

**PENGARUH PERSEPSI, PROMOSI, BAGI HASIL, LOKASI, DAN
MOTIVASI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH PERBANKAN
SYARIAH
(Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.)

OLEH :

Dona Dwi Saputri
NIM 1611140008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUSI AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2020 M / 1441 H**

MOTTO

- *Ya Tuhan-Ku, berikanlah kepadaku ilmu dan masukkanlah aku ke dalam golongan orang-orang yang salah (Asy-Syu'ara : 83)*
- *Sesungguhnya bersama kesulitan dan ada kemudahan (Al-Insyarah : 6-9)*
- *Tidak ada kesuksesan melainkan dengan pertolongan Allah (Q.S Huud : 88)*
- *Jika orang lain bisa saya pun bisa*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- + Mamakku Neti Warni dan Bapakku Heri Yulispin dan Jhonia Darmansyah tercinta yang telah memberikan motivasi serta doa untukku*
- + Saudara-saudaraku tercinta dan tersayang (Rio Olga Yogantara, Zerli Oktarina, Reynal Pragesta) yng selalu membuat hari-hariku menjadi berwarna dan penuh canda tawa*
- + Keluarga besarku yang telah memberiku semangat dan nasihat*
- + Dosen pembimbing I Drs. M. Syakroni, M.Ag dan dosen pembimbing II Yetti Afrida Indra, M.Ak, CIQaR yang telah membimbing dan mengarahkanku*
- + Motivasiiku Pebri Ahmad Sadam yang tidak ada habisnya selalu memberiku semangat dan motivasi serta dukungan*
- + Sahabatku Arlika Wahyuni, Liza Fitriana, Anisa Tri Amanda, Juniarty, Meike Utami, M. Ari Pratama, Ahmad Khalid Prasetya, M. Azhari, Meggy Yuliansyah, dan Mas Hayyu Asri S.*
- + Teman-teman satu angkatan 2016 Perbankan Syariah kelas A*
- + Almamater yang telah menempahku*

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 22 April 2020 M
29 Sya'ban 1441 H

Mahasiswa yang menyatakan



Dona Dwi Saputri
NIM 1611140008

ABSTRAK

Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu) oleh Dona Dwi Saputri, NIM 1611140008.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi terhadap minat pegawai Kantor Urusan Agama menjadi nasabah perbankan syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai KUA di Kota Bengkulu. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Proportionate Stratified Random Sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 50 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda menggunakan program SPSS versi 16. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis, dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa persepsi mempengaruhi secara signifikan sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah, promosi mempengaruhi secara signifikan sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah, bagi hasil mempengaruhi secara signifikan sebesar $0,025 < \alpha = 0,05$ terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah, dan motivasi mempengaruhi secara signifikan sebesar $0,002 < \alpha = 0,05$ terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah dengan nilai $\text{sig } 0,862 > \alpha = 0,05$.

Kata kunci: Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, Motivasi dan Minat

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu yang telah mengizinkan saya menuntut ilmu di kampus hijau ini.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memotivasi dan memberikan arahan selama menuntut ilmu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah telah sabar dalam memberi pengarahan selama menuntut ilmu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Yosy Arisandy, MM selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah yang telah memberikan pengarahan, semangat dengan penuh keikhlasan.
5. Miti Yarmunida, M.Ag selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan semangat dengan penuh kesabaran selama menuntut ilmu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

6. Drs. M. Syakroni, M.Ag selaku pembimbing I dan Yetti Afrida Indra, M.Ak.,CIQaR selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
7. Kedua orang tuaku yang selalu mendo'akan kesuksesanku.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini ke depan.

Bengkulu, 22 April 2020 M
29 Sya'ban 1441 H

Dona Dwi Saputri
NIM 1611140008

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Penelitian Terdahulu	9

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori	20
1. Minat Menjadi Nasabah	20
2. Persepsi	24
3. Promosi	26
4. Bagi Hasil.....	30
5. Lokasi.....	34
6. Motivasi.....	36
7. Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah	38
B. Kerangka Berpikir	40
C. Hipotesis Penelitian.....	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	44
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	44
C. Populasi dan Sampel	45
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
E. Variabel dan Definisi Operasional.....	50
F. Instrumen Penelitian.....	51
G. Teknik Analisis Data.....	52
1. Uji Kualitas Data.....	52
a) Validitas	52
b) Reliabilitas.....	53

2. Uji Asumsi Klasik	53
a) Uji Normalitas	53
b) Uji Multikolinearitas	53
c) Uji Heterokedastisitas	54
3. Uji Hipotesis	54
a) Uji Parsial (Uji-t).....	54
b) Uji Simultan (Uji F)	55
c) Uji Determinan (R ²)	55
d) Analisis Regresi Berganda	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu	57
B. Karakteristik Responden	66
C. Hasil Penelitian	69
1. Pengujian Kualitas Data	69
a) Uji Validitas	69
b) Uji Relibilitas	70
2. Pengujian Asumsi Klasik	71
a) Uji Normalitas	71
b) Uji Multikolinearitas	73
c) Uji heteroskedastisitas.....	74
3. Pengujian hipotesis.....	75
a) Uji Parsial (Uji-t).....	75
b) Uji Simultan (Uji F)	80
c) Uji Determinan (R ²).....	81
d) Analisis Regresi Berganda	82
D. Pembahasan.....	84

