemilik usaha (*mudharib*).

### d) Produk Pembiayaan Berdasarkan Akad Pinjam Meminjam Nirbunga

Produk ini merupakan produk sosial yang dinamakan *qardh*. *Qardh* adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali tanpa mengharapkan imbalan.<sup>45</sup>

*Qardh* termasuk pembiayaan oleh bank syariah dengan ketentuan bank tidak boleh mengambil keuntungan berapa pun darinya dan hanya diberikan pada saat keadaan *emergency*. Bank

---

<sup>43</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia...*h. 141.

<sup>44</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan...*h.102.

<sup>45</sup>Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah...*h. 331.

terbatas hanya dapat memungut biaya administrasi dari nasabah. Nasabah hanya berkewajiban membayar pokoknya saja, dan untuk jenis *qardh al-hasan* pada dasarnya nasabah apabila dalam keadaan tidak mampu ia tidak perlu mengembalikannya.<sup>46</sup>

### 3) Produk Jasa (*service*)

#### a) *Hiwalah*

*Hiwalah* adalah pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang menanggungnya. Dalam bank syariah yang dilaksanakan adalah pemindahan hutang secara terikat atau *hiwalah muqayyadah* (pemindahan hutang atas hutang yang dimiliki sebagai gantinya) karena kejelasannya dan risiko yang dapat dipagari.<sup>47</sup>

*Hiwalah* sebagai suatu cara untuk mendapatkan *fresh money* bagi pihak klien/nasabah juga tidak luput dari risiko, terutama dari pihak bank. Adapun risiko yang harus diwaspadai oleh pihak bank syariah dari sebuah kontrak *hiwalah* adalah adanya kecurangan nasabah dengan memberi *invoice* palsu atau *wanprestasi* (ingkar janji) untuk memenuhi kewajiban *hiwalah* ke bank.<sup>48</sup>

#### b) *Kafalah*

*Kafalah* adalah orang yang diperbolehkan bertindak (berakal sehat) berjanji menunaikan hak yang wajib ditunaikan orang lain atau berjanji menghadirkan hak tersebut dipengadilan.<sup>49</sup>

Dalam praktiknya implementasi akad *kafalah* ini dalam bank syariah adalah dalam bentuk bank garansi. Bank garansi adalah tindakan dari geranator dalam hal ini bank untuk

---

<sup>46</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*...h. 149.

<sup>47</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*...h. 126.

<sup>48</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*...h. 161.

<sup>49</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*...h. 123.

menjamin bahwa jika seseorang tidak menunaikan kewajibannya.<sup>50</sup> Contohnya tidak membayar utang-utangnya, si generator tersebutlah yang akan melaksanakan/mengambil alih kewajiban tersebut.

c) *Wakalah*

*Wakalah* adalah suatu perjanjian di mana seseorang mendelegasikan atau menyerahkan sesuatu wewenang (kekuasaan) kepada seseorang yang lain untuk menyelenggarakan sesuatu urusan dan orang lain tersebut menerimanya dan melaksanakannya untuk dan atas nama pemberi kuasa.<sup>51</sup>

Implementasinya dalam perbankan syariah adalah produk jasa berupa *letter of credit* (L/C) atau penerusan permintaan akan barang dalam negeri dari bank di luar negeri (L/C ekspor). Dan juga untuk mentransfer dana nasabah kepada pihak lain serta jasa inkaso.

d) *Rahn*

*Rahn* adalah menahan aset nasabah sebagai jaminan tambahan pada peminjam yang dikururkan oleh pihak bank. Manfaat yang didapat oleh bank adalah biaya-biaya yang harus dibayar oleh nasabah untuk pemeliharaan aset dari nasabah tersebut. Jika penahan aset berdasarkan perjanjian *fiducia* (penahanan barang bergerak sebagai jaminan pembayaran), nasabah juga harus membayar biaya asuransi yang besarnya sesuai dengan yang berlaku. Kemudian risiko yang ada pada implementasinya adalah risiko tidak terbayarnya utang nasabah

---

<sup>50</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*...h. 166.

<sup>51</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*...h. 120.

(*wanprestasi*) dan risiko penurunan nilai aset yang ditahan berupa kerusakan atau turunnya harga jual atas suatu aset.<sup>52</sup>

e) *Sharf*

*Sharf* adalah perjanjian jual beli suatu valuta dengan valuta lainnya yang dapat dilakukan dengan sesama mata uang sejenis. Akad *sharf* dalam bank syariah berupa tukar menukar mata uang asing dengan mendasarkan pada kurs jual dan kurs beli suatu mata uang. Pihak bank akan mendapatkan imbalan berupa selisih antara kurs jual dan kurs beli yang ada, ditambah dengan biaya-biaya administrasi yang besarnya ditentukan sesuai dengan kebijakan bank yang bersangkutan.<sup>53</sup>

## 2. Minat

Minat (*Intersest*) berarti kecenderungan atau kegiatan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan.<sup>54</sup>

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu.<sup>55</sup>

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap di mana konsumen membentuk pilihan mereka di antara beberapa merek yang tergabung dalam

---

<sup>52</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*...h. 178.

<sup>53</sup>*Ibid.*, h. 182.

<sup>54</sup>Anton M. Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), h. 225.

<sup>55</sup>Sofyan Assauri, Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), h. 141.

perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan.

Pengertian minat beli menurut Kotler dan Keller, minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.<sup>56</sup> Menurut Duriyanto dan Liana, minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Suatu produk dikatakan telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan untuk dibeli atau digunakan. Salah satu hal yang mempengaruhi minat beli adalah adanya dorongan atau motivasi seseorang untuk menggunakan produk tersebut.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan, minat mahasiswa adalah kesungguhan hati seorang mahasiswa untuk membeli atau menggunakan produk tanpa ada unsur paksaan yang timbul karena merasa puas terhadap kualitas produk yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Sedangkan minat menurut perspektif Islam merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih dan minat ini berhubungan erat dengan kepuasan jika kepuasan meningkat maka minat juga meningkat begitu juga sebaliknya. Alquran menggambarkan keinginan, kesukaan, minat, hasrat dan cita-cita manusia dalam kehidupan dunia agar tercapai tujuan dan untuk mencapai tujuan tersebut manusia harus bekerja keras dan berjuang. Seperti firman Allah:

---

<sup>56</sup>Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 15.

زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ  
 الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ  
 وَالْحَرْثِ ۗ ذَلِكَ مَتَعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ

المآبِ

Artinya: “dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, Yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak[186] dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga). (Q.S. Ali Imran (3):14).<sup>57</sup>

### 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa

Beberapa faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah diantaranya sebagai berikut:

#### a. Faktor Lokasi

Tempat merupakan saluran distribusi yang ditujukan untuk mencapai target konsumen. Sistem ini salah satunya mencakup lokasi. Lokasi usaha adalah tempat dan perusahaan melakukan kerja. Desain teori usaha sederhana berbunyi “tempatkanlah pada titik geografis yang paling banyak memberikan kesempatan perusahaan di dalam usaha untuk mencapai tujuannya”. Pendapat lain mengatakan bahwa lokasi usaha adalah tempat dimana perusahaan melakukan aktivitasnya.<sup>58</sup>

<sup>57</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemahan*, (Bandung: CV Diponegoro, 2000), h. 103.

<sup>58</sup>Moch. Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), h. 76.

Menurut Kasmir lokasi bank adalah tempat di mana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan.<sup>59</sup> Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

Jarak dari rumah nasabah ke bank syariah sangat variatif, dari hanya beberapa meter sampai dengan puluhan kilometer. Untuk sampai ke bank diantara mereka ada yang berjalan kaki karena jaraknya dengan bank dekat, ada juga yang menggunakan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Semakin dekat jarak tempuh rumah ke bank syariah akan memudahkan masyarakat dalam menjangkau bank syariah sehingga akan mendorong masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah.

Pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor diantaranya:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum sehingga memudahkan konsumen untuk menjangkau lokasi tanpa kesulitan sarana apapun.
- 2) Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan. Hal ini akan membuat konsumen lebih tertarik untuk datang karena lokasi dapat dilihat dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas, dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu banyak orang berlalu-lalang dapat memberi peluang besar terjadinya *impulse buying*. Dengan lokasi yang berada ditempat keramaian akan memberikan nilai tambah tersendiri untuk menarik konsumen, karena mudah dijangkau dan berada di dekat keramaian berlalu lalang lalu lintas umum.
- 4) Tempat parkir luas dan aman, konsumen tentu saja mengutamakan keamanan dan kenyamanan parkir karena hal ini membuat konsumen lebih tenang dan nyaman saat berada di lokasi pembelian.

---

<sup>59</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*...h. 163.

- 5) Ekspansi, tersedia tempat yang cukup untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- 6) Lingkungan, daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- 7) Persaingan, yaitu lokasi pesaing.
- 8) Peraturan pemerintah, lokasi yang sah terdaftar sebagai tempat yang dilindungi, diakui dan disarankan pemerintah setempat sehingga tidak terjadi permasalahan dikemudian hari.

Lokasi dalam perspektif Islam adalah penentuan lokasi yang tidak akan merugikan lingkungan sekitar dan melakukan kerusakan. Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek di muka bumi ini dan salah satunya adalah menjaga lingkungan dan tidak mencoba merusaknya yang dapat merugikan orang lain yang ada di muka bumi, melainkan melindunginya. Maka dari itu penentuan lokasi usaha diharapkan bukan memberikan efek negatif untuk lingkungan dan masyarakat sekitar tetapi memberikan efek positif untuk lingkungan dan masyarakat sekitar usaha tersebut. Sesuai dengan firman Allah:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا

إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah Amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik”. (Q.S. Al-A’raf (7): 56)<sup>60</sup>

<sup>60</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemahan...* h. 225.

## b. Faktor Fasilitas Pelayanan

Fasilitas adalah sarana dan prasarana yang disediakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya. Pelayanan adalah aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain. Pelayanan adalah bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik pelayanan terhadap barang yang diproduksi atau jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat konsumen dengan demikian pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa.<sup>61</sup>

Menurut Kotler pelayanan adalah aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain dengan bervariasi dan dapat diubah.<sup>62</sup>

Dalam Islam jika melakukan dengan baik maka akan mendapatkan yang baik pula, sama halnya dengan pelayanan, jika memberikan pelayanan yang baik maka akan mendapatkan hasil atas apa yang telah diberikan yaitu mendapatkan nasabah. Sesuai dengan firman Allah:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ<sup>ط</sup> وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا<sup>ج</sup> فَإِذَا جَاءَ

وَعَدُ الْآخِرَةِ لِيُسْئَلُوا<sup>ط</sup> وُجُوهَكُمْ<sup>ك</sup> وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا

دَخَلُوهُ<sup>ط</sup> أَوَّلَ مَرَّةٍ<sup>ط</sup> وَلِيَتَّبِعُوا<sup>ط</sup> مَا عَلَّمُوا<sup>ط</sup> تَتَّبِعُوا<sup>ط</sup>

Artinya: “Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, Maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke

<sup>61</sup>Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), h. 6.

<sup>62</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Terj, Hendra Teguh, Benyamin Molan dan Rony A. Rusli. Jilid II, (Jakarta: Index Kelompok Gramedia, 2004), h. 45.

*dalam mesjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai". (Q.S. Al-Isra' (17): 15)<sup>63</sup>*

Pelayanan merupakan salah satu kunci utama dari upaya pemuasan pelanggan dan menjadi suatu keharusan yang wajib dioptimalkan baik dari individu maupun organisasi, karena pelayanan dapat mencerminkan kualitas individu atau organisasi tersebut. Pelayanan yang baik akan dapat berulang kali menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan.

Ada beberapa dimensi pelayanan diantaranya mencakup sebagai berikut:<sup>64</sup>

- 1) Berwujud (*Tangible*), meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, Mesin Anjungan Tunai (ATM), dan lainnya), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.
- 2) Keandalan (*Reliability*), pemberian pelayanan yang sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 3) Ketanggapan (*Responsiveness*), membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) Jaminan dan kepastian (*Assurance*), pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan pegawai.
- 5) Empati (*Emphaty*), perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

### **c. Faktor Promosi**

Promosi artinya aktivitas yang mengkomunikasikan manfaat produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya dan membujuk konsumen sasaran agar membelinya. Dalam memperhatikan produknya hendaknya

---

<sup>63</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemahan*...h. 425.

<sup>64</sup>Fandy Tjiptono, *Starategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 111.

dapat dipertimbangkan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk, sehingga bentuk promosi yang diberikan harus mencakup hal-hal yang bersifat persuasif agar konsumen tertarik untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.<sup>65</sup>

Bauran komunikasi mempunyai beberapa kegiatan bauran pemasaran diantaranya:<sup>66</sup>

1) Periklanan

Periklanan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi interpersonal yang digunakan oleh perusahaan barang atau jasa. Peranan periklanan dalam pemasaran jasa adalah untuk membangun kesadaran terhadap keberadaan jasa yang ditawarkan, membujuk calon konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut. Media yang digunakan meliputi surat kabar, majalah, radio, televisi, surat reklame dan surat langsung

2) Penjualan perseorangan

Penjualan perseorangan mempunyai peran penting dalam pemasaran jasa karena adanya interaksi secara personal antara penyedia jasa dan konsumen. Contohnya, pihak bank persentase langsung secara lisan kepada calon nasabah yang ditujukan untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah.

3) Promosi penjualan

Promosi penjualan dapat berupa pemberian hadiah, diskon, paket harga, sampel, tawaran pengambilan tunai dan kupon.

4) Hubungan masyarakat

Hubungan masyarakat merupakan kiat pemasaran penting lainnya, di mana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan

---

<sup>65</sup>M. Khariska Afriadi, "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah: Studi Masyarakat Komplek Perumahan Perumdam Kel. Kandang Mas Kec. Kampung Melayu Kota Bengkulu*", (Skripsi, Fakultas Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu, 2016), h. 42.

<sup>66</sup>Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996), h. 243

pelanggan saja, tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar untuk membangun citra, mendukung aktivitas komunikasi lainnya, dan mengatasi isu maupun permasalahan yang ada. Publisitas juga merupakan informasi yang disebarluaskan mengenai produk, jasa, unit usaha, atau organisasi yang ditunjukkan pada masyarakat atau nasabah dalam bentuk berita yang tidak dibayar sponsor.

Promosi merupakan tindakan memuji atas suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Tetapi promosi yang dimaksud disini adalah promosi yang bersifat nyata dan benar tidak mengandung kebohongan yang mengandung informasi yang belum pernah diketahui sebelumnya. Jika pujian yang tidak benar yang isinya terdapat kebohongan atau melakukan penipuan. Allah melarang hal tersebut sesuai dengan firmanNya:

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*. (Q.S. An-Nisa’ (4): 29)<sup>67</sup>

<sup>67</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan Terjemahan...h. 127.