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA93

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.: Perkembangan Bank Syariah	2
Tabel 1.2.: Perkembangan Bank Syariah Di Bengkulu.....	6
Tabel 3.1.: Jumlah dan Jabatan	45
Tabel 3.2.: Jumlah Populasi Berdasarkan Jabatan Pada KUA.....	47
Tabel 3.3.: Instrumen Penelitian	51
Tabel 4.1.: Data Pegawai KUA Kec. Ratu Samban Tahun 2019.....	59
Tabel 4.2.: Data Pegawai KUA Kec. Ratu Agung Tahun 2019.....	60
Tabel 4.3.: Data Pegawai KUA Kec. Teluk Segara Tahun 2019.....	61
Tabel 4.4.: Data Pegawai KUA Kec. Gading Cempaka Tahun 2019	63
Tabel 4.5.: Data Pegawai KUA Kec. Selebar Tahun 2019	65
Tabel 4.6.: Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 4.7.: Pendidikan Responden.....	67
Tabel 4.8.: Jabatan Responden.....	68
Tabel 4.9.: Usia Responden	68
Tabel 4.10.: Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 4.11.: Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.12.: Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirov</i>	73
Tabel 4.13.: Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.14.: Hasil Uji t.....	76
Tabel 4.15.: Hasil Uji F.....	80
Tabel 4.16.: Hasil Uji Determinan (R^2)	81
Tabel 4.16.: Hasil Uji Regresi Linear Berganda	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.: Kerangka Berpikir	40
Gambar 4.1.: Hasil Uji Normalitas	72
Gambar 4.2.: Hasil Uji Heteroskedastisitas	75

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Lembar ACC Judul
- Lampiran 3 : Daftar Hadir Seminar
- Lampiran 4 : Plagiarism Scan Report
- Lampiran 5 : Halaman Pengesahan Penunjuk Pembimbing
- Lampiran 6 : Surat Penunjuk Pembimbing
- Lampiran 7 : Halaman Pengesahan Pengajuan Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8 : Permohonan Izin Penelitian Ke Kesbangpol
- Lampiran 9 : Rekomendasi Penelitian Oleh Kesbangpol
- Lampiran 10 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 11 : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 12 : Surat Pernyataan Plagiasi
- Lampiran 13 : Lembar Bimbingan Skripsi, Pembimbing I dan Pembimbing II
- Lampiran 14 : Lembar Saran Penguji I dan Penguji II
- Lampiran 15 : Data Responden
- Lampiran 16 : Tabulasi Data
- Lampiran 17 : Hasil Olah Data SPSS
- Lampiran 18 : Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan Syariah secara yuridis memiliki landasan ideologi dan konstitusional, serta operasional yaitu Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari kebutuhan masyarakat yang menghendaki suatu sistem perbankan yang mampu menyediakan jasa keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Perkembangan sistem keuangan berdasarkan prinsip syariah sebenarnya telah dimulai sebelum pemerintah secara formal meletakkan dasar-dasar hukum operasionalnya. Namun demikian agar fungsi perbankan dapat berjalan optimal, maka diperlukan landasan hukum yang berlaku secara formal.¹ Dalam buku Basari Nainggolan mengatakan: “landasan ini tentunya bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam mendapatkan pelayanan yang sistematis, kenyamanan dalam bertransaksi, dan mendapat payung hukum yang jelas berdasarkan prinsip-prinsip syariah.”²

Namun, pada kenyataannya sebelum dan sesudah dikeluarkan Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, masih ada masyarakat yang mengatakan bahwa sistem perbankan syariah sama saja dengan sistem perbankan konvensional, hanya istilah saja yang berbeda. Ada yang

¹ Burhanuddin Susanto, *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: UUI Press, 2008), h. 35

² Basari Nainggolan, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Depok: Rajawali Pers, 2016), h.

berpendapat bahwa sama saja dalam proses dan pelaksanaannya dan sama juga dalam peraihan untung. Mereka berpendapat istilah margin yang dipakai bank syariah sama saja dengan bunga yang dipakai bank konvensional. Adanya pendapat masyarakat bahkan kalangan akademis sendiri berpendapat bahwa kata “syariah” pada bank syariah hanya pelabelan saja.³ Perkembangan bank syariah di Indonesia dari tahun 2016 – 2019 di uraikan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia

Indikator	2016	2017	2018	2019
Bank Umum Syariah				
- total Aset	254.184	288.027	316.691	311.401
- jumlah bank	13	13	14	14
- jumlah kantor	1.869	1.825	1.875	1.885
- ATM	3.127	2.585	2.791	2.787
- jumlah tenaga kerja	51.110	51.068	49.516	49.522
Unit Usaha Syariah				
- total aset	102.320	136.154	160.636	155.399
- jumlah bank konvensional yang memiliki UUS	21	21	20	20
- jumlah kantor UUS	332	344	354	375
- ATM	132	143	171	171
- jumlah tenaga kerja	4.487	4.678	4.955	4.938
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah				
- Jumlah bank	166	167	167	165
- Jumlah kantor	463	441	495	496
- Jumlah tenaga kerja	4.372	4.619	4.918	4.830

Sumber : Statistik Perbankan Syariah OJK, Desember 2019

Data di atas menunjukkan bahwa ada perkembangan dan pertumbuhan sektor perbankan syariah di Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa adanya keberhasilan bermuamalah dalam menerapkan prinsip-prinsip Islam. Namun, jika dibandingkan dengan bank konvensional total aset bank syariah masih terbilang

³ Basari Nainggolan, *Perbankan...*, h. 8

kecil, total aset bank umum konvensional dalam stastika Perbankan Indonesia OJK Januari 2019 sebesar 7.602.090 (miliar) sedangkan total aset bank umum syariah hanya sebesar 311.401 (miliar).