#### d. Faktor Religiusitas

Religiusitas adalah ekspresi atau perwujudan dari sistem kepercayaan (agama) yang dianut dengan menghayati nilai-nilainya secara substansi sehingga melahirkan pilihan-pilihan sikap dan perilaku dalam mengambil keputusan.<sup>68</sup> Sedangkan religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah Swt berfirman:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا

خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”. (Q.S. Al-Baqarah (2): 208).<sup>69</sup>

Religiusitas sering kali diidentikkan sebagai bentuk seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa besar keyakinan, seberapa besar pelaksanaan ibadah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya.<sup>70</sup> Jadi dapat disimpulkan, religiusitas adalah kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama dengan disertai tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengamalan nilai-nilai agama yakni dengan mematuhi aturan dan menjalankan kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan ibadah. Berikut beberapa dimensi dalam mengukur religiusitas seseorang diantaranya:<sup>71</sup>

<sup>68</sup> Abdul Mu'in, “Studi Analisis Religiusitas Mahasiswa FE UNY yang Menabung di Bank Syariah”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), h. 17.

<sup>69</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan Terjemahan...h. 50.

<sup>70</sup> M.N. Ghufron dan R. Risnawita, *Teori-Teori Psikologi*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), h. 168.

<sup>71</sup> *Ibid.*, h. 20-21.

- 1) Dimensi Idiologis, keyakinan berkenaan dengan seberapa tingkat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang fundamental atau bersifat dogmatis. Seperti keyakinan adanya Allah, malaikat, Rasul dan lainnya.
- 2) Dimensi Ritualistik, praktik berkenaan dengan seberapa tingkat kepatuhan seseorang dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana diperintahkan dan dianjurkan oleh agama yang dianutnya. Seperti pelaksanaan shalat, puasa, haji dan lainnya.
- 3) Dimensi Eksperiensial, pengalaman berkenaan dengan seberapa tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman religius. Dalam Islam, isi dimensi ini adalah pengalaman meliputi merasa dekat dengan Allah, dicintai Allah, do'a-do'a sering dikabulkan perasaan tentram dan lainnya.
- 4) Dimensi Intelektual, pengetahuan berkenaan dengan seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran pokok sebagaimana termuat dalam kitab suci. Dimensi ini mencakup pokok-pokok ajaran apa yang harus diimani berdasarkan Alquran, pemahaman tentang kaidah keilmuan ekonomi syariah atau perbankan syariah.
- 5) Dimensi Konsekuensi, pengalaman berkenaan dengan seberapa tingkat seseorang dalam berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran agamanya. Perilaku tersebut yang dimaksud adalah perilaku duniawi diantaranya berlaku jujur, menjaga lingkungan dan lainnya.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan erat kaitannya dengan masalah-masalah penelitian yang dilakukan. Setelah melakukan penelusuran terhadap penelitian terdahulu yang masalahnya terdapat kaitannya dengan masalah yang akan diteliti, sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti (Tahun) Judul	Variabel	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1	Amalia Fuadah (2018) pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah	Religiusitas, Pengetahuan, persepsi dan Minat Menabung	1. Variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung dibank syariah yaitu yaitu $t_{hitung} 2,940 >$ $t_{tabel} 1,685$ . 2. Variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa yaitu $t_{hitung}$ $2,762 >$ $t_{tabel}$ 1,685. 3. Variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan	1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu obyek yang diteliti adalah mahasiswa. 2. Perbedaannya pada penelitian terdahulu tidak menjelaskan masa periode penelitian dan menggunakan tiga variabel independen sedangkan penelitian ini menggunakan masa periode yaitu tahun 2019 dan menggunakan empat variabel independen.

			<p>terhadap minat mahasiswa yaitu <math>t_{hitung} 2,056 &gt; t_{tabel} 0,685</math>.</p> <p>4. Dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel religiusitas, pengetahuan, dan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah. <math>f_{hitung} 5,534 &gt; f_{tabel} 2,85</math>.</p>	
2	<p>Imanuddin (2019) Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Ponogoro</p>	<p>Promosi, Pengetahuan dan minat menabung</p>	<p>1. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di</p>	<p>1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat</p>

	Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.		<p>bank syariah yaitu <math>t_{hitung} 3,650 &gt; t_{tabel} 1,660</math>.</p> <p>2. Variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. yaitu <math>t_{hitung} 5,263 &gt; t_{tabel} 1,660</math>.</p> <p>Dapat disimpulkan pengaruh promosi dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung remaja mesjid di bank syariah <math>f_{hitung} 66,489 &gt; f_{tabel} 3,09</math>.</p>	<p>menggunakan produk bank syariah</p> <p>2. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu tidak mencantumkan bank mana yang diteliti dan menggunakan dua variabel independen pada penelitian ini mencantumkan bank yang diteliti yaitu Bank Syariah Mandiri KCP Stabat dan menggunakan empat variabel independen.</p>
3	Taslim (2018)	Promosi,	1. Variabel	1. Persamaan

	<p>Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo.</p>	<p>Kualitas Pelayanan dan Minat Masyarakat</p>	<p>promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah masyarakat untuk menabung yaitu <math>t_{hitung} 1,756 &gt; t_{tabel} 1,671</math>.</p> <p>2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung yaitu <math>t_{hitung} 2,822 &gt; t_{tabel} 1,671</math>.</p> <p>Dapat disimpulkan pengaruh promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan</p>	<p>penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor minat mempengaruhi minat menggunakan produk pada bank syariah</p> <p>2. Perbedaan pada penelitian terdahulu berfokus pada pengaruh promosi dan kualitas pelayanan dan studi kasus masyarakat sedangkan pada penelitian ini berfokus pada pengaruh lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas dan studi kasus yang</p>
--	--	--	--	--

			terdapat minat menabung masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo $f_{hitung} 4,701 > f_{tabel} 3,16$ .	digunakan adalah mahasiswa.
4	Karina Halimah Asmar (2019) Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pda PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam	Pelayanan, Promosi, Lokasi, Bagi Hasil dan Minat Nasabah	<p>1. Variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung yaitu <math>t_{hitung} 3,461 &gt; t_{tabel} 1,986</math>.</p> <p>2. Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung yaitu <math>t_{hitung} 0,948 &gt; t_{tabel} 1,986</math>.</p> <p>3. Variabel lokasi</p>	<p>1. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat.</p> <p>2. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah variabel yang digunakan. Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel pelayanan, promosi, lokasi</p>

			<p>berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung yaitu <math>t_{hitung} - 0,303 &gt; t_{tabel} 1,986</math>.</p> <p>4. Variabel bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung yaitu <math>t_{hitung} 3,035 &gt; t_{tabel} 1,986</math>.</p> <p>Dapat disimpulkan pengaruh pelayanan, promosi, lokasi dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di</p>	<p>dan bagi hasil sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas.</p>
--	--	--	---	---

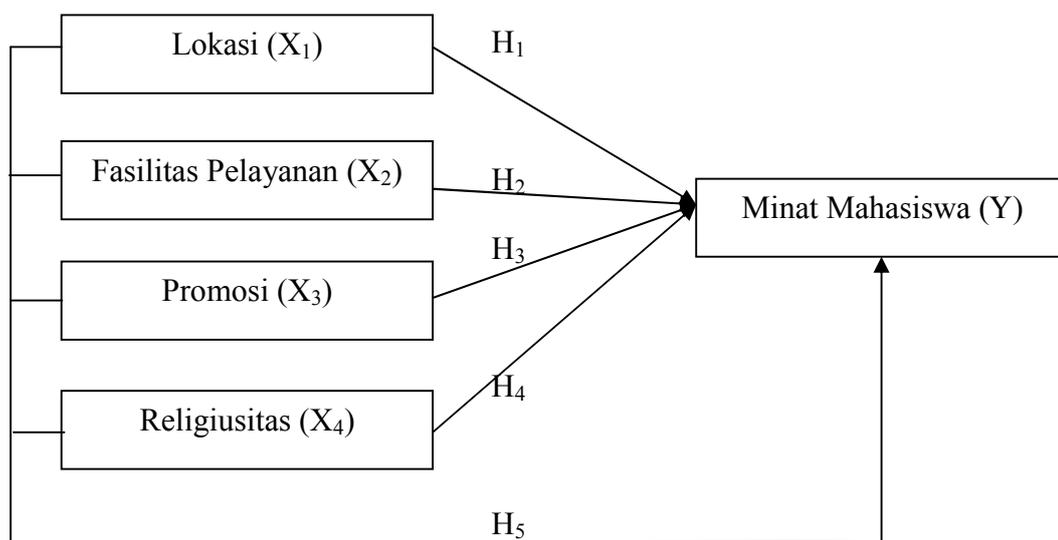
			Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakaam $f_{hitung} 14,880 >$ $f_{tabel} 2,48.$	
5	Agus Sutrisni (2016) Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Salatiga)	Kaulitas Pelayanan, Promosi, Religiusitas dan Minat Menabung	1. Variabel lokasi pelayann berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung yaitu $t_{hitung}$ $0,526 > t_{tabel}$ $0,846.$ 2. Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung yaitu $t_{hitung}$ $7,839 > t_{tabel}$ $0,846.$ 3. Variabel religiusitas berpengaruh	1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah studi kasus yang diteliti mahasiswa 2. Perbedaan pada penelitian terdahulu menggunakan variabel independen kualitas pelayanan, promosi dan regiusitas sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel independen lokasi, fasilitas pelayanan,

			<p>signifikan terhadap minat mahasiswa menabung yaitu <math>t_{hitung} 2,526 &gt; t_{tabel} 0,846</math>.</p> <p>Dapat disimpulkan pengaruh promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo <math>f_{hitung} 4,701 &gt; f_{tabel} 3,16</math>.</p>	<p>promosi dan religiusitas</p>
--	--	--	---	---------------------------------

### C. Kerangka Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat Langkat (Studi Kasus Mahasiswa STAI Jamaiyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat. Banyak faktor yang mempengaruhi

kurangnya minat mahasiswa, namun dalam penelitian ini faktor-faktor yang dianalisis adalah lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Teoritis**

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis berasal dari dua kata, yaitu *hypo* (kurang) dan *thesis* (pendapat). Kedua kata itu kemudian digunakan secara bersama menjadi hipotesa kemudian berubah menjadi hipotesis yang maksudnya adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna.<sup>72</sup>

Menurut Azhar Juliadi, hipotesis merupakan dugaan, kesimpulan atau jawaban sementara terhadap masalah yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah sebelumnya.<sup>73</sup>

<sup>72</sup>M. Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 85.

<sup>73</sup>Azhar Juliadi, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Perpustakaan Media Perintis, 2013), h. 78.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan, hipotesis adalah pendapat, dugaan ataupun kesimpulan sementara terhadap rumusan masalah yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pernyataan hipotesis:

- H<sub>01</sub> Tidak ada pengaruh faktor lokasi terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.
- H<sub>a1</sub> Ada pengaruh pengaruh faktor lokasi terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.
- H<sub>02</sub> Tidak ada pengaruh faktor fasilitas pelayanan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.
- H<sub>a2</sub> Ada pengaruh faktor fasilitas pelayanan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.
- H<sub>03</sub> Tidak ada pengaruh faktor promosi terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.
- H<sub>a3</sub> Ada pengaruh faktor promosi terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.
- H<sub>04</sub> Tidak ada pengaruh faktor religiusitas terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.
- H<sub>a4</sub> Ada pengaruh faktor religiusitas terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.
- H<sub>05</sub> Tidak ada pengaruh faktor lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.
- H<sub>a5</sub> Ada pengaruh faktor lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

#### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel sebelumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup>

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial dijabarkan ke dalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator.<sup>2</sup>

#### 2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Adapun pengertian deskriptif menurut Sugiyono adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.<sup>3</sup>

Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah “data yang

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 13.

<sup>2</sup>Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h. 7.

<sup>3</sup>*Ibid.*, 29.

sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak”.<sup>4</sup>

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

### **1. Lokasi**

Dalam penelitian ini, yang menjadi lokasi penelitian adalah Bank Syariah Mandiri KCP Stabat Langkat Jl. K.H. Zainul Arifin No. 17-A Stabat Kab. Langkat dan Sekolah Tinggi Agama Islam Jam’iyah Mahmudiyah (STAI JM) Tanjung Pura Langkat Jl. Syekh M. Yusuf No. 24 Tanjung Pura Langkat.

### **2. Waktu**

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 3 bulan terhitung sejak tanggal 5 Desember 2019 sampai dengan 5 Maret 2020.

## **C. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi menurut Arikunto adalah keseluruhan obyek penelitian.<sup>5</sup> Sedangkan menurut Sugiyono populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STAI Jam’iyah Mahmudiyah yang tidak menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Stabat tahun 2019. Populasi penelitian ini sebanyak 100 orang mahasiswa.

### **2. Sampel**

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Menurut Arikunto adalah sebagian atau wakil populasi yang telah diteliti. Pengambilan sampel

---

<sup>4</sup>Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 1

<sup>5</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 110.

penelitian ini diambil secara random dengan menggunakan *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak dimana setiap unit dalam sampel mempunyai peluang yang sama untuk dipilih sebagai unit sampel.<sup>6</sup>

Dari hasil diatas diketahui jumlah sampelnya adalah 100 mahasiswa yang tidak menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Stabat dan 100 mahasiswa ini lah yang akan menjadi responden dalam penelitian penulis.

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

### **1. Jenis Data**

#### **a. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pihak yang terkait (tidak melalui media perantara). Pada penelitian ini data primer dikumpulkan menggunakan metode survei yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebar dan diisi oleh responden, meliputi identitas dan tanggapan responden.<sup>7</sup>

#### **b. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu 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 maupun tidak dipublikasikan. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data sekunder melalui studi pustaka untuk membangun landasan teori yang sesuai dengan permasalahan atau kerangka konseptual penelitian sehingga dapat membaca sebagai referensi (baik buku-buku wajib perkuliahan maupun buku-buku umum), jurnal-jurnal penelitian, artikel serta penelusuran internet melalui situs website yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.

---

<sup>6</sup>*Ibid.*, h. 46.

<sup>7</sup> Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*,... h. 129.

## 2. Sumber Data

Sumber data primer didapat dengan melakukan observasi lokasi penelitian untuk mengambil data-data terkait mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat. Sedangkan sumber data sekunder didapat dari akademik kampus, internet, buku-buku, serta penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

## E. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Wawancara

Wawancara adalah mengumpulkan data dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula, dan dilakukan dengan tatap muka antara pencari informasi dan sumber informasi. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait seperti *Branch Manager* Bank Syariah Mandiri KCP Stabat, wakil 1 STAI Jam'iyah Mahmudiyah dan mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah.

### 2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>8</sup> Angket digunakan untuk mengetahui pengaruh lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas.

### 3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari data-data yang telah didokumentasikan. Peneliti menyelidiki peraturan-peraturan, dokumen, catatan harian dan sebagainya.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R &... h.* 199.

<sup>9</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek...h.* 147.

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.

### 1. Instrumen Pengumpulan Data Observasi

Adapun data yang dikumpulkan menggunakan observasi dan wawancara dengan menggunakan sebuah daftar jenis kegiatan yang mungkin akan dilaksanakan dan akan diamati kemudian juga membuat daftar pertanyaan yang perlu ditanyakan selama wawancara. Adapun instrumen yang digunakan adalah pulpen, kertas serta handphone.