Direktur Bisnis SME dan Komersial BNI Syariah Dhias Widhiyati mengatakan, market share perbankan syariah yaitu 5,7% sedangkan *market share* perbankan konvensional 94,3%. Islamic *finance* di Indonesia memang saat ini di bawah perbankan konvensional,” ujar Dhias dalam seminar perilaku pasar keuangan syariah di Hotel Shangri-La, Jalan Jenderal Sudirman, Jakarta Pusat, Rabu, 26 September 2018 lansir *Medcom.id*.⁴

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah masih kurang dilihat dari pangsa pasar bank syariah. Padahal masyarakat muslim Indonesia merupakan masyarakat muslim terbesar di dunia, idealnya bank syariah mampu meraup pangsa pasar perbankan syariah lebih dari lima persen.

Abu Ahmadi mengatakan: “jika seseorang yang tertuju pada suatu obyek sebenarnya dimulai dengan adanya minat dalam hal tersebut”.⁵ Menurut Crow dan Crow dalam bukunya Djaali mengatakan bahwa: “minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri”.⁶ Dengan kata lain seseorang yang tidak berminat untuk menjadi nasabah Bank Syariah, dipastikan tidak akan mungkin menjadi nasabah Bank Syariah.

⁴ Mazaya, <https://jurnalislam.com/pangsa-pasar-bank-syariah-masih-jauh-dibawah-konvensional/>, diakses pada tanggal 10 April pukul 19.46

⁵ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), h. 151

⁶ Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 121

Menurut Crow dan Crow dalam bukunya Abdul Rahman Shaleh mengatakan: “ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu: 1) dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu; 2) motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu; 3) faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi”.⁷ Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah adalah persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi.

Penelitian tentang minat manabung di Bank Syariah sudah diteliti dari berbagai kalangan seperti mahasiswa, guru, dan masyarakat. Untuk itu peneliti ingin melakukan penelitian tentang minat menjadi nasabah di bank syariah pada pegawai Kantor Urusan Agama (KUA), karena pegawai KUA berpotensi untuk dijadikan pangsa pasar dari Bank Syariah.

Kantor Urusan Agama berkedudukan di wilayah dan bertanggung jawab kepada Kepala Kantor Kementerian Agama Kota Bengkulu yang dikoordinasi oleh Kepala Seksi Urusan Agama Islam. Tugas pokok KUA yaitu melakukan sebagian tugas Kantor Kementerian Agama Kota Bengkulu dibidang Urusan Agama Islam dalam wilayah Kecamatan (KMA, Nomor 517 tahun 2001 pasal 1 dan 2). Di Kota Bengkulu terdapat 9 (sembilan) Kantor Urusan Agama, yaitu KUA Muara Bangkahulu, KUA Selebar, KUA Sungai Serut, KUA Kampung Melayu, KUA Teluk Segara, KUA Ratu Agung, KUA Ratu Samban, KUA Singaran Pati dan KUA Gading Cempaka.

⁷ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 264

Hasil observasi awal yang dilakukan di KUA Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu yang berada di sekitar Bank BNI Syariah menunjukkan hasil yang mengejutkan, dari enam orang pegawai KUA yang ditemui di KUA hanya satu orang yang menjadi nasabah Bank Syariah sedangkan jumlah pegawai KUA Kec, Teluk Segara sebanyak dua belas orang. Beberapa alasan pegawai KUA tidak menggunakan jasa perbankan syariah diantaranya adalah mereka telah memiliki rekening di Bank Konvensional untuk penerimaan gaji jadi mereka tidak mau memiliki terlalu banyak rekening di Bank. Menurut mereka promosi Bank Syariah masih kurang sehingga mereka tidak mengetahui produk-produk Bank Syariah tersebut. Bahkan ada yang berpendapat bahwa Bank Syariah itu sama saja dengan Bank Konvensional, dan mereka tidak tahu perbedaan bagi hasil pada Bank Syariah dengan bunga pada Bank Konvensional.⁸ Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan pegawai KUA tentang produk Bank Syariah masih sangat minim, oleh karena mereka tidak mengetahui produk-produk Bank Syariah mereka tidak termotivasi untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa minat pegawai KUA menjadi nasabah perbankan syariah masih kurang.

Namun, pada observasi selanjutnya ternyata Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu telah memiliki rekening di Bank Syariah, hanya beberapa orang saja yang belum memiliki rekening di Bank Syariah.⁹ Karena mayoritas Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu telah menjadi nasabah perbankan

⁸ Nurwilasmi, Pegawai KUA Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu, wawancara pada tanggal 16 April 2019

⁹ Rudian, Pegawai KUA Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu, wawancara pada tanggal 6 Januari 2020

syariah maka lebih mudah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu untuk menjadi nasabah perbankan syariah agar bank syariah dapat bersaing dengan bank konvensional. Berdasarkan statistika perbankan syariah OJK Bank Syariah di Bengkulu dalam tiga tahun terakhir selalu mengalami kenaikan baik itu dari segi sebaran jaringan kantor, asset, pembiayaan dan dana pihak ketiga.