### 2. Instrumen Pengumpulan Data Kuesioner

Adapun data dikumpulkan menggunakan angket dengan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert merupakan lima pilihan jawaban dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju yang merupakan sikap atau persepsi seseorang atau suatu kejadian atau pertanyaan yang diberikan dalam bentuk kuesioner. Skala Likert ini terdiri dari:

**Tabel 3.1**  
**Pedoman Pemberian Skor**

No	Pernyataan	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	KS = Kurang Setuju	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Skala ini digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek yang diperoleh melalui jawaban secara bertingkat dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

## G. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ada pengaruh variabel satu dengan variabel yang lainnya. Macam-macam variabel dapat dibedakan diantaranya:

### 1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas yaitu variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel tersebut dimanipulasi diukur atau dipilih peneliti untuk menentukan hubungan antar variabel dengan suatu gejala yang diobservasi. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah Lokasi ( $X_1$ ), Fasilitas Pelayanan ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) dan Religiusitas ( $X_4$ ).

### 2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat yaitu variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel tersebut diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah Minat Mahasiswa ( $Y$ ).

## H. Defenisi Operasional Variabel

### 1. Lokasi ( $X_1$ )

Lokasi adalah tempat di mana bank melakukan aktivitas pengendalian operasionalnya atau tempat menawarkan produk perbankan. Adapun indikator lokasi diantaranya:<sup>10</sup>

- a. Lokasi strategis
- b. Akses mudah
- c. Dekat tempat tinggal

### 2. Fasilitas Pelayanan ( $X_2$ )

Fasilitas pelayanan aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain. Fasilitas pelayanan dapat berupa penyediaan ATM dan lain sebagainya. Adapun indikator fasilitas pelayanan diantaranya:<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), h. 159.

<sup>11</sup>Fandy Tjiptono, *Starategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 111.

- a. Sarana
- b. Prasarana
- c. Perlengkapan
- d. Peralatan

### 3. Promosi ( $X_3$ )

Promosi adalah berbagai kegiatan atau cara yang dilakukan oleh bank untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya agar menarik minat mahasiswa. Adapun indikator promosi diantaranya:<sup>12</sup>

- a. Periklanan
- b. Penjualan personal
- c. Promosi penjualan
- d. Hubungan masyarakat

### 4. Religiusitas ( $X_4$ )

Religiusitas adalah ekspresi atau perwujudan dari sistem kepercayaan (agama) yang dianut dengan menghayati nilai-nilainya secara substansi sehingga melahirkan pilihan-pilihan sikap dan perilaku dalam mengambil keputusan. Adapun indikator religiusitas diantaranya:<sup>13</sup>

- a. Pengetahuan Agama
- b. Peribadatan
- c. Pengamalan

### 5. Minat Mahasiswa ( $Y$ )

Minat mahasiswa adalah munculnya perasaan senang atau suka seorang mahasiswa terhadap produk bank syariah yang akan mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan sebuah produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Adapun indikator minat mahasiswa diantaranya:<sup>14</sup>

- a. Katertarikan Menggunakan Produk
- b. Perasaan Senang

---

<sup>12</sup>Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996), h. 243

<sup>13</sup>M. Nur Ghufro dan Rini Risnawita S, *Teori-Teori Psikologi*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), h. 169.

<sup>14</sup>Augusty Ferdinand, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002), h. 129.

- c. Kecenderungan untuk Mereferensi Produk
- d. Mencari Informasi Produk

## I. Validasi dan Reabilitas Instrumen Penelitian

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS. Adapun pengujian-pengujian yang akan dilakukan adalah:

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah instrumen penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud kelayakan. Suatu kelayakan pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur dan melakukan apa yang seharusnya dilakukan.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan kecermatan fungsi alat ukurnya. Pengujian menggunakan 2 sisi dengan taraf signiikan 0.005 jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen atau item-item pernyataan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid), dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dinyatakan tidak valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah pengujian yang dapat menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Alat ukur yang akan digunakan adalah *cronbachalpha* melalui program komputer *Excel Statistic Analtsis & spss*. Reabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbachalpha*  $> 0.60$ .

## J. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisa yang dimaksudkan untuk mengkaji dalam kaitannya dengan pengujian hipotesis penelitian yang telah penulis rumuskan. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk menganalisis data, penulis menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk mengkaji kesalahan model regresi yang digunakan dalam penelitian.

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam regresi, variabel dependen dan variabel independen semuanya memiliki kontribusi normal atau tidak. Jika distribusi data adalah normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

#### b) Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk menjelaskan kemungkinan terdapatnya hubungan antara variabel independen dengan variabel independen yang lain. Data yang baik tidak boleh ada masalah multikolinearitas. Salah satu cara untuk mendeteksi multikolinearitas adalah dengan melihat VIF dan *tolerance*.

- 1) Jika nilai VIF  $< 10$  dan *tolerance*  $> 0,1$  maka dapat dikatakan tidak ada masalah multikolinearitas
- 2) Jika nilai VIF  $> 10$  dan *tolerance*  $< 0,1$  maka dapat dikatakan ada masalah multikolinearitas

#### c) Uji Heterokedastisitas

Tujuan uji ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastiditas. Jika varian

berbeda maka disebut heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada data yang membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyemping) maka terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan periode  $t$  dengan kesalahan  $t-1$ . Jika terjadi korelasi, maka dinamakan problema korelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk menguji autokorelasi ini dideteksi dengan melihat nilai Durbin-Watson (DW) pada hasil regresi. Adapun kriteria penilaiannya yaitu:

- 1) Jika nilai DW terletak antara nilai batas ( $d_U$ ) dan  $4-d_U$ , maka dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi.
- 2) Jika nilai DW lebih rendah dari nilai batas ( $d_L$ ) maka dapat disimpulkan ada autokorelasi positif.
- 3) Jika nilai DW lebih besar dari nilai  $4-d_L$  maka dapat disimpulkan ada autokorelasi negatif

## 2. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dilakukan uji  $t$  dan uji  $f$ .

a) Uji Parsial (Uji- $t$ )

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1.  $H_0 : \beta = 0$ , tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.
2.  $H_a : \beta \neq 0$ , ada pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.

Kriteria uji yang digunakan adalah jika *t-test* lebih besar dari nilai *t-table* ( $t\text{-test} > t\text{-table}$ ) misalnya pada tingkat signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak (*rejected*) artinya variabel independen secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai *t-test* lebih kecil dari nilai *t-table* ( $t\text{-test} < t\text{-table}$ ) misalnya pada tingkat signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara parsial (individu) dari semua variabel independen terhadap dependen.

b) Uji Simultan (Uji-F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen di dalam model secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yang digunakan perumusan hipotesis pada Uji-F adalah:

- 1)  $H_0 : \beta = 0$ , tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.
- 2)  $H_a : \beta \neq 0$ , ada pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah.

Kriteria pengujian adalah jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  misalnya pada tingkat signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, artinya variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  misalnya pada tingkat signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  tidak ditolak, artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c) Uji Determinan ( $R^2$ )

Utuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ), jika ( $R^2$ ) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$ ) adalah besar terhadap variabel-variabel terikat ( $Y$ ), hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika ( $R^2$ ) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen atau variabel dependen. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

- Y : Minat Mahasiswa
- $b_0$  : Konstanta
- $b_1$  : Koefisien regresi dari  $X_1$
- $b_2$  : Koefisien regresi dari  $X_2$
- $b_3$  : Koefisien regresi dari  $X_3$
- $b_4$  : Koefisien regresi dari  $X_4$
- $X_1$  : Lokasi
- $X_2$  : Fasilitas Pelayanan
- $X_3$  : Promosi
- $X_4$  : Religiusitas
- e : Kesalahan berdistribusi normal dengan rata-rata 0, tujuan perhitungan e diasumsikan nol.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Bank Syariah Mandiri**

###### **a. Sejarah Bank Syariah Mandiri**

Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendirian. Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, kondisi perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merakapitulasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero)

pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.<sup>1</sup>

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999.

Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan

---

<sup>1</sup><http://www.mandirisyahiah.co.id>. Diunduh pada tanggal 5 Maret 2020. Pukul 8.45 WIB.

nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.<sup>2</sup>

#### b. Makna Logo Bank Syariah Mandiri



**Gambar 4.1**

#### **Logo Bank Syariah Mandiri**

Sumber: [www.mandirisyariah.ac.id](http://www.mandirisyariah.ac.id)

Pada tahun 2009 terjadi perubahan sedikit logo pada Bank Syariah Mandiri, hal ini mencerminkan transformasi semangat dan kesiapan untuk meraih masa depan yang lebih gemilang. Adapun perubahan ini menjadikan logo tersebut lebih memiliki makna yang dalam. Dari penggunaan warna logo menggunakan warna positif dan negatif. Positif digunakan pada warna belakang yang terang dan cerah, sedangkan negatif pada warna latar belakang yang redup atau cerah. Adapun arti atau makna yang terdapat pada logo Bank Syariah Mandiri diantaranya:

- 1) Penggunaan huruf kecil memiliki pengertian BSM merupakan bank yang ramah, rendah hati dan memiliki aspirasi untuk semakin dekat dengan nasabah dan tetap bersikap membumi.
- 2) Lambang logo divisualkan dalam bentuk gelombang berwarna emas yang merupakan lambang kemakmuran yang dicita-citakan pada nasabah yang mau bermitra dengan BSM.
- 3) Posisi lambang logo diatas huruf logo melambangkan progresif menuju kemakmuran.

---

<sup>2</sup><http://www.mandirisyariah.co.id>. Diunduh pada tanggal 5 Maret 2020. Pukul 8.45 WIB.

### c. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

#### 1) Visi

“Bank Syariah Terdepan dan Modern”

- a) Bank Syariah Terdepan, menjadi bank yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen customer, micro, SME, commercial, dan corporate.
- b) Bank Syariah Modern, menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi muktahir yang melampaui harapan nasabah.

Dengan kata lain arti Bank Syariah terdepan dan modern diantaranya:

- a) Untuk Nasabah. BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memakmurkan.
- b) Untuk Pegawai. BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.
- c) Untuk Investor. Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

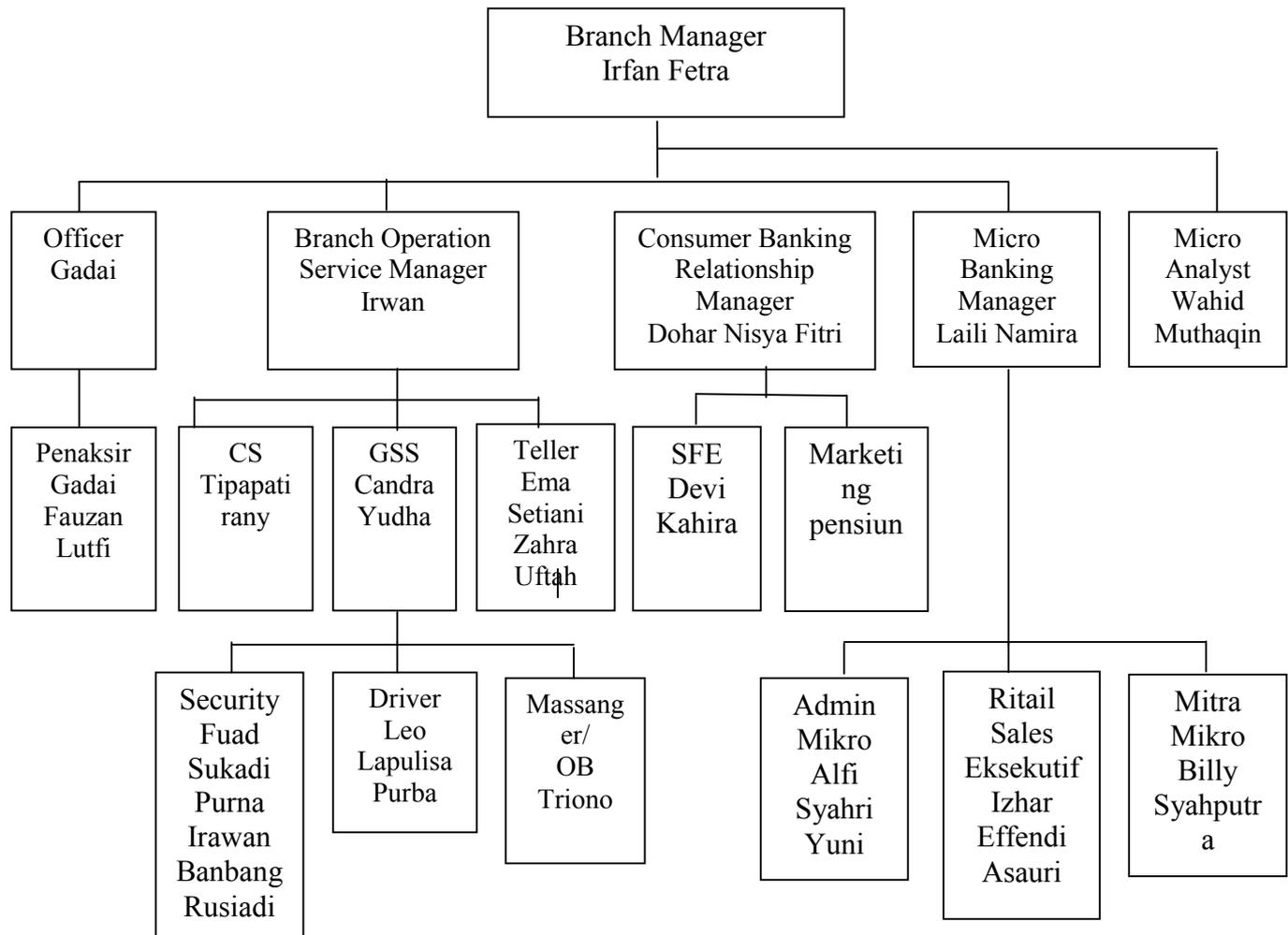
#### 2) Misi

- a) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- b) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- c) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- d) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- e) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> <http://www.mandirisyariah.co.id>. Diunduh tanggal pada 5 Maret 2020. Pukul 8.45 WIB.

**d. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Stabat**



**Gambar 4.2**

**Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Stabat**

Sumber: Perusahaan BSM KCP Stabat

### e. Produk Bank Syariah Mandiri

Berikut ini beberapa produk Bank Syariah Mandiri diantaranya sebagai berikut:<sup>4</sup>

#### 1) Tabungan

- a) Tabungan *Mudharabah*. Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM.
- b) Tabungan Simpel IB. Simpanan Pelajar iB (Simpel iB) adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.
- c) Tabungan Berencana. Tabungan berjangka untuk berbagai rencana Anda dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi perlindungan asuransi secara gratis.
- d) Tabungan *Wadiah*. Tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *Wadiah Yad Dhamanah* yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter Mandiri Syariah.
- e) Tabungan Investa Cendekia. Tabungan berjangka untuk keperluan dana pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi perlindungan asuransi.
- f) Tabungan Dollar. Simpanan dalam mata uang dollar (USD) yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank Syariah Mandiri.
- g) Tabungan Pensiun. Tabungan yang diperuntukkan bagi Nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank.
- h) TabunganKu. Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank

---

<sup>4</sup><http://www.mandirisyahiah.co.id>. Diunduh pada tanggal 5 Maret 2020. Pukul 9.00 WIB.

di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

- i) Tabungan Mabrur. Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah.
- j) Tabungan Mabrur Junior. Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah untuk anak usia di bawah 17 tahun.
- k) Tabungan Saham Syariah. Rekening Dana Nasabah berupa produk tabungan yang khusus digunakan untuk keperluan penyelesaian transaksi Efek (baik berupa kewajiban maupun hak Nasabah), serta untuk menerima hak Nasabah yang terkait dengan Efek yang dimilikinya melalui Pemegang Rekening KSEI.