Tabel 1.2
Perkembangan Bank Syariah Di Bengkulu

Indikator	2016	2017	2018	Nov 2019
Bank Umum Syariah				
- Aset sebelum set off	1.045*	1.228*	1.435*	1.642*
- Pembiayaan	866*	987*	1.179*	1.378*
- Dana Pihak Ketiga	599*	693*	799*	870*
- Sebaran jaringan kantor				
Kantor Cabang	5	5	5	5
Kantor Cabang Pembantu	12	11	11	12
Kantor Kas	-	-	1	1
Unit Usaha Syariah				
- Aset sebelum set off	28*	31*	39*	49*
- Pembiayaan	28*	21*	18*	11*
- Dana Pihak Ketiga (DPK)	25*	28*	37*	47*
- Sebaran jaringan kantor				
Kantor Cabang	1	1	1	1
Kantor Cabang Pembantu	-	-	-	-
Kantor Kas	-	-	-	-
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah				
- Aset sebelum set off	135.868**	100.844**	176.717**	69.373**
- Pembiayaan	112.521**	147.028**	141.839**	57.766**
- Dana Pihak Ketiga	114.636**	153.676**	151.773**	51.556**
- Jumlah bank	2	3	3	2
Ket: *) Miliar Rp **) Juta Rp				

Sumber : Statistik Perbankan Syariah OJK 2016, 2017, 2018, November 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui Bank Syariah di Bengkulu setiap tahunnya mengalami peningkatan. Meskipun mengalami peningkatan tetapi bank syariah masih tertinggal dibandingkan dengan bank konvensional yang dilihat dari

dana pihak ketiga, berdasarkan Statistika Perbankan Indonesia DPK Bank Umum Konvensional Bengkulu pada November 2019 adalah Rp 13.864 miliar sedangkan DPK Bank Umum Syariah Bengkulu sebesar Rp 870 miliar. Bank Syariah harus mampu bersaing secara kompetitif dengan bank konvensional untuk mendapatkan perhatian calon nasabah agar berminat menjadi nasabah perbankan syariah. Untuk menarik perhatian calon nasabah, bank syariah harus mengetahui factor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah perbankan syariah

Dari permasalahan diatas minat menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan nasabah perbankan syariah. Karena orang yang tidak berminat menjadi nasabah perbankan syariah dipastikan tidak akan mungkin menjadi nasabah perbankan syariah. Penelitian ini dilakukan pada pegawai KUA Kota Bengkulu yang pastinya beragama islam yang dianggap dapat mempengaruhi masyarakat untuk menabung di Bank Syariah sehingga peneliti mengambil judul penelitian **“Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi berpengaruh secara parsial terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah?

2. Apakah persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah?
3. Seberapa besar pengaruh persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi secara parsial terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah.
2. Untuk menguji pengaruh persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi secara simultan terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah.
3. Untuk mengetahui besaran pengaruh persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini akan memberikan informasi tentang pengaruh persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah.

2. Kegunaan Praktis

a. Bank Syariah

Dapat berguna bagi Perbankan Syariah dalam meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah perbankan syariah dan acuan atau pertimbangan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah sehingga bank syariah dapat melakukan strategi promosi untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah perbankan syariah.

b. Pegawai KUA Kota Bengkulu

Pegawai KUA Kota Bengkulu dapat mengetahui produk-produk perbankan syariah sehingga pegawai KUA Kota Bengkulu dapat memilih produk bank syariah yang mereka butuhkan.

c. Akademik

Diharapkan memberikan khasanah perpustakaan dan tambahan referensi bagi pembaca.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Zainal Arifin dengan judul “Pengaruh Persepsi Dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Pegawai Kantor Urusan Agama Menjadi Nasabah Perbankan Syariah Di Sragen”. Penelitian ini menjelaskan seberapa besar pengaruh persepsi dan perilaku konsumen terhadap minat pegawai KUA menjadi nasabah perbankan syariah. Pemahaman masyarakat Sragen akan keunggulan bank syariah masih bisa dikategorikan rendah, yaitu dengan kurang ada dukungan masyarakat sekitar lokasi kantor cabang perbankan syariah untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah. Beberapa alasannya adalah bank secara umum (konvensional) sudah ada lebih dulu dan tidak

merugikan masyarakat, serta viturnya lebih lengkap. Perbankan syariah di kabupaten Sragen mengalami pertumbuhan dan perkembangan dilihat dari penghimpunan dana pihak ketiga dan jumlah nasabah bank syariah. Namun, perilaku masyarakat terutama pegawai KUA terhadap bank syariah terhitung masih sangat minim. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data yang terdiri dari dokumentasi, kuisisioner, dan studi pustaka. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi dan perilaku konsumen berpengaruh terhadap Minat Pegawai Kantor Urusan Agama Menjadi Nasabah Perbankan Syariah Di Sragen.¹⁰

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama meneliti tentang minat pegawai KUA. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dari segi tempat penelitian dan variabel penelitian, penulis meneliti di Kota Bengkulu pada pegawai KUA Kota Bengkulu sedangkan penelitian terdahulu meneliti di Kota Sragen dan variabel pada penelitian ini adalah persepsi, promosi, bagi hasil dan lokasi sedangkan penelitian terdahulu adalah variabel persepsi dan perilaku konsumen.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Triyono dengan judul “Pengaruh Persepsi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Guru Menjadi Nasabah Perbankan Syariah Di Sragen”. Masyarakat Sragen terutama Guru-guru hampir semuanya memiliki tabungan di bank, namun rata-rata rekening tabungan yang dimilikinya adalah bank konvensional, sehingga cukup sedikit yang memiliki tabungan di bank syariah. Pemahaman masyarakat Sragen akan keunggulan bank syariah