## 2) Giro

- a) BSM Giro. Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.
- b) BSM Giro Valas. Sarana penyimpanan dana dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.
- c) BSM Giro Singapore. Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Singapore Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.
- d) BSM Giro Euro. Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Euro untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

## 3) Deposito

- a) BSM Deposito. Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah*.

- b) BSM Deposito Valas. Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah*.
- 4) Pembiayaan Konsumen
- a) Pembiayaan Implan. Pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok).
  - b) Pembiayaan kepada Pensiunan. Penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad *murabahah* atau *ijarah*.
  - c) Pembiayaan Griya. Pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan *developer* dengan sistem *murabahah*.
  - d) BSM Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB). Pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan sistem *murabahah*.
  - e) Pembiayaan Mikro Umrah. Pembiayaan mikro umrah ini adalah pembiayaan untuk yang mau ke tanah suci yaitu pergi haji dan umrah.
- 5) Jasa Produk
- a) Mandiri Syariah Debit Standar Nasional (GPN). Produk kartu berteknologi chip yang diterbitkan oleh Bank Syariah Mandiri dan terhubung dengan jaringan domestik serta memiliki fungsi utama sebagai kartu ATM dan kartu Debit yang dapat digunakan di seluruh mesin ATM / EDC domestik.
  - b) BSM Sentra Bayar. Layanan bank dalam menerima pembayaran tagihan pelanggan.

- c) BSM SMS Banking. Produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan.
- d) Mandiri Syariah Mobile. Layanan melalui saluran distribusi elektronik Bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah di Bank melalui jaringan komunikasi dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet.
- e) BSM Net Banking. Layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet dengan alamat “<https://bsmnet.syariahamandiri.co.id>” yang dapat digunakan oleh nasabah.
- f) BSM Electronic Payroll. Pembayaran gaji karyawan institusi melalui Sistem Informasi Payroll Bank Syariah Mandiri secara mudah, aman dan fleksibel. Transfer Uang Tunai. Cukup menggunakan BSM Net Banking atau BSM Mobile Banking GPRS, Anda dapat menikmati layanan Transfer Uang Tunai kapan saja dan di mana saja.
- g) BSM E-Money. Kartu prabayar berbasis *smart card* yang diterbitkan oleh BSM bekerjasama dengan Bank Mandiri.
- h) BSM Jual Beli Valas. Pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asing atau mata uang asing dengan mata uang asing lainnya yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dengan nasabah.

## **2. STAI Jam’iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat**

### **a. Sejarah STAI Jam’iyah Mahmudiyah**

Kabupaten Langkat khususnya kota Tanjung Pura merupakan kota yang penuh sejarah, diantaranya adanya kerajaan kesultanan pada zaman dahulu dan sekarang terkenal dengan adanya mesjid Azizi yang dibangun oleh keturunan kesultanan langkat. Di mesjid ini juga ada makam pahlawan yaitu Tengku Amir Hamzah.

Setelah kerajaan kesultanan runtuh maka dibangunlah sekolah Jam’iyah Mahmudiyah. Di mana pada masa itu Jam’iyah Mahmudiyah

ini hanya memiliki pendidikan untuk tingkat Tsanawiyah dan Aliyah saja. Mengingat Langkat merupakan kota yang banyak sejarah yang memang sudah dikenal di daerah-daerah luar, maka pengurus besar Jam'iyah berkeinginan untuk meningkatkan pendidikan yang ada tidak hanya sampai batas Aliyah, akan tetapi ditingkatkan lagi sampai ke perguruan tinggi. Untuk itu diserahkan kepada Adham Hasry untuk mengendalikan agar pendidikan Jam'iyah Mahmudiyah ini dapat ditingkatkan dengan menghubungi tenaga dan pejabat yang berwenang dalam melahirkan perguruan tinggi ini.

Dan pada tahun 1980, dibulatkan tekad untuk mendirikan perguruan tinggi dengan gambaran pertama dengan mendirikan Fakultas Tarbiyah. pertimbangan untuk mendirikan fakultas ini berdasarkan banyaknya pelajar Islam dari Aliyah dan PGA di Tanjung Pura dan sekitarnya yang diharapkan dapat meneruskan pelajarannya ke tingkat ini. Disamping kebanyakan dari tamatan Aliyah dan PGA ini tidak mampu untuk meneruskan pendidikannya dikota-kota luar seperti Medan dan lainnya karena ekonomi yang rendah.

Pada tahun 1981 mulailah mempromosikan perguruan tinggi ini kepada masyarakat dan pada tahun ini juga tercatat sekitar 78 orang mahasiswa yang mendaftar pada perguruan tinggi ini. Dan pada tahun ini juga dimulai perkuliahan yang tentunya sudah mendapat perizinan dari Kopertais Wilayah XI Medan.

Pada tahun 1982 dibentuklah kepengurusan untuk mengelola perguruan tinggi ini dan juga. Dan pada tanggal 13 Februari 1983 Depaetemen Agama melakukan peninjauan dan penelitian mengenai persyaratan untuk mendirikan sebuah perguruan tinggi. Dan setelah itu terbitlah Surat Keputusan dari Departemen Agama tanggal 14 Maret No. Kep/E.III/P.P/009/73/84 yang menetapkan bahwa perguruan Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura ini sudah terdaftar.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup><http://www.staijm.ac.id>. Diunduh pada tanggal 9 Maret 2020. Pukul 9.00 WIB.

### b. Logo STAI Jam'iyah Mahmudiyah



**Gambar 4.3**

### Logo STAI JM

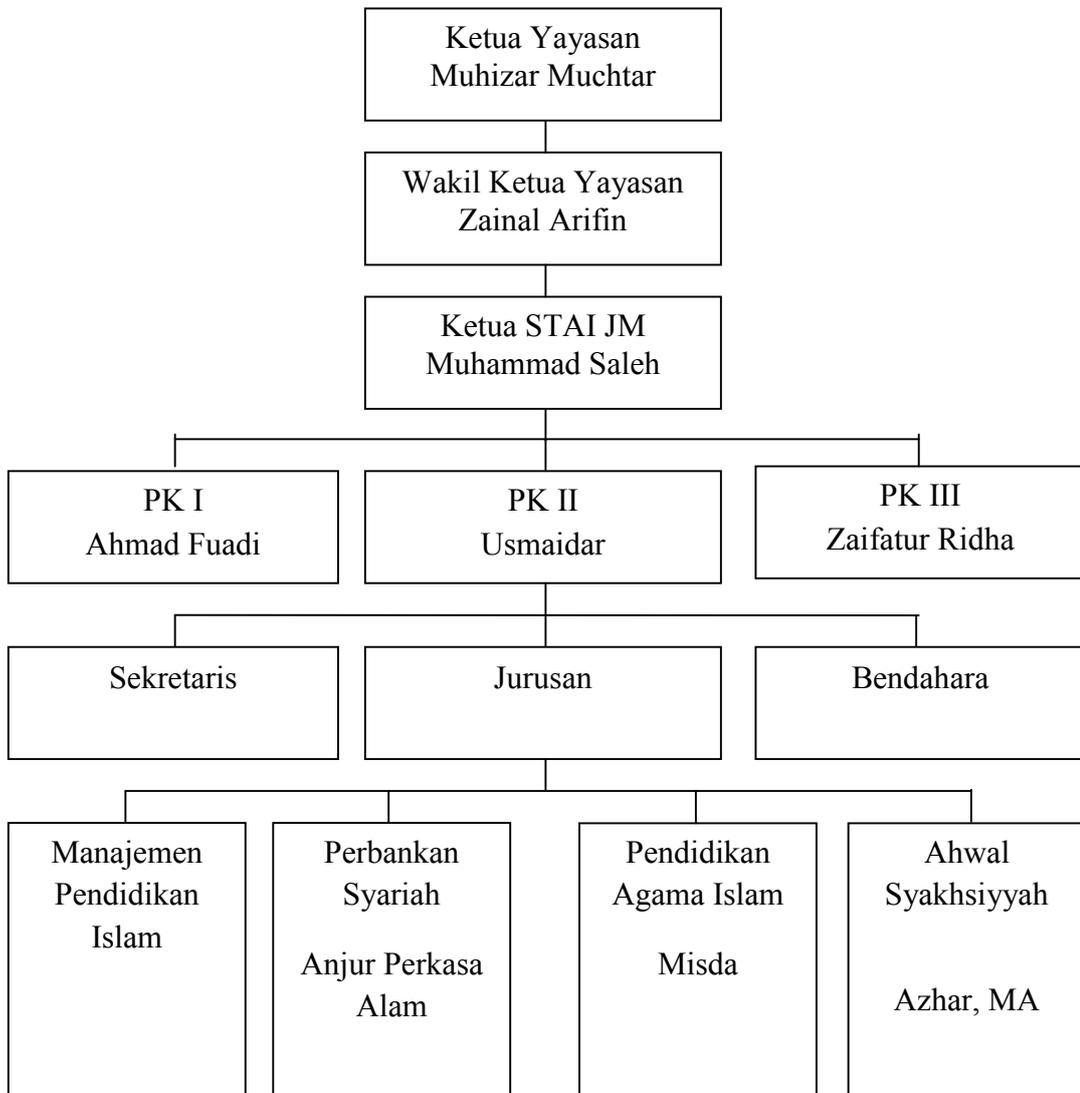
Sumber: [www.staijm.ac.id](http://www.staijm.ac.id)

- 1) Dasar hijau melambangkan ketenangan dan kuning melambangkan kebesaran.
- 2) Dua garis bingkai, segala geraknya berorientasi kepada kepentingan bangsa dan agama untuk mencapai kebahagiaan dunia akhirat
- 3) Kubah lambang misi penyebaran agama Islam, dan bintang diatas kubah merupakan lambang cita-cita luhur bangsa Indonesia yang beragama Islam dan buku terbuka, belajar dan bersifat terbuka

### c. Visi dan Misi STAI Jam'iyah Mahmudiyah

- 1) Visi  
Menjadi pusat unggulan dalam penyelenggaraan dan pengembangan keislaman, ilmu pengetahuan dan teknologi serta profesionalisme keguruan yang berwawasan teknologi global.
- 2) Misi
  - a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran, penelitian, pengabdian dan pembinaan nilai-nilai hidup islami.
  - b) Mengembangkan jiwa kemandirian dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan, keahlian/ keterampilan, teknologi dan seni.
  - c) Mengembangkan kebebasan berfikir ilmiah yang dijiwai dengan semangat ketauhidan.
  - d) Menyelenggarakan kegiatan dakwah Islam.

**d. Struktur Organisasi STAI Jam'iyah Mahmudiyah**



**Gambar 4.4**

**Struktur Organisasi STAI JM**

Sumber: STAI Jam'iyah Mahmudiyah

**e. Jurusan STAI Jam'iyah Mamudiyah**

- 1) S1 Manajemen Pendidikan Islam
- 2) S1 Hukum Keluarga
- 3) S1 Pendidikan Agama Islam
- 4) S1 Perbankan Syariah

## B. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel atau responden adalah mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat yang tidak menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 mahasiswa dengan identifikasi sebagai berikut:

### 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	28	28.0	28.0	28.0
Valid Perempuan	72	72.0	72.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa jumlah laki-laki yang menjadi responden penelitian ini adalah 28 orang atau sebesar 28%, sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 72 orang atau sebesar 72%. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini yang paling banyak adalah perempuan.

### 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
AS	20	20.0	20.0	20.0
MPI	25	25.0	25.0	45.0
Valid PAI	40	40.0	40.0	85.0
PS	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa dari 100 responden sebanyak 20% atau 20 orang responden dari jurusan Akhwal Syakshiyah, 25% atau 25 orang responden dari jurusan Manajemen Pendidikan Islam, 40% atau 40 orang responden dari jurusan Pendidikan Agama Islam dan 15% atau 15 orang responden dari jurusan Perbankan Syariah. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini yang paling banyak adalah responden dari jurusan Pendidikan Agama Islam.

### 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Semester

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Semester**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
II	2	2.0	2.0	2.0
IV	5	5.0	5.0	7.0
VI	28	28.0	28.0	35.0
Valid VIII	65	65.0	65.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa dari 100 responden sebanyak 2% dari semester II, 5% dari semester IV, 28% dari semester VI dan 65% dari semester VIII. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini yang paling banyak adalah responden dari semester VIII.

## C. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuesioner atau skala yang ingin diukur. Dalam penentuan valid atau tidaknya item. Hal yang perlu diperhatikan adalah perbandingan antara  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan  $n =$

100. Sebutir angket dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05.

Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka dilakukan uji statistik dengan menggunakan SPSS 20. Adapun hasil outputnya dapat dilihat dari tabel dibawah.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Butir Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Minat Mahasiswa (Y)	Y.1	0.305	0.195	Valid
	Y.2	0.374	0.195	Valid
	Y.3	0.428	0.195	Valid
	Y.4	0.212	0.195	Valid
Lokasi (X1)	X1.1	0.742	0.195	Valid
	X1.2	0.668	0.195	Valid
	X1.3	0.463	0.195	Valid
Fasilitas Pelayanan (X2)	X2.1	0.580	0.195	Valid
	X2.2	0.621	0.195	Valid
	X2.3	0.283	0.195	Valid
	X2.4	0.490	0.195	Valid
Promosi (X3)	X3.1	0.425	0.195	Valid
	X3.2	0.569	0.195	Valid
	X3.3	0.458	0.195	Valid
	X3.4	0.594	0.195	Valid
Religiusitas (X4)	X4.1	0.431	0.195	Valid
	X4.2	0.540	0.195	Valid
	X4.3	0.678	0.195	Valid

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Pada tabel, nilai  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) menunjukkan bahwa pernyataan mampu mengukur variabel yang ingin diukur, pernyataan tersebut dinyatakan valid jika semua item pernyataan

mampu mengukur variabel Minat Mahasiswa, Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi, dan Religiusitas.

## 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pernyataan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrumen penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur.

Standar yang digunakan dalam menentukan instrumen penelitian salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *alpha cronbach* maka  $r_{hitung}$  akan diwakili oleh nilai Alpha pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5**  
**Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha**

Nilai r	Tingkat Reabilitas
0,0 - 0,20	Kurang Reliabel
0,20 – 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Adapun tingkat reabilitas pernyataan variabel Minat Mahasiswa (Y), Lokasi ( $X_1$ ), Fasilitas Pelayanan ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ), dan Religiusitas ( $X_4$ ) menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat berdasarkan output SPSS versi 20 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reabilitas Variabel Minat Mahasiswa (Y)**

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	5

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Dari hasil output *reability statistic* di atas diperoleh nilai alpha cronbach sebesar 0,628 dengan jumlah pernyataan 5 item. Nilai  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden  $n = 100$  adalah 0,195. Dengan demikian nilai alpha cronbach  $0,628 > 0,195$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reabilitas Variabel Lokasi (X<sub>1</sub>)**

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	4

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Dari hasil output *reability statistic* di atas diperoleh nilai alpha cronbach sebesar 0,790 dengan jumlah pernyataan 4 item. Nilai  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden  $n = 100$  adalah 0,195. Dengan demikian nilai alpha cronbach  $0,790 > 0,195$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reabilitas Variabel Fasilitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	5

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Dari hasil output *reability statistic* di atas diperoleh nilai alpha cronbach sebesar 0,716 dengan jumlah pernyataan 5 item. Nilai  $r_{\text{tabel}}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden  $n = 100$  adalah 0,195. Dengan demikian nilai alpha cronbach  $0,716 > 0,195$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reabilitas Variabel Promosi ( $X_3$ )**

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	5

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Dari hasil output *reability statistic* di atas diperoleh nilai alpha cronbach sebesar 0,751 dengan jumlah pernyataan 5 item. Nilai  $r_{\text{tabel}}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden  $n = 100$  adalah 0,195. Dengan demikian nilai alpha cronbach  $0,751 > 0,195$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reabilitas Variabel Religiusitas ( $X_4$ )**

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	4

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Dari hasil output *reability statistic* di atas diperoleh nilai alpha cronbach sebesar 0,763 dengan jumlah pernyataan 4 item. Nilai  $r_{\text{tabel}}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden  $n = 100$  adalah 0,195. Dengan demikian nilai alpha cronbach  $0,763 > 0,195$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel.

## D. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

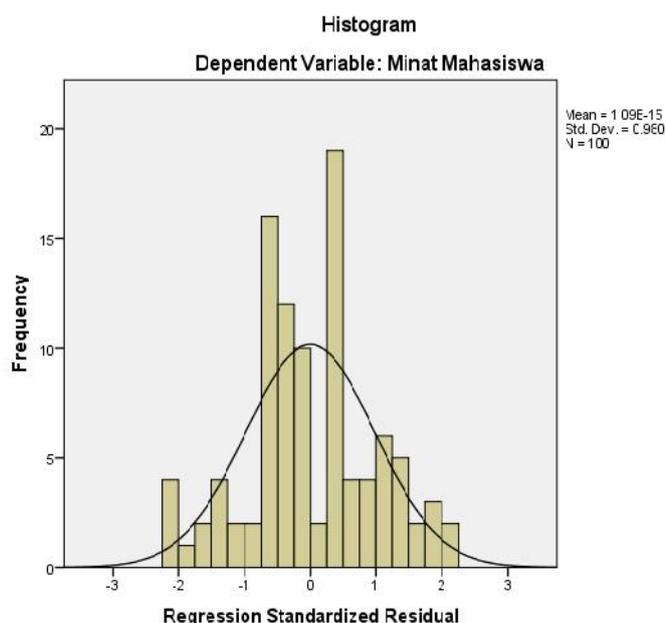
### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji analisis data, artinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Model regresi yang baik adalah yang memiliki data normal atau mendekati normal. Normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi normal atau tidak.

#### 1) Uji Normalitas Pendekatan Histogram

Pada pendekatan histogram, dikatakan variabel berdistribusi normal jika berbentuk pola lonceng dengan tidak miring kekiri atau kekanan.



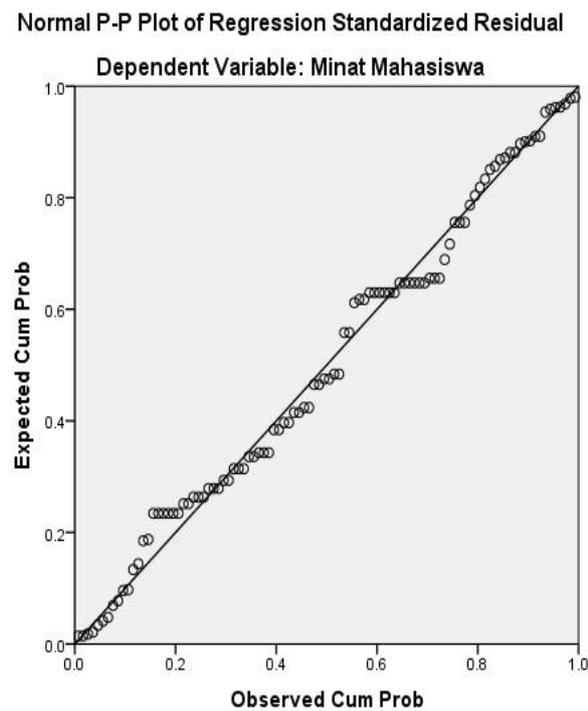
**Gambar 4.5**

#### **Uji Normalitas Histogram**

Berdasarkan gambar histogram, dapat dilihat bahwa kurva minat mahasiswa pada Bank Syariah Mandiri memiliki kemiringan yang cenderung seimbang dari sisi kanan dan kiri dan membentuk pola lonceng, sehingga penyebaran datanya berdistribusi normal.

## 2) Uji Normalitas Pendekatan Grafik Norma Probability Plot

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika titik-titik semakin mendekati. Sebaliknya, jika titik-titik menjauhi garis diagonal maka data tersebut tidak berdistribusi normal



**Gambar 4.6**

### Uji Normalitas Probability Plot

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas karena model penelitian ini berdistribusi normal.

## 3) Uji Normalitas Pendekatan Statistik Kolmogrov-Smirnov

**Tabel 4.11**  
**Normalitas Kolmogrov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.43034727
	Absolute	.080
Most Extreme Differences	Positive	.071
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.797
Asymp. Sig. (2-tailed)		.549

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan  $> 0,05$  maka distribusi datanya dapat dikatakan normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi yang dihasilkan  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi dengan normal. Pada output data diatas terlihat bahwa uji normalitas menunjukkan level signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  ( $\alpha = 0,05$ ) yaitu  $0,549 > 0,05$  yang berarti bahwa data terdistribusi dengan normal.

## b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dengan SPSS ditunjukkan lewat tabel *cofficient*, yaitu pada kolom *tolerance* dan kolom VIF (*Variance Inflated Factors*). *Tolerance* adalah indikator seberapa banyak variabilitas sebuah variabel bebas tidak bisa dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Antara variabel

bebas dikatakan tidak terjadi korelasi jika nilai *tolerance* lebih dari 10% dan memiliki nilai VIF kurang dari 10.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)	7.570	.854		8.860	.000			
Lokasi	-.332	.041	-.540	-8.016	.000	.678	1.474	
1 Fasilitas Pelayanan	.352	.039	.625	9.024	.000	.641	1.561	
Promosi	.071	.033	.126	2.179	.032	.925	1.081	
Religiusitas	.367	.040	.515	9.120	.000	.965	1.037	

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

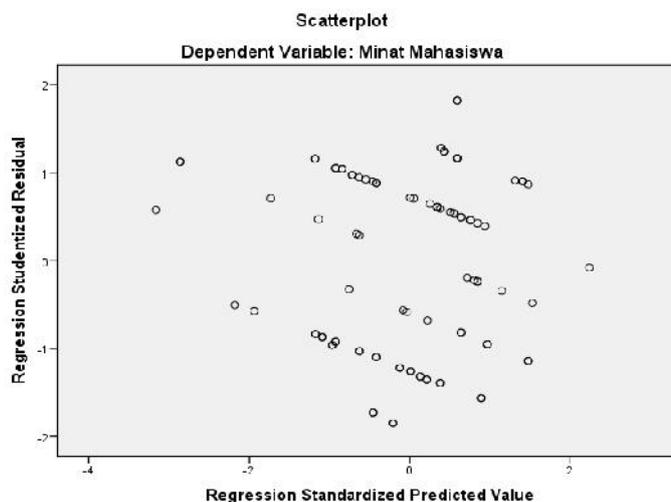
*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Berdasarkan tabel diatas nilai *tolerance* semua variabel bebas (Lokasi: 0,678, Fasilitas Pelayanan: 0,641, Promosi: 0,925, Religiusitas: 0,965) lebih besar dari nilai batas yang ditentukan yaitu sebesar 0,10. Untuk nilai VIF terlihat bahwa semua variabel bebas (Lokasi: 1,474, Fasilitas Pelayanan: 1,561, Promosi: 1,081, Religiusitas: 1,037) terlihat bahwa semua variabel bebas memiliki nilai VIF yang kurang dari 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolienaritas antar variabel dalam penelitian ini.

#### c) Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah suatu keadaan di mana varian dari kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas, dimana uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau satu pengamatan lain.

## 1) Uji Heterokedastisitas Pendekatan Scatterplot



**Gambar 4.7**  
**Uji Heterokedtisisitas Scatterplot**

Dari hasil uji diatas grafik scatterplot yang disajikan pada gambar, dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar dengan keadaan kurang baik dengan posisi dibawah angka nol pada sumbu Y. hal ini disimpulkan tidak terjadi heterokesditisitas pada model regresi.

## 2) Uji Heterokedastisitas Pendekatan Statistik Glejser

**Tabel 4.13**  
**Heterokedastisitas Statistik Glejser**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.874	.493		1.772	.080
1 Lokasi	.005	.024	.027	.222	.825
Fasilitas Pelayanan	-.032	.023	-.181	-1.433	.155
Promosi	-.008	.019	-.046	-.442	.660
Religiusitas	.004	.023	.018	.173	.863

a. Dependent Variable: RESUC

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Pada output data diatas terlihat bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel menunjukkan level sig  $> \alpha$ , yaitu Lokasi  $0,825 > 0,05$ , Fasilitas Pelayanan  $0,155 > 0,05$ , Promosi  $0,660 > 0,05$ , Religiusitas  $0,863 > 0,05$ . Sehingga penelitian ini bebas dari heterokesdatisitas dan layak untuk diteliti.

#### d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan periode t dengan kesalahan t-1. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan problema korelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk menguji autokorelasi ini dideteksi dengan melihat nilai Durbin-Watson (DW) pada hasil regresi. Adapun kriteria penilaiannya yaitu:

**Tabel. 4.14**  
**Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.841 <sup>a</sup>	.708	.696	.43931	1.571

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Promosi, Lokasi, Fasilitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Pada hasil estimasi diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,571. Sedangkan untuk nilai dL dan dU untuk tingkat signifikansi 5% dengan jumlah pengamatan 100 dan jumlah variabel bebbas (independen) sebanyak 4 variabel (K= 4), pada tabel D-W diperoleh nilai dL= 1,5922 dan nilai dU= 1,7582.

$4-dU= 4-1,7582= 2,2418$  dan  $4- dL= 4-1,5922= 2,4078$  Pada kriteria penilaian uji autokorelasi terletak pada kriteria antara nilai batas (dU) dan batas bawah (dL) maka hasilnya dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi.

## 2. Uji Hipotesis

### a) Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan ke dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Uji statistik F juga dapat digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak.

Jika hasilnya signifikan, berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan) dengan melihat pada nilai sig (p-value) atau membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ .

**Tabel 4. 15**  
**Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	44.415	4	11.104	57.534	.000 <sup>b</sup>
	Residual	18.335	95	.193		
	Total	62.750	99			

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Promosi, Fasilitas Pelayanan, Lokasi

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Dari tabel anova diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.

Adapun cara lain melihat uji F ini dapat membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df1) dengan rumus  $df1 = k-1$ . Kemudian menentukan derajat bebas/ *degree of freedom* (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus  $df2 = n-k$ , dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam

penelitian ini nilai  $k = 5$  dan  $n = 10$ . Maka  $df_1$  dalam penelitian ini adalah  $df_1 = 5 - 1 = 4$  dan  $df_2 = 100 - 5 = 95$ , sehingga dengan melihat pada  $F_{tabel}$  caranya yaitu dengan  $df_1 = 4$  dan  $df_2 = 95$ , diperoleh nilai  $F_{tabel}$  yaitu sebesar 2,47. Selanjutnya membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dari tabel diatas diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 57,534. Sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $57,534 > 2,47$ ), artinya Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.

b) Uji Parsial (Uji-t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual atau satu-satu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji parsial dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan dari variabel penelitian yang ingin diuji pengaruhnya terhadap variabel Y secara terpisah atau individu dengan melihat pada nilai Sig (pvalue) atau membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

**Tabel 4.16**  
**Uji Parsial (Uji t)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	7.570	.854		8.860	.000			
	Lokasi	-.332	.041	-.540	-8.016	.000	-.225	-.635	-.445
	Fasilitas Pelayanan	.352	.039	.625	9.024	.000	.400	.679	.500
	Promosi	.071	.033	.126	2.179	.032	.199	.218	.121
	Religiusitas	.367	.040	.515	9.120	.000	.604	.683	.506

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa  
*Sumber: Pengolahan Data 2020*

1) Variabel Lokasi ( $X_1$ )

Hasil pengujian diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk Lokasi adalah -8,016 dan probabilitas 0,000. Dalam pengujian hipotesis model regresi, derajat kebebasan (dk) ditentukan dengan rumus  $dk/df = n-k$  dimana  $n$  sebagai jumlah observasi dan  $k$  adalah jumlah variabel. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  untuk jumlah observasi 100 dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) =  $100-5 = 95$  diperoleh 0,667. Sehingga diperoleh  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-8,016 < 0,667$ ) dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% atau  $0,000 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Lokasi tidak signifikan mempengaruhi Minat Mahasiswa dengan  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

2) Variabel Fasilitas Pelayanan ( $X_2$ )

Hasil pengujian diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk Fasilitas Pelayanan adalah 9,024 dan probabilitas 0,000. Dalam pengujian hipotesis model regresi, derajat kebebasan (dk) ditentukan dengan rumus  $dk/df = n-k$  dimana  $n$  sebagai jumlah observasi dan  $k$  adalah jumlah variabel. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  untuk jumlah observasi 100 dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) =  $100-5 = 95$  diperoleh 0,667. Sehingga diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,024 > 0,667$ ) dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% atau  $0,000 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Fasilitas Pelayanan signifikan mempengaruhi Minat Mahasiswa dengan  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

3) Variabel Promosi ( $X_3$ )

Hasil pengujian diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk Promosi adalah 2,179 dan probabilitas 0,032. Dalam pengujian hipotesis model regresi, derajat kebebasan (dk) ditentukan dengan rumus  $dk/df = n-k$  dimana  $n$  sebagai jumlah observasi dan  $k$  adalah jumlah variabel. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  untuk jumlah observasi 100 dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) =  $100-5 = 95$  diperoleh

0,667. Sehingga diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,179 > 0,667$ ) dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% atau  $0,032 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Promosi signifikan mempengaruhi Minat Mahasiswa dengan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

4) Variabel Religiusitas ( $X_4$ )

Hasil pengujian diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk Religiusitas adalah 9,120 dan probabilitas 0,000. Dalam pengujian hipotesis model regresi, derajat kebebasan ( $dk$ ) ditentukan dengan rumus  $dk/df = n-k$  dimana  $n$  sebagai jumlah observasi dan  $k$  adalah jumlah variabel. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  untuk jumlah observasi 100 dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $100-5 = 95$  diperoleh 0,667. Sehingga diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,120 > 0,667$ ) dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% atau  $0,000 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Religiusitas signifikan mempengaruhi Minat Mahasiswa dengan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

c) Uji Determinan ( $R^2$ )

Uji determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh terhadap variabel dependen dan seberapa besar pengaruhnya atau melihat pengaruh gabungan Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas mempengaruhi Minat Mahasiswa menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.