¹⁰ Zainal Arifin, “*Pengaruh Persepsi dan Perilaku Konsumen terhadap Minat Pegawai Kantor Urusan Agama Menjadi Nasabah Perbankan Syariah Di Sragen.*” Institut Agama Islam Negeri Surakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2017, h. 38

masih bisa dikategorikan rendah, yaitu dengan kurang ada dukungan masyarakat skitar lokasi kantor cabang perbankan syariah untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data terdiri dari dokumentasi, kuesioner, dan studi pustaka. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat guru menjadi nasabah bank syariah.¹¹

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada fokus penelitiannya, yaitu fokus penelitian tentang minat menjadi nasabah perbankan syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu subjek penelitiannya yaitu pada guru sedangkan pada penelitian ini pada pegawai KUA. Adapun perbedaan dalam segi tempat penelitian, metode pengumpulan data dan teknik pengambilan sampel.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Khanif Rahmanto dengan judul “Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sragen Kab. Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah”. Masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah saat ini market share bank syariah di Indonesia masih terbilang rendah, sekitar 5% dari total aset bank secara nasional. Fenomena tentang rendahnya minat menabung tersebut di bank syariah merupakan salah satu pokok permasalahan yang harus dipecahkan. Pasalnya jumlah nasabah bank syariah saat ini masih di bawah 10 juta orang, sehingga potensi peningkatan nasabah perbankan syariah masihlah sangat besar mengingat jumlah penduduk usia produktif Indonesia terus bertambah.

¹¹ Triyono, “*Pengaruh Persepsi dan Kepercayaan Terhadap Minat Guru Menjadi Nasabah Perbankan Syariah di Sragen.*” Institut Agama Islam Negeri Surakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2017, h. 34

Masyarakat Desa Sraten memiliki tingkat religiusitas yang tinggi karena lingkungannya mendukung seperti adanya pondok pesantren di lokasi tersebut. Sehingga dengan demikian minat masyarakat menabung di bank syariah juga semakin tinggi, karena masyarakat beragama Islam tentunya sudah mengetahui tentang prinsip-prinsip Islam salah satunya larangan riba. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode pengumpulan data yang terdiri dari kuesioner dan dokumentasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi religiusitas, kualitas pelayanan, dan promosi maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.¹²

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti minat dan variabel promosi. Perbedaannya yaitu pada tempat penelitian, subjek penelitian dan fokus penelitian. Penelitian ini meneliti pengaruh persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi dan motivasi terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah sedangkan penelitian terdahulu meneliti pengaruh tingkat religiusitas, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Gusmail Emmang dengan judul “Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Rappocini Kota

¹² Khanif Rahmanto, “*Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah.*” Institut Agama Islam Negeri Salatiga: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2016, h. 49

Makassar)”. Sesuai pemaparan dari OJK bahwa pada tahun 2015 jumlah nasabah bank syariah baru sekitar 15 juta sedangkan bank konvensional sekitar 80 juta atau baru sekitar 18,75% jumlah nasabah bank syariah dari total nasabah bank secara nasional. Selain itu market share bank syariah kembali turun dari 4,8% dari tahun 2014 menjadi 4,6% pada tahun 2015. Data ini menunjukkan bahwa minat masyarakat masih kurang untuk bertransaksi di bank syariah sehingga nasabah bank syariah masih rendah dan jauh tertinggal jika dibandingkan dengan bank konvensional. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data yang terdiri dari metode kuesioner, bacaan berupa buku-buku, majalah, literature, surat kabar dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, pelayanan, lokasi dan produk berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.¹³

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang minat. Perbedaannya yaitu pada tempat penelitian, subjek penelitian dan fokus penelitian. Penelitian terdahulu meneliti tentang faktor yang mempengaruhi kurangnya minat menabung di Bank Syariah.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Muhammad Abdallah Irsyad Lubis dengan judul “Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kalangan Siswa SMA Di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri)”.

¹³ Gusmail Emmang, “*Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)*.” Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2016, h. 48

Minat menabung siswa MAN Kota Medan masih rendah. Faktor reputasi, keyakinan dan lokasi bank mempengaruhi minat siswa MAN dalam memutuskan menabung pada bank syariah di Kota Medan. faktor keyakinan merupakan faktor dominan sebagai faktor pendorong untuk menabung, diikuti variabel reputasi bank dan lokasi (jarak). Kendala yang mempengaruhi minat siswa MAN dalam menabung pada bank syariah didominasi oleh lokasi bank syariah yang jauh dari rumah. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan terdiri dari metode kuesioner dan studi pustaka.¹⁴

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada fokus penelitian tentang minat. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada tempat penelitian, objek penelitian, dan fokus penelitian. Penelitian terdahulu fokus penelitian pada minat menabung di bank syariah, tempat penelitian di Kota Medan dan subjek penelitiannya yaitu siswa Madrasah Aliyan Negeri (MAN) Kota Medan. Sedangkan tempat penelitian Kota Bengkulu dan subjek penelitian yaitu Pegawai KUA Kota Bengkulu.