**Tabel 4.17**  
**Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.841 <sup>a</sup>	.708	.696	.43931	.708	57.534	4	95	.000

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Promosi, Lokasi, Fasilitas Pelayanan

Sumber: Pengolahan Data 2020

Pada tabel menunjukkan nilai R square = 0,708 atau ( $R^2 \times 100 = 0,708 \times 100 = 70,8\%$ ) ini menjelaskan bahwa variabel bebas yaitu Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas mempengaruhi Minat Mahasiswa menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Stabat sebesar 70,8%, sedangkan 29,2% lagi dipengaruhi variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) yang terdiri dari Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas terhadap variabel terikat (Y) yaitu minat mahasiswa. Nilai koefisien regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 4.18**  
**Uji Asumsi Klasik**

Model	Coefficients <sup>a</sup>							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	7.570	.854		8.860	.000			
1 Lokasi	-.332	.041	-.540	-8.016	.000	-.225	-.635	-.445
Fasilitas Pelayanan	.352	.039	.625	9.024	.000	.400	.679	.500
Promosi	.071	.033	.126	2.179	.032	.199	.218	.121
Religiusitas	.367	.040	.515	9.120	.000	.604	.683	.506

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

*Sumber: Pengolahan Data 2020*

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas, dapat dirumuskan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 7,570 - 0,332 X_1 + 0,352 X_2 + 0,071 X_3 + 0,367 X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan diantaranya sebagai berikut:

- a) Konstanta 7,570, artinya apabila variabel-variabel bebas (Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi, Religiusitas) tetap atau tidak dinaikkan maka minat mahasiswa menggunakan produk adalah 75,70%
- b) Koefisien regresi lokasi sebesar -0,332, ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap minat mahasiswa. Jika variabel Lokasi ditingkatkan sebesar nilai koefisiennya, maka Minat Mahasiswa akan menurun sebesar -33,2%.
- c) Koefisien regresi fasilitas pelayanan sebesar 0,352, ini menunjukkan bahwa variabel Fasilitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa. Jika variabel Fasilitas Pelayanan ditingkatkan sebesar nilai koefisiennya, maka Minat Mahasiswa akan meningkat sebesar 35,2%.
- d) Koefisien regresi Promosi sebesar 0,071, ini menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa. Jika variabel Promosi ditingkatkan sebesar nilai koefisiennya, maka Minat Mahasiswa akan meningkat sebesar 7,1%.
- e) Koefisien regresi Religiusitas sebesar 0,367, ini menunjukkan bahwa variabel Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa. Jika variabel Religiusitas ditingkatkan sebesar nilai koefisiennya, maka minat mahasiswa akan meningkat sebesar 36,7%.

## E. Pembahasan Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas terhadap Minat Mahasiswa menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.

### 1. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Mahasiswa

Berdasarkan analisis regresi berganda koefisien  $\beta_1 (X_1) = -0,332$ , menunjukkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap minat mahasiswa. Jika variabel Lokasi ditingkatkan sebesar nilai

koefisiennya, maka Minat Mahasiswa akan menurun sebesar -33,2% dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil pengujian diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk Lokasi adalah -8,016 dan probabilitas 0,000 sehingga diperoleh  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-8,106 < 0,667$ ) dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% atau  $0,000 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Lokasi tidak signifikan mempengaruhi Minat Mahasiswa dengan  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi, jadi lokasi adalah tempat dimana suatu jenis usaha akan dilaksanakan.<sup>6</sup> Lokasi adalah aspek penting dari strategi saluran. Lokasi yang bagus memudahkan akses ke tempat usaha untuk menarik banyak konsumen. Lokasi menjadi salah satu yang mempengaruhi minat, dikarenakan oleh kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan adanya pengatur ruangan, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah merasa nyaman.

Hasil penelitian menunjukkan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Kedekatan lokasi maupun kestrategisan tidak mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri. Karena dengan adanya kerjasama yang dilakukan sehingga transaksi yang dilakukan akan lebih mudah sehingga lokasi tidak menjadi pengaruh bagi mahasiswa.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karina Halimah Asmar (2019) tentang Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam menyatakan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk Lokasi adalah -0,303 dan probabilitas 0,763 sehingga diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $-0,303 > 1,986$ ) dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil

---

<sup>6</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), h. 163.

dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% atau  $0,763 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.<sup>7</sup>

## 2. Pengaruh Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Mahasiswa

Berdasarkan analisis regresi berganda koefisien  $\beta_2 (X_2) = 0,352$ , menunjukkan bahwa variabel Fasilitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa. Jika variabel Fasilitas Pelayanan ditingkatkan sebesar nilai koefisiennya, maka Minat Mahasiswa akan meningkat sebesar 35,2%.

Hasil pengujian diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk Fasilitas Pelayanan adalah 8,153 dan probabilitas 0,000 sehingga diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,024 > 0,667$ ) dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% atau  $0,000 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Fasilitas Pelayanan signifikan mempengaruhi Minat Mahasiswa dengan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Fasilitas Pelayanan adalah sarana dan prasarana yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain. Pelayanan adalah bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik pelayanan terhadap barang yang diproduksi atau jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat konsumen dengan demikian pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa.<sup>8</sup>

Hasil penelitian menunjukkan fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Hal ini menunjukkan semakin baik fasilitas pelayanan yang diberikan baik itu prasarana maupun sarana yang diberikan maka minat mahasiswa semakin tinggi artinya dengan fasilitas

---

<sup>7</sup>Halimah Asmar, “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam”, (Skripsi, UIN Sumatera Utara: 2019), h. 90.

<sup>8</sup>Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), h. 6.

pelayanan yang lengkap maka mahasiswa akan memiliki produk yang ada pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Contohnya seperti penyediaan ATM lebih banyak dan lokasi ATM tersebut strategis.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Taslim (2018) tentang Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo menyatakan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk Pelayanan adalah 2,822 dan probabilitas 0,014, sehingga diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,822 > 1,671$ ) dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% atau  $0,014 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo.<sup>9</sup>

### 3. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Mahasiswa ( $X_3$ )

Berdasarkan analisis regresi berganda koefisien  $\beta_3$  ( $X_3$ ) = 0,071, menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa. Jika variabel Promosi ditingkatkan sebesar nilai koefisiennya, maka Minat Mahasiswa akan meningkat sebesar 7,1%.

Hasil pengujian diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk Religiusitas adalah 2,179 dan probabilitas 0,000 sehingga diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,179 > 0,667$ ) dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% atau  $0,032 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Religiusitas signifikan mempengaruhi Minat Mahasiswa dengan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Promosi adalah sebuah strategi yang baik dari variabel-variabel

---

<sup>9</sup>Taslim, "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo", (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2018), h.81.

periklanan, penjualan personal dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai program penjualan.<sup>10</sup>

Promosi memiliki peranan yang sangat penting untuk menyampaikan informasi mengenai Bank Syariah Mandiri sehingga minat mahasiswa menggunakan produk dapat bertambah apabila promosi yang dilakukan dapat terlaksana dengan baik. Strategi dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Stabat adalah dengan melakukan kerjasama dengan pihak kampus sehingga nantinya transaksi yang berkaitan dengan masalah perkuliahan menggunakan Bank Syariah Mandiri.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Imanuddin (2019) tentang Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Ponogoro Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah menyatakan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk Pelayanan adalah 3,650 dan probabilitas 0,000, sehingga diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,650 > 1,660$ ) dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% atau  $0,000 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.<sup>11</sup>

#### 4. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa ( $X_4$ )

Berdasarkan analisis regresi berganda koefisien  $\beta_4$  ( $X_4$ ) = 0,367, menunjukkan bahwa variabel Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa. Jika variabel Religiusitas ditingkatkan sebesar nilai koefisiennya, maka minat mahasiswa akan meningkat sebesar 36,7%.

Hasil pengujian diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk Religiusitas adalah 8,874 dan probabilitas 0,000 sehingga diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,120 > 0,667$ ) dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% atau  $0,000 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan

---

<sup>10</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 1996), h. 243.

<sup>11</sup> Imanuddin, "Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Ponogoro Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo), h. 113.

bahwa variabel Religiusitas signifikan mempengaruhi Minat Mahasiswa dengan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Religiusitas adalah sesuatu yang menitikberatkan pada masalah perilaku, sosial dan merupakan sebuah doktrin dari setiap agama atau golongan. Kerananya doktrin yang dimiliki oleh setiap agama wajib diikuti oleh setiap pengikutnya sehingga melahirkan melahirkan pilihan-pilihan dalam mengambil keputusan.<sup>12</sup> Apabila individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya.

Berdasarkan teori diatas dapat kita ambil kesimpulan bahwa semakin besar tingkat religiusitas seseorang maka dia akan berhati-hati dalam memilih segala sesuatu yang akan dia kerjakan sesuai dengan ajaran agama Islam. Sama halnya dengan minat menggunakan produk pada bank syariah, semakin besar tingkat religiusitas mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat, maka minat menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat akan semakin besar pula karena sistem perbankan yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

Religiusitas menandakan seberapa sering individu menjalankan syariat agama yang telah dianutnya. Hal ini berarti mahasiswa yang semakin sering menjalankan perintah-perintah agamanya maka semakin religius ataupun sebaliknya individu yang menjauhi larangan-larangan yang diajarkan oleh Islam maka dia tidak akan religius.

Tingkat religiusitas seseorang dapat meningkat apabila ada hal-hal yang dilakukan oleh bank syariah. Diantaranya bank dapat menyediakan Alquran sehingga nantinya nasabah yang menunggu lama dapat membaca Alquran, adanya gambar-gambar yang bersifat religius seperti foto maupun televisi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia Fuadah (2018) tentang Pengaruh Tingkat Religiusitas,

---

<sup>12</sup>Abdul Mu'in, "*Studi Analisis Religiusitas Mahasiswa FE UNY yang Menabung di Bank Syariah*", (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), h. 17.

Pengetahuan dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung) menyatakan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk Religiusitas adalah 2,940 dan probabilitas 0,005 sehingga diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,940 > 1,685$ ) dan juga dapat dilihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% atau  $0,000 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Religiusitas signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.<sup>13</sup>

#### 5. Pengaruh Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi, Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R square = 0,708 ini menjelaskan bahwa variabel bebas yaitu Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas mempengaruhi Minat Mahasiswa menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Stabat sebesar 70,8%, sedangkan 29,2% lagi dipengaruhi variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini.

Dari hasil pengujian diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai Sig  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), dan dari tabel diatas diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 57,534. Sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $57,534 > 2,47$ ), maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat.

Dari hasil pengujian diatas bahwa variabel lokasi, fasilitas pelayanan, promosi dan religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. Apabila faktor ini terlaksana atau dilakukan oleh bank dengan baik maka akan meningkatkan minat

---

<sup>13</sup>Amalia Fuadah, Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung), (Skripsi, IAIN Tulungagung, 2018), h, 80.

mahasiswa untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karina Halimah Asmar (2019) tentang Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam menyatakan nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai  $Sig < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), dan dari tabel diatas diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 14,880. Sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $14,880 > 2,48$ ), artinya variabel Pelayanan, Promosi dan Lokasi secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat nasabah menabung pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman lubuk Pakam.<sup>14</sup>

Dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Sutrisni (2016) tentang Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Salatiga menyatakan nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai  $Sig < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), dan dari tabel diatas diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 14,880. Sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $227,197 > 2,48$ ), artinya variabel Kualitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat mahasiswa menabung di perbankan syariah (Studi kasus Mahasiswa IAIN Salatiga).<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Halimah Asmar, “*Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam*”, (Skripsi, UIN Sumatera Utara: 2019), h. 91.

<sup>15</sup>Agus Sutrisni, “*Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Salatiga)*”, (Skripsi, IAIN Salatiga, 2016), h. 68.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas terhadap Minat Mahasiswa menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian untuk Lokasi secara parsial (Uji t) diperoleh  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-8,016 < 0,667$ ) dan nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Lokasi tidak signifikan mempengaruhi Minat Mahasiswa dengan  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.
2. Hasil pengujian untuk Fasilitas Pelayanan diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,024 > 0,667$ ) dan nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Fasilitas Pelayanan signifikan mempengaruhi Minat Mahasiswa dengan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Hasil pengujian untuk Promosi secara parsial (Uji t) diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,179 > 0,667$ ) dan nilai probabilitas  $0,032 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Religiusitas signifikan mempengaruhi Minat Mahasiswa dengan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
4. Hasil pengujian untuk Religiusitas secara parsial (Uji t) diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,120 > 0,667$ ) dan nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Religiusitas signifikan mempengaruhi Minat Mahasiswa dengan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
5. Dari hasil pengujian secara simultan (Uji F) diperoleh nilai probabilitas sebesar  $0,000$ . ( $0,000 < 0,05$ ), dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $57,534 > 2,47$ ), artinya variabel Lokasi, Fasilitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan, peneliti menyadari masih banyak kekurangan di dalamnya, untuk itu peneliti memberikan beberapa saran untuk bahan pertimbangan sebagai penyempurnaan penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa antara lain:

### **1. Bagi Bank Syariah Mandiri KCP Stabat**

Penulis menyarankan agar Bank Syariah Mandiri mengetahui dan memperhatikan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa agar dapat meningkatkan minat mahasiswa menggunakan produk pada Bank Syariah Mandiri.

### **2. Bagi Akademisi**

Penulis menyarankan agar dapat lebih mengkaji dan mempelajari serta mengembangkan faktor-faktor yang ada di kalangan mahasiswa berkenaan dengan penggunaan produk bank syariah.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar mencoba variabel-variabel lainnya diluar dari variabel peneliti dan untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas maka perlu juga memperluas jangkauan dan juga jumlah subyek yang dijadikan sampel penelitian. Begitu pula area penyebarannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriadi, M. Khariska. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah: Studi Masyarakat Komplek Perumahan Perundam Kel. Kandang Mas Kec. Kampung Melayu Kota Bengkulu*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu, 2016.
- Asmar Halimah. *Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam*, Skripsi, UIN Sumatera Utara: 2019.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Press, 2011.
- Bi Rahmani, Bi Ahmadi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016.
- Burhan, M. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2015.
- Darsono (ed). *Perbankan Syariah di Indonesia: Kelembagaan dan Kebijakan serta Tantangan ke Depan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Alquran dan Terjemahan*, Bandung: CV Diponegoro, 2000.
- Ferdinand, Augusty. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002.
- Fuadah, Amalia. *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung)*, Skripsi, IAIN Tulungagung, 2018.

- Ghufron, M. Nur, dan Rini Risnawita S. *Teori-Teori Psikologi*, Yogyakarta: Ar-Ruzzz Media, 2014.
- Hasan, Nurul Ichsan. *Perbankan Syariah: Sebuah Pengantar*, Jakarta: Referensi GP Press Group, 2014.
- <http://www.stajim.ac.id>. Diunduh pada tanggal 9 Maret 2020. Pukul 9.00 WIB.
- <http://www.mandirisyariah.co.id>. Diunduh pada tanggal 5 Maret 2020. Pukul 9.00 WIB.
- Imanuddin. *Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2016.
- Ismail. *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Iqbal Zamie (ed). *Pengantar Keuangan Islam: Teori dan Praktik*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2008.
- Juliadi, Azhar. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Perpustakaan Media Perintis, 2013.
- Karim, Adiwarmanto A. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- . *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- . *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- Keller, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Terj, Hendra Teguh, Benyamin Molan dan Rony A. Rusli. Jilid II, Jakarta: Index Kelompok Gramedia, 2004.
- M. Moeliono, Anton. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1999.
- Mardani. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- . *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana, 2016.

- Mu'in, Abdul. *Studi Analisis Religiusitas Mahasiswa FE UNY yang Menabung di Bank Syariah*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016.
- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Poerwadaminta, W.J.S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Yogyakarta: U.P. Indonesia, 2005.
- Risnawita, Ghufron. *Teori-Teori Psikologi*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010.
- Shaleh, Abdul Rachman (ed). *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Nedia, 2004.
- Sinungan, Moch Darsyah. *Manajemen Dana Bank*, Jakarta: Rineka Cipta, 1990.
- Siswoyo, Dwi. *Ilmu Pendidikan*, Yogyakarta: UNY Press, 2007.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- . *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Sutrisno, Agus. *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Promosi dan Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Salatiga)*. Skripsi: IAIN Salatiga, 2016.
- Tarigan, Azhari Akmal. *Ekonomi & Bank Syariah pada Millenium Ketiga*, Medan: IAIN Press Anggota IKAPI, 2002.
- Tarigan, Azhari Akmal. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi: Tela'ah atas Simpul-Simpul Ekonomi dan Bisnis dalam Alquran*, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016.
- Taslim, "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo", Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2018.
- Tjiptono, Fandi. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Tjiptono, Fandi. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Umam, Khotibul. *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, 2016.
- Usman, Rachmadi. *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1. Angket Penelitian

#### ANGKET PENELITIAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU yang sedang melaksanakan tugas skripsi mengenai ***Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat (Studi Kasus Mahasiswa STAI Jam'iyah Mauhmudiyah Tanjung Pura Langkat)***.

Dalam rangka mengumpulkan data, saya memohon kesediaan Anda meluangkan waktu untuk menjawab kuesioner ini. Data ini sangat tergantung jawaban Anda **yang sejujurnya dan sesuai dengan diri Anda**. Bantuan Anda sangat berharga bagi penelitian yang sedang dilakukan.

Atas bantuan dan kerjasama yang Anda berikan, saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Hormat saya,



Siti Mardiah

#### PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

Berikut ini terdapat sejumlah pernyataan. Silahkan baca dan fahami dengan baik setiap pernyataan tersebut. Anda diminta untuk mengemukakan **apakah pernyataan-pernyataan tersebut sesuai dengan diri Anda**, dengan cara memberi tanda centang (  ) dalam kotak di depan salah satu pilihan jawaban yang tersedia, yaitu:

<b>SS</b>	Sangat Setuju
<b>S</b>	Setuju
<b>KS</b>	Kurang Setuju
<b>TS</b>	Tidak Setuju
<b>STS</b>	Sangat Tidak Setuju

Setiap orang mempunyai jawaban yang berbeda dan **tidak ada jawaban yang dianggap salah**, karena itu pilihlah jawaban yang **paling sesuai dengan diri Anda**.

#### **DATA DIRI RESPONDEN**

1. Nama :
2. Jurusan/ Prodi :
3. Semester :

Bersedia menjadi responden dalam penelitian ini dengan jujur.

*Terima Kasih. Selamat Mengerjakan.*

#### **Variabel Lokasi (X<sub>1</sub>)**

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Pertimbangan</b>				
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Lokasi Bank Syariah Mandiri KCP Stabat dekat dari kota					
2	Lokasi Bank Syariah Mandiri KCP Stabat mudah dijangkau sarana transportasi					
3	Bank Syariah Mandiri KCP Stabat dekat dengan kampus dan tempat tinggal					

**Variabel Fasilitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

No	Pernyataan	Pertimbangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Bank Syariah Mandiri KCP Stabat sudah memiliki sarana yang lengkap					
2	Bank Syariah Mandiri KCP Stabat sudah memiliki prasarana yang memadai					
3	ATM Bank Syariah Mandiri KCP Stabat mudah ditemui					
4	Bank Syariah Mandiri KCP Stabat memiliki kantor yang nyaman					

**Variabel Promosi (X<sub>3</sub>)**

No	Pernyataan	Pertimbangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Bank Syariah Mandiri KCP Stabat menggunakan media cetak untuk mempromosikan produknya					
2	Bank Syariah Mandiri KCP Stabat memperkenalkan produknya secara interaksi langsung					
3	Bank Syariah Mandiri KCP Stabat mempromosikan produknya dengan cara kerjasama dengan pihak kampus STAI Jam'iyah Mahmudiyah					
4	Bank Syariah Mandiri KCP Stabat melakukan komunikasi secara menyeluruh kepada mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah					

**Variabel Religiusitas (X<sub>4</sub>)**

No	Pernyataan	Pertimbangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui prinsip-prinsip dan akad-akad dalam bank syariah					
2	Saya menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Stabat karena sesuai dengan syariat Islam					
3	Saya selalu menerapkan memilih produk yang halal					

**Variabel Minat Mahasiswa (Y)**

No	Pernyataan	Pertimbangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya tertarik menggunakan produk yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri KCP Stabat					
2	Saya merasa senang menggunakan produk Bank Syariah Mandiri KCP Stabat					
3	Saya mereferensi produk Bank Syariah Mandiri KCP Stabat kepada teman-teman dan kerabat dekat saya					
4	Saya selalu mencari informasi mengenai produk yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri KCP Stabat					

**Lampiran 2. Hasil Skor Kuesioner**

NO	Minat Mahasiswa					Lokasi				Fasilitas Pelayanan					Promosi					Religiusitas			
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y	X1.1	X1.2	X1.3	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4
1	3	3	4	4	14	5	5	3	13	4	4	4	3	15	5	4	5	4	18	4	5	5	14
2	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	4	5	13
3	4	4	4	4	16	4	4	2	10	4	4	2	4	14	5	3	5	3	16	3	5	5	13
4	3	3	3	4	13	4	4	3	11	4	4	2	4	14	4	3	5	3	15	3	4	4	11
5	4	4	3	3	14	5	5	3	13	4	4	3	4	15	4	4	5	4	17	4	5	5	14
6	4	4	3	4	15	4	4	3	11	4	4	3	4	15	4	4	5	4	17	5	5	5	15
7	4	4	4	3	15	4	4	2	10	4	4	2	4	14	4	3	4	3	14	3	3	5	11
8	4	4	4	4	16	5	5	3	13	4	4	3	4	15	4	4	5	3	16	5	5	5	15
9	4	4	4	4	16	5	5	4	14	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	5	5	14
10	4	4	4	4	16	4	4	2	10	4	4	4	3	15	5	4	5	4	18	4	4	4	12
11	4	4	4	4	16	4	4	2	10	4	4	2	4	14	5	4	5	4	18	3	5	5	13
12	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	3	4	15	4	3	5	3	15	4	5	5	14
13	4	3	3	4	14	5	5	2	12	4	4	2	4	14	4	4	1	3	12	4	3	4	11
14	4	4	4	4	16	4	4	2	10	3	4	5	4	16	3	3	5	5	16	4	4	4	12
15	4	4	4	4	16	5	5	3	13	5	5	3	5	18	5	3	5	3	16	4	4	5	13
16	4	4	3	3	14	5	5	3	13	4	4	4	4	16	4	3	5	3	15	4	4	5	13
17	4	4	3	4	15	5	5	3	13	4	4	4	4	16	4	3	5	4	16	3	4	5	12
18	4	4	4	3	15	4	4	3	11	4	4	3	4	15	5	4	5	4	18	4	5	5	14
19	4	4	4	4	16	5	5	4	14	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	4	5	5	14
20	4	3	4	4	15	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	3	5	3	15	5	4	5	14
21	4	4	4	4	16	4	5	2	11	4	3	3	5	15	5	3	5	3	16	4	5	5	14

22	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	3	4	15	5	3	5	3	16	4	5	5	14
23	4	4	3	4	15	5	5	3	13	5	4	4	5	18	4	3	5	3	15	4	5	5	14
24	4	4	4	4	16	5	5	4	14	5	5	4	5	19	4	4	5	4	17	3	5	5	13
25	4	4	3	4	15	5	5	3	13	5	5	3	5	18	5	4	5	4	18	3	5	5	13
26	3	3	3	4	13	5	5	3	13	3	3	2	4	12	4	4	5	3	16	3	5	5	13
27	4	4	3	4	15	5	4	3	12	4	4	3	5	16	4	4	5	4	17	4	5	5	14
28	4	4	3	4	15	5	5	2	12	4	3	2	4	13	5	3	5	3	16	4	5	5	14
29	4	4	4	4	16	4	4	2	10	3	4	5	4	16	4	4	5	5	18	4	4	4	12
30	4	4	4	4	16	4	4	2	10	4	4	2	4	14	4	4	5	4	17	4	5	5	14
31	4	4	4	4	16	5	5	3	13	5	5	3	5	18	5	4	5	4	18	3	5	5	13
32	4	4	3	4	15	5	5	2	12	4	4	2	4	14	4	4	5	4	17	3	5	5	13
33	4	4	4	4	16	4	4	1	9	5	4	2	5	16	4	4	5	4	17	4	5	5	14
34	4	4	4	4	16	5	5	2	12	4	4	5	4	17	4	3	5	3	15	4	5	5	14
35	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	3	4	15	4	5	5	4	18	4	5	5	14
36	4	3	4	4	15	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	5	13
37	4	4	3	4	15	5	5	2	12	5	5	2	5	17	5	3	5	3	16	3	5	5	13
38	3	4	4	4	15	4	4	2	10	4	4	2	4	14	4	3	5	3	15	5	4	5	14
39	4	4	4	4	16	5	5	3	13	5	5	3	5	18	5	3	5	3	16	4	5	5	14
40	3	4	4	4	15	4	4	3	11	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	3	4	5	12
41	4	4	4	4	16	5	5	2	12	5	5	2	5	17	5	3	5	3	16	5	4	5	14
42	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	3	5	4	16	4	5	5	14
43	4	5	3	4	16	4	4	3	11	4	4	3	5	16	5	3	5	3	16	4	5	5	14
44	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	5	14
45	4	4	3	4	15	5	5	4	14	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	5	13
46	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	3	4	15	5	4	5	5	19	4	5	5	14

47	3	4	4	4	15	4	5	2	11	4	4	3	4	15	5	4	5	4	18	3	5	5	13
48	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	3	5	5	13
49	3	4	3	4	14	5	5	3	13	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	3	4	4	11
50	4	3	4	4	15	4	4	2	10	4	4	2	4	14	4	3	4	3	14	4	5	5	14
51	4	3	4	4	15	4	4	2	10	4	4	2	4	14	4	3	4	3	14	5	4	5	14
52	3	4	3	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	3	3	4	10
53	4	4	4	4	16	4	4	2	10	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18	4	5	4	13
54	4	3	4	4	15	4	4	3	11	4	4	3	4	15	4	4	5	4	17	3	5	5	13
55	4	4	3	3	14	4	4	3	11	4	4	3	4	15	4	3	4	3	14	3	4	4	11
56	4	4	4	4	16	5	5	4	14	5	5	4	5	19	5	4	5	4	18	4	5	5	14
57	4	4	4	4	16	5	5	3	13	5	5	3	5	18	5	4	5	4	18	4	5	5	14
58	4	4	3	4	15	5	5	2	12	4	4	2	4	14	4	4	5	4	17	4	5	5	14
59	4	3	3	4	14	5	5	3	13	4	4	3	4	15	5	3	5	3	16	4	4	4	12
60	4	4	3	4	15	4	4	2	10	4	4	2	4	14	5	3	5	3	16	3	5	5	13
61	4	4	4	4	16	4	4	1	9	4	4	2	4	14	5	4	5	4	18	4	5	5	14
62	4	4	3	4	15	4	4	3	11	4	4	3	4	15	4	4	5	3	16	3	5	5	13
63	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	5	5	5	15
64	4	4	3	3	14	5	5	3	13	4	3	4	3	14	4	3	5	3	15	4	4	5	13
65	4	4	4	4	16	5	5	2	12	5	5	2	5	17	5	3	5	3	16	5	4	5	14
66	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	3	5	4	16	4	5	5	14
67	4	5	3	4	16	4	4	3	11	4	4	3	5	16	5	3	5	3	16	4	5	5	14
68	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	5	14
69	4	4	3	4	15	5	5	4	14	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	5	13
70	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	3	4	15	5	4	5	5	19	4	5	5	14
71	3	4	4	4	15	4	5	2	11	4	4	3	4	15	5	4	5	4	18	3	5	5	13

72	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	3	5	5	13
73	3	4	3	4	14	5	5	3	13	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	3	4	4	11
74	4	3	4	4	15	4	4	2	10	4	4	2	4	14	4	3	4	3	14	4	5	5	14
75	4	3	4	4	15	4	4	2	10	4	4	2	4	14	4	3	4	3	14	5	4	5	14
76	3	4	3	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	3	3	4	10
77	4	4	4	4	16	4	4	2	10	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18	4	5	4	13
78	4	3	4	4	15	4	4	3	11	4	4	3	4	15	4	4	5	4	17	3	5	5	13
79	4	4	3	3	14	4	4	3	11	4	4	3	4	15	4	3	4	3	14	3	4	4	11
80	4	4	4	4	16	5	5	4	14	5	5	4	5	19	5	4	5	4	18	4	5	5	14
81	4	4	4	4	16	5	5	3	13	5	5	3	5	18	5	4	5	4	18	4	5	5	14
82	4	4	3	4	15	5	5	2	12	4	4	2	4	14	4	4	5	4	17	4	5	5	14
83	4	3	3	4	14	5	5	3	13	4	4	3	4	15	5	3	5	3	16	4	4	4	12
84	4	4	3	4	15	4	4	2	10	4	4	2	4	14	5	3	5	3	16	3	5	5	13
85	4	4	4	4	16	4	4	1	9	4	4	2	4	14	5	4	5	4	18	4	5	5	14
86	4	4	3	4	15	4	4	3	11	4	4	3	4	15	4	4	5	3	16	3	5	5	13
87	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	5	5	5	15
88	4	4	3	3	14	5	5	3	13	4	3	4	3	14	4	3	5	3	15	4	4	5	13
89	4	4	4	4	16	5	5	2	12	5	5	2	5	17	5	3	5	3	16	5	4	5	14
90	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	3	5	4	16	4	5	5	14
91	4	5	3	4	16	4	4	3	11	4	4	3	5	16	5	3	5	3	16	4	5	5	14
92	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	5	14
93	4	4	3	4	15	5	5	4	14	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	5	13
94	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	3	4	15	5	4	5	5	19	4	5	5	14
95	3	4	4	4	15	4	5	2	11	4	4	3	4	15	5	4	5	4	18	3	5	5	13
96	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	3	5	5	13

97	3	4	3	4	14	5	5	3	13	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	3	4	4	11
98	4	3	4	4	15	4	4	2	10	4	4	2	4	14	4	3	4	3	14	4	5	5	14
99	4	3	4	4	15	4	4	2	10	4	4	2	4	14	4	3	4	3	14	5	4	5	14
100	3	4	3	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	3	3	4	10

### Lampiran 3. Hasil Uji Data

#### Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	28	28.0	28.0	28.0
Valid Perempuan	72	72.0	72.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
AS	20	20.0	20.0	20.0
MPI	25	25.0	25.0	45.0
Valid PAI	40	40.0	40.0	85.0
PS	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### Deskripsi Responden Berdasarkan Semester