Penelitian keenam yang dilakukan oleh Vita Nurhayati dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Mikro Syari’ah”. Perkembangan lembaga keuangan yang semakin pesat menyebabkan terjadinya fenomena yang menjadi terbalik, jika dahulu nasabah yang mencaricari bank, maka sekarang banklah yang mencari nasabah. Sehingga bank dituntut harus bisa bersaing untuk

¹⁴ Muhammad Abdallah, dan Irsyad Lubis. “Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kalangan Siswa SMA Di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri),” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.3 No.7 (November 2015)

menawarkan produk dan jasa yang dimilikinya sesuai kebutuhan, dan harus merebut perhatian nasabah atau calon nasabah agar mereka tertarik dan minat dengan produk dan jasa yang telah ditawarkan oleh bank. Lembaga keuangan bank memiliki sistem dan prosedur yang baku, sehingga tidak mampu menjangkau masyarakat lapis bawah dan kelompok mikro. Dengan prosedur panjang dan rumit, pengusaha mikro dan sektor informal tidak dapat mengakses sumber pendanaan dari bank. Sehingga sektor yang dimiliki oleh sektor mikro tidak berkembang. Adapun jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa angket dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.¹⁵

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama meneliti tentang minat menjadi nasabah serta variabel lokasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dari segi tempat teknik pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode kuesioner dan dokumentasi dan juga pada minat menjadi nasabah lembaga keuangan syariah.

Penelitian ketujuh yang dilakukan oleh Anggie Nurmalasari dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Ponorogo Di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo”. Berdasarkan teori bahwa pengetahuan dan motivasi berpengaruh terhadap minat, sedangkan menurut uraian fakta dan hasil wawancara, walaupun

¹⁵ Vita Nurhayati, “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*.” Institut Agama Islam Negeri Salatiga: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam. 2016, h. 48

sudah mempunyai pengetahuan dan motivasi tetapi minatnya tetap rendah, meskipun motivasi mahasiswa terpenuhi untuk menabung di bank syariah tapi minatnya masih minim dan meskipun mempunyai pengetahuan tentang bank syariah tetapi belum berminat untuk menabung di Bank Syariah. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu kuisioner. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan motivasi berpengaruh terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Ponorogo Di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo.¹⁶

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama meneliti tentang minat dan variabel motivasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dari segi metode pengumpulan data, variabel yang diteliti dan tempat penelitian, penulis meneliti di Kota Bengkulu pada pegawai KUA Kota Bengkulu.

Penelitian kedelapan yang dilakukan oleh Karina Halimah Asmar “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, Dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam”. Dani sebagai Nasabah di PT. Bank BRI Syariah mengatakan bahwa promosi yang kurang dari bank syariah ini membuatnya tidak mengetahui dan kurang mempercayai bank tersebut untuk mewedahi segala kebutuhannya. Tanpa promosi yang baik sulit rasanya suatu bank mampu bersaing dengan bank lainnya dalam

¹⁶ Anggie Nurmalasari, “Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Ponorogo Di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo.” Institut Agama Islam Negeri Ponorogo: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2019, h. 54

menarik perhatian calon nasabah, karena nasabah akan memilih bank yang mampu mawadahi setiap kebutuhannya dengan produk-produk di bank tersebut. Efektifitas promosi sangat tergantung dari pemilihan bentuk promosi yang diperlukan terhadap produk yang dipasarkannya. Suatu jenis produk tertentu memerlukan bentuk promosi tertentu pula dan jenis promosi yang lain harus dipergunakan bentuk promosi yang lain pula. Dengan kata lain tidak semua bentuk promosi dapat cocok dan menjamin keberhasilan promosi tersebut apabila tidak sesuai dengan kondisi yang dimiliki oleh suatu produk. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan Kuantitatif. teknik pengumpulan data kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan dan bagi hasil berpengaruh terhadap minat nasabah menabung sedangkan lokasi dan promosi tidak berpengaruh.¹⁷

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama meneliti variabel promosi, lokasi, dan bagi hasil terhadap minat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dari segi metode pengumpulan data, variabel yang diteliti dan tempat penelitian. Penulis menggunakan metode pengumpulan data kuesioner dan dokumentasi sedangkan penelitian terdahulu menggunakan kuesioner dan wawancara.

Penelitian kesembilan yang dilakukan oleh Gicella Fanny Andriani dan Halmawati, “Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah”. Otoritas Jasa Keuangan

¹⁷ Karina Halimah Asmar, “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, Dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam.” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnsi Islam. 2019, h. 47

menyebutkan bahwa jumlah pangsa pasar bank Syariah di Indonesia tahun 2018 mencapai 5,6%, hal ini berbanding terbalik dengan pangsa pasar yang didapat oleh negara mayoritas Muslim seperti Malaysia. Pangsa pasar Perbankan Syariah di Malaysia saat ini sudah mencapai 23,8%. Data ini menunjukkan bahwa minat masyarakat di Indonesia dalam menggunakan jasa Perbankan Syariah masih kurang sehingga Bank Syariah masih tertinggal jauh jika dibandingkan dengan pangsa Bank Syariah di Negara Muslim lainnya.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dalam memperoleh data pada penelitian ini peneliti menggunakan dua cara yaitu penelitian lapangan (field research) sebagai data primer dan penelitian kepustakaan (library research) sebagai data sekunder adapun pengumpulan data dilakukan dengan cara survey kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan budaya berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah sedangkan kelompok acuan dan bagi hasil tidak berpengaruh.¹⁸

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu meneliti tentang yang mempengaruhi minat sedangkan perbedaannya yaitu pada bagian variabel yang mempengaruhi pelayanan dari bank syariah dan pengaruhnya pada pengguna perbankan syariah dilihat faktor pelayanan nasabah, di penelitian ini variabel yang dipakai adalah persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi dan motivasi

Penelitian kesepuluh yang dilakukan oleh Bader Mustafa, Al-Sharif, Amjad Qwader, dan Zaher Abdel Fattah Al-Slehat dalam jurnal internasional yang berjudul "*The Effect of Promotion Strategy n the Jordanian Islamic Banks on a*

¹⁸ Gicella Fanny Andriani dan Halmawati, "Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah", *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, Vol. 1, No 3, Seri D (Agustus 2019)

Number of Customer.” Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan menggunakan kuesioner dan terdiri dari 100 sampel dealer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan adalah bidang terpenting dalam promosi yang harus diperhatikan oleh bank umum untuk meningkatkan pelanggannya. Semakin baik strategi promosi yang dilakukan Bank Syariah untuk mengenalkan produknya maka semakin banyak orang yang berminat untuk menggunakan jasa perbankan syariah.¹⁹

Kesamaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah meneliti tentang pengaruh promosi pada bank syariah. Sedangkan perbedaannya adalah variabel penelitian, objek penelitian, metode penelitian, dan fokus penelitian. Penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel promosi sedangkan penulis menggunakan variabel tambahan yaitu persepsi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi.

¹⁹ Bader Mustafa, dkk, “*The Effect of Promotion Strategy the Jordanian Islamic Banks on a Number of Customer*”, *International Journal of Economics and Finance* (2017)

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Minat Menjadi Nasabah

a) Pengertian Minat

Menurut Crow dan Crow dalam bukunya Djaali mengatakan bahwa: “minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.”¹ Pengertian lain dikemukakan Heri P:

Minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan/kebutuhan-kebutuhan sendiri. Berdasarkan pada definisi tersebut maka minat merupakan keadaan dimana seseorang menunjukkan keinginan ataupun kebutuhan yang ada dalam dirinya terhadap suatu kegiatan, hal tersebut dapat terlihat dari ciri-ciri yang nampak pada diri mereka dan ciri tersebut memunculkan arti yang terkandung didalamnya.²

Sementara itu, Abdul Rachman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab mendefinisikan bahwa: “minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.”³

Djaali mengatakan: minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara

¹ Djaali, *Psikologi Pendidikan...*, h. 121

² Heri P, *Pengantar Perilaku Manusia*, Edisi Revisi, (Jakarta: EGC, 2014), h. 52

³ Abdul Rachman Shaleh dan Muhib Andul Wahab, *Psikologi...*, h. 263

diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya.⁴

Indikator minat menjadi nasabah meliputi ketertarikan, keinginan dan keyakinan. Ketertarikan ditunjukkan dengan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang. Keinginan ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki. Dan keyakinan ditunjukkan dengan adanya perasaan diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.⁵

Dengan demikian, dapat dikemukakan bahwa minat merupakan kecenderungan seseorang terhadap suatu kegiatan atau situasi yang menjadi objek disertai dengan perasaan senang dan adanya keinginan, ketertarikan serta keyakinan terhadap suatu objek atau kegiatan tersebut tanpa ada yang menyuruh.

b) Macam-Macam Minat

Menurut Shaleh dan Wahab minat dapat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya minat dan berdasarkan cara mendapatkan atau mengungkapkan) yaitu sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan timbulnya minat, dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- 2) Berdasarkan arahnya minat dibedakan menjadi dua yaitu minat intrinsik dan minat ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

⁴ Djaali, *Psikologi Pendidikan...*, h. 121

⁵ Mahardika Dinda Qurnia Sakti, "Indikator Pengukuran Minat Dalam Penelitian Pembiayaan", *Jurnal Cendekiawan*, (Surabaya: UIN Sby, 2015), h. 37

3) Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu:

- a. *Expressed interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi dan paling tidak disenangi. Dari jawabannya dapatlah diketahui minatnya.
- b. *Manifest interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobinya.
- c. *Tasted interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.
- d. *Inventoried interest* menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan, dimana biasanya berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada subyek apakah ia senang atau tidak senang terhadap sejumlah aktivitas atau sesuatu objek yang ditanyakan.⁶

c) Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Menurut Slameto faktor-faktor yang mempengaruhi minat dibedakan menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal yaitu:

⁶ Victoria, "Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah di BMT AL-Amal." Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2007, h. 20

1) Faktor internal merupakan faktor yang terletak pada diri individu. Faktor internal yang menggerakkan dan mempengaruhi minat suatu individu disebabkan oleh empat faktor yaitu:

- a. Sumber daya konsumen, dimana setiap orang membawa tiga sumber daya dalam setiap situasi pengambilan keputusan yakni waktu dan perhatian.
- b. Pengetahuan merupakan informasi yang disimpan dalam ingatan, dimana pengetahuan konsumen mencakupi susunan luas informasi seperti ketersediaan dan karakteristik produk dan jasa, dimana dan kapan untuk membeli dan bagaimana menggunakan produk.
- c. Motivasi atau dorongan.
- d. Situasi pribadi terutama perasaan emosional individu.

2) Faktor eksternal merupakan faktor yang terletak diluar diri individu. Adapun faktor eksternal ini terdiri dari:

- a. Faktor keluarga

Keluarga memegang peranan penting, dalam keluargalah seseorang dapat membina kebiasaan, cara berpikir, sikap, dan cita-cita yang mendasari kepribadiannya.

- b. Faktor lingkungan

Lingkungan tempat tinggal ataupun lingkungan pergaulan ini mampu menumbuhkan minat seseorang sebagaimana lingkungan keluarga. Bahkan terkadang teman bermain/sepergaulan mempunyai pengaruh yang lebih besar dalam menanam benih minat atau cita-cita.

c. Faktor ekonomi

Faktor ekonomi juga berpengaruh terhadap minat seseorang untuk melakukan sesuatu.⁷

d) Minat Menjadi Nasabah

Minat menjadi nasabah dalam hal ini diasumsikan sebagai minat beli, minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kotler Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.⁸ Sedangkan menurut Kinnear Taylor minat membeli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilakukan.⁹ Minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk bertindak sebelum membuat keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah.

2. Persepsi

a) Pengertian Persepsi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang dimaksud dengan persepsi adalah : “tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu.

⁷ Rezki Ternando, “*Minat Dosen dan Karyawan Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Terhadap Pembiayaan di Bank Syariah.*” Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2018, h. 23

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi 1* (Jakarta: PT. Indeks, 2004), h. 51

⁹ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 45

Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.”¹⁰

Dalam buku Slameto mengatakan:

Persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, perasa, dan pencium.¹¹

Persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsirkan informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia. Menurutnya ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian.¹²

Selain itu dalam buku Robbins mengatakan: “persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian dianalisa (diorganisir), diinterpretasi dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna.”¹³

Dari beberapa pengertian persepsi di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan suatu proses menafsirkan atau menginterpretasikan informasi hingga membentuk suatu respon dalam diri seseorang melalui panca indera yang dimilikinya.

b) Faktor yang menentukan persepsi

Menurut Krech dan Crutch Field sebagaimana dikutip oleh Jalaluddin Rakhmad menyatakan empat faktor yang mempengaruhi persepsi dilihat dari sisi fungsional yaitu:

¹⁰ <https://kbbi.web.id/persepsi>, diakses 25 Mei 2019, pkl 15.04 wib

¹¹ Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 102

¹² Suharman, *Psikologi kognitif*, (Surabaya: Srikandi, 2005), h. 23

¹³ Stephen P. Robbins, *Perilaku Organisasi*, Jilid 1, (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Garmedia, 2003), h. 97

- 1) Kebutuhan, merupakan salah satu dorongan kejiwaan yang mendorong manusia untuk melakukan suatu tindakan, misalnya rangsangan, keinginan, tuntutan dan cita-cita
- 2) Kesiapan mental, merupakan kesanggupan penyesuaian atau penyesuaian sosial atau keduanya sekaligus untuk menciptakan hubungan-hubungan sosial yang berhasil.
- 3) Suasana emosional, merupakan kondisi perasaan yang berkesinambungan, dicirikan dengan selalu timbulnya perasaan-perasaan yang senang atau tidak senang latar belakang atau tata nilai yang dianut oleh seseorang.
- 4) Budaya, latar belakang budaya merupakan disiplin tersendiri dalam psikologi antar budaya.

Adapun dari sisi faktor struktural, faktor struktural semata-mata berasal dari sifat struktur fisik dan efek-efek saraf, yang di timbulkan dalam sistem saraf individu yang meliputi:

- 1) Kemampuan berfikir.
- 2) Daya tangkap indra manusia.
- 3) Kemampuan daya tangkap yang terdapat dalam diri manusia.¹⁴

3. Promosi

a) Pengertian promosi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) “promosi adalah perkenalan (dalam rangka memajukan usaha, dagang, dan sebagainya)”¹⁵

¹⁴ Jallaludin Rakhmat, *Persepsi Dalam Pembelajaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2004), h. 51

Menurut Mursid, promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasif adalah: ada komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku si penerima (target pendengar).¹⁶

Promosi menurut Buchari Alma adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan, promosi adalah salah satu unsur dalam *marketing mix* yang tidak dapat diabaikan dalam suatu proses penjualan. Dalam usaha menunjang penjualan suatu produk dan memperkenalkannya kepada orang lain atau konsumen, serta menarik konsumen untuk membeli produk, maka diperlukan suatu usaha untuk mempromosikan produk tersebut.¹⁷

b) Fungsi promosi

Tiga fungsi dari promosi antara lain:

- 1) Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pembeli/pelanggan.
Perhatian calon pembeli/pelanggan harus diperoleh karena ini akan menjadi titik awal proses pengambilan keputusan di dalam membeli suatu barang dan jasa.
- 2) Menciptakan dan menumbuhkan ketertarikan pada diri calon pembeli.
Perhatian yang sudah diberikan oleh seseorang mungkin akan dilanjutkan pada tahap berikutnya atau mungkin berhenti. Tahap berikutnya ini artinya timbulnya rasa tertarik dan rasa tertarik ini yang akan menjadi fungsi utama promosi.

¹⁵ <https://kbbi.web.id/promosi>, diakses 26 Mei 2019, pkl 10.44 wib

¹⁶ M, Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), h. 95

¹⁷ Bushari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Penerbit CV. Alfabeta, 2004), h. 179.

3) Pengembangan rasa ingin