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
II	2	2.0	2.0	2.0
IV	5	5.0	5.0	7.0
VI	28	28.0	28.0	35.0
Valid VIII	65	65.0	65.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Validitas Variabel Minat Mahasiswa (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	26.6700	2.062	.305	.610
Y.2	26.6300	2.134	.374	.655
Y.3	26.8700	1.751	.428	.552
Y.4	26.5800	2.286	.212	.641
Minat Mahasiswa	15.2500	.634	1.000	.014

### Validitas Variabel Lokasi (X<sub>1</sub>)

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	18.8100	4.863	.742	.731
X1.2	18.7800	4.981	.668	.751
X1.3	20.4100	4.628	.463	.799
Lokasi	11.6000	1.677	1.000	.554

### Validitas Variabel Fasilitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	27.0800	6.478	.580	.672
X2.2	27.1200	6.349	.621	.660
X2.3	28.0700	5.965	.283	.747
X2.4	27.0700	6.571	.490	.686
Fasilitas Pelayanan	15.6200	1.996	1.000	.387

### Validitas Variabel Promosi (X<sub>3</sub>)

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	28.4300	6.470	.425	.741
X3.2	29.2900	6.147	.569	.709
X3.3	28.1300	6.276	.458	.732
X3.4	29.2300	5.876	.594	.695
Promosi	16.4400	1.966	1.000	.536

### Validitas Variabel Religiusitas (X<sub>4</sub>)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	22.6600	3.560	.431	.769
X4.2	21.8600	3.475	.540	.725
X4.3	21.6300	3.852	.678	.722
Religiusitas	13.2300	1.250	1.000	.432

### Reabilitas Variabel Minat Mahasiswa (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	5

### Reabilitas Variabel Lokasi (X<sub>1</sub>)

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	4

### Reabilitas Variabel Fasilitas Pelayanan ( $X_2$ )

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	4

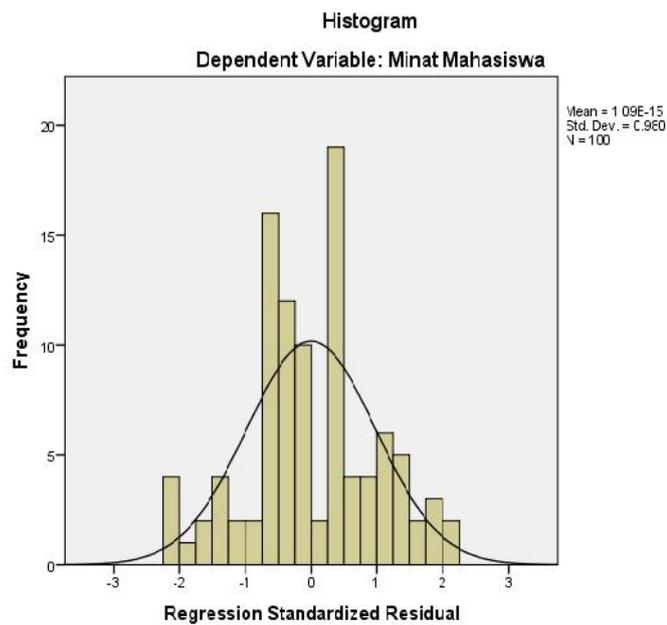
### Reabilitas Variabel Promosi ( $X_3$ )

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	5

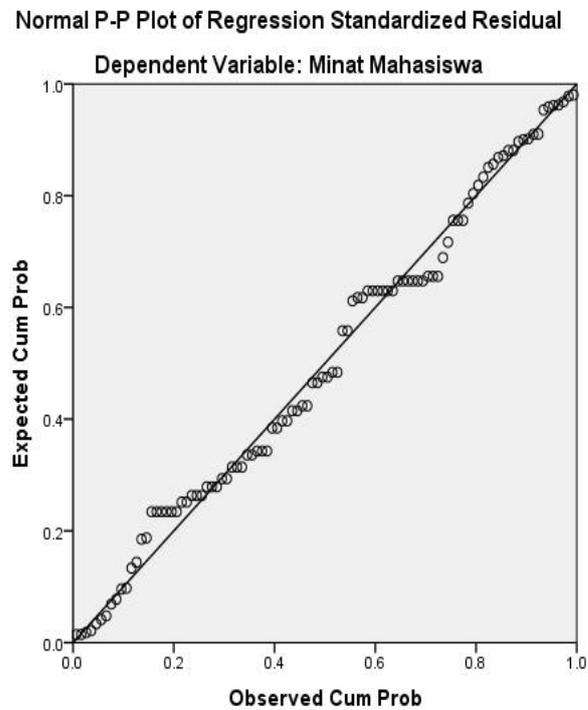
### Reabilitas Variabel Religiusitas ( $X_4$ )

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	4

### Uji Normalitas Histogram



## Uji Normalitas Probability Plot



## Normalitas Kolmogrov-Smirnov

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.43034727
	Absolute	.080
Most Extreme Differences	Positive	.071
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.797
Asymp. Sig. (2-tailed)		.549

a. Test distribution is Normal.

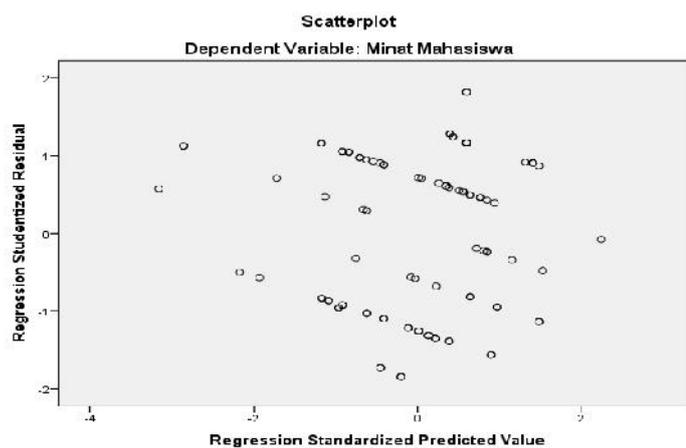
b. Calculated from data.

## Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.570	.854		8.860	.000	
	Lokasi	-.332	.041	-.540	-8.016	.000	.678
	Fasilitas Pelayanan	.352	.039	.625	9.024	.000	.641
	Promosi	.071	.033	.126	2.179	.032	.925
	Religiusitas	.367	.040	.515	9.120	.000	.965

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

## Uji Heterokedtistas Statistik Glejser



## Normalitas Kolmogrov-Smirnov

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.874	.493		1.772	.080
	Lokasi	.005	.024	.027	.222	.825
	Fasilitas Pelayanan	-.032	.023	-.181	-1.433	.155
	Promosi	-.008	.019	-.046	-.442	.660
	Religiusitas	.004	.023	.018	.173	.863

a. Dependent Variable: RESUC

## Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.841 <sup>a</sup>	.708	.696	.43931	1.571

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Promosi, Lokasi, Fasilitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

## Uji Simultan (Uji F)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44.415	4	11.104	57.534	.000 <sup>b</sup>
	Residual	18.335	95	.193		
	Total	62.750	99			

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Promosi, Fasilitas Pelayanan, Lokasi

## Uji Parsial (Uji t)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	7.570	.854		8.860	.000			
	Lokasi	-.332	.041	-.540	-8.016	.000	-.225	-.635	-.445
	Fasilitas Pelayanan	.352	.039	.625	9.024	.000	.400	.679	.500
	Promosi	.071	.033	.126	2.179	.032	.199	.218	.121
	Religiusitas	.367	.040	.515	9.120	.000	.604	.683	.506

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

## Uji Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.841 <sup>a</sup>	.708	.696	.43931	.708	57.534	4	95	.000

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Promosi, Lokasi, Fasilitas Pelayanan

## Uji Asumsi Klasik

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	
1	(Constant)	7.570	.854		8.860	.000			
	Lokasi	-.332	.041	-.540	-8.016	.000	-.225	-.635	-.445
	Fasilitas Pelayanan	.352	.039	.625	9.024	.000	.400	.679	.500
	Promosi	.071	.033	.126	2.179	.032	.199	.218	.121
	Religiusitas	.367	.040	.515	9.120	.000	.604	.683	.506

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa

#### **Lampiran 4. Pedoman Wawancara**

Untuk penulisan skripsi yang berjudul “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat (Studi Kasus Mahasiswa STAI Jam’iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat)*”

#### **Wawancara dengan Pihak Bank Syariah Mandiri KCP Stabat**

Daftar Pertanyaan:

1. Apakah pihak bank dengan kampus STAI Jam’iyah Mahmudiyah bekerjasama untuk mempermudah kegiatan mahasiswa?
2. Apa saja kerjasama yang dilakukan bank dengan pihak kampus terkait dengan kemudahan mahasiswa?
3. Jika iya apakah semua mahasiswa diwajibkan untuk menjadi nasabah BSM KCP Stabat?
4. Jika iya apakah ada mahasiswa yang tidak menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat?
5. Apakah pihak Bank Syariah Mandiri pernah melakukan sosialisasi secara langsung kepada mahasiswa STAI Jam’iyah Mahmudiyah?

#### **Wawancara dengan Pihak STAI Jam’iyah Mahmudiyah**

Daftar Pertanyaan:

1. Berapa banyak jumlah mahasiswa Stai Jam’iyah Mahmudiyah?
2. Apakah pihak kampus bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri KCP Stabat dalam hal pembayaran uang kuliah?
3. Selain dalam hal pembayaran uang kuliah kerjasama apa yang dilakukan pihak kampus dengan bank?
4. Apakah mahasiswa diwajibkan untuk membuka rekening tabungan pada Bank Syariah Mandiri?
5. Berapa banyak mahasiswa yang sudah membuka rekening tabungan di Bank Syariah KCP Stabat?

**Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara**



**Lampiran 6. Dokumentasi Pengisian Kuesioner**



## Lampiran 7. Surat Izin Riset



**mandiri**  
syariah

PT. Bank Syariah Mandiri  
Kantor Cabang Pembantu Stabat  
Jl. K. H. Zainul Arifin No. 17 A  
Stabat 20811 - Sumatera Utara  
Telp. (061) 8912631 - 8912632  
Fax (061) 89126330  
www.syariahmandiri.co.id

12 Desember 2019  
No. 21/555-3/087

Kepada.  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah  
Jl Willièm Iskandar Pasar V Medan Estate 20371  
Medan

U.p.: Yth. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

Perihal : **PERSETUJUAN RISET MAHASISWA UINSU DI BANK MANDIRI SYARIAH KCP STABAT**  
Ref : Surat No. B-4498/EB.IPP.00.9/11/2019 tanggal 29 November 2019 Perihal Mohon Izin Pra Riset

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak beserta seluruh staf senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat serta mendapat taufiq dan hidayah dari Allah SWT.

Sesuai dengan perihal diatas, dengan ini kami sampaikan persetujuan izin kegiatan Riset di PT Bank Mandiri Syariah KCP Stabat yang dapat dilaksanakan pada tanggal 12 Desember 2019 s.d selesai dengan data Mahasiswa sebagai berikut:

No	Nama Mahasiswa	Semester/Jurusan	NIM
1	Siti Mardiah	VII/Perbankan Syariah	503162117

Kami berharap pada saat kegiatan Penelitian Lapangan Mahasiswa yang bersangkutan dapat mengikuti ketentuan yang berlaku di PT Bank Mandiri Syariah KCP Stabat.

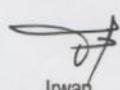
Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH MANDIRI  
KCP STABAT



Ifan Fetra  
Branch Manager



Irwan  
Branch Operation & Service Manager

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK  
INDONESIA**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA  
UTARA MEDAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Williem Iskandar Pasar V Medan Estate  
20371**

**Telp. (061) 6615683-6622925 Fax. 6615683**

Nomor : B-1241/EB I/PP. 00. 9/04/2020

21 April 2020

Lampiran : -

Hal : Izin Riset

**Yth. Bapak/Ibu Kepala STAI Jam'iyah Mahmudiyah  
Langkat**

*Assalamulaikum Wr. Wb.*

Dengan Hormat, diberitahukan bahwa untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah menyusun Skripsi (Karya Ilmiah), kami tugaskan mahasiswa:

Nama	: Siti Mardiah
NIM	: 0503162117
Tempat/Tanggal Lahir	: Lubuk Tapah, 16 Mei 1998
Program Studi	: Perbankan Syariah
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: lubuk tapah dusun VIII Besilam Kelurahan DESA BESILAM Kecamatan PADANG TUALANG

untuk hal dimaksud kami mohon memberikan Izin dan bantuannya terhadap pelaksanaan Riset di STAI Jam'iyah Mahmudiyah Langkat, guna memperoleh informasi/keterangan dan data-data yang berhubungan dengan Skripsi yang berjudul:

***Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat (Studi Kasus Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat)***

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Medan, 21 April 2020  
a.n. DEKAN  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan



*Digitally Signed*

**Dr. Muhammad Yafiz, M. Ag**  
NIP. 197604232003121002

**Tembusan:**

- Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan

---

*info : Silahkan scan QRCode diatas dan klik link yang muncul, untuk mengetahui keaslian surat*



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK  
INDONESIA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA  
UTARA MEDAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Williem Iskandar Pasar V Medan Estate  
20371**

**Telp. (061) 6615683-6622925 Fax. 6615683**

Nomor : B-1260/EB.I/KS.02/04/2020

26 April 2020

Lampiran : -

Hal : Izin Riset

**Yth. Bapak/Ibu Kepala Bank Syariah Mandiri KCP Stabat**

*Assalamulaikum Wr. Wb.*

Dengan Hormat, diberitahukan bahwa untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah menyusun Skripsi (Karya Ilmiah), kami tugaskan mahasiswa:

<b>Nama</b>	: Siti Mardiah
<b>NIM</b>	: 0503162117
<b>Tempat/Tanggal Lahir</b>	: Lubuk Tapah, 16 Mei 1998
<b>Program Studi</b>	: Perbankan Syariah
<b>Semester</b>	: VIII (Delapan)
<b>Alamat</b>	: lubuk tapah dusun VIII Besilam Kelurahan DESA BESILAM Kecamatan PADANG TUALANG

untuk hal dimaksud kami mohon memberikan Izin dan bantuannya terhadap pelaksanaan Riset di Bank Syariah Mandiri KCP Stabat, guna memperoleh informasi/keterangan dan data-data yang berhubungan dengan Skripsi yang berjudul:

***Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat (Studi Kasus Mahasiswa STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat)***

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Medan, 26 April 2020  
a.n. DEKAN  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan



*Digitally Signed*

**Dr. Muhammad Yafiz, M. Ag**  
NIP. 197604232003121002

**Tembusan:**

- Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan

---

*info : Silahkan scan QRCode diatas dan klik link yang muncul, untuk mengetahui keaslian surat*

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : Siti Mardiah
2. NIM : 0503162117
3. Tempat/Tgl. Lahir : Lubuk Tapah, 16 Mei 1998
4. Pekerjaan : Mahasiswa
5. Alamat : Jl. Pancing Gang Murni No. 3

### **II. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. Tamatan Madrasah Ibtidaiyah Halimsyah Jati Sari Berijazah tahun 2010
2. Tamatan Madrasah Tsanawiyah Negeri Stabat Berijazah tahun 2013
3. Tamatan Madrasah Aliyah Negeri 2 Tanjung Pura Berijazah tahun 2016
4. Tamatan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Berijazah tahun 2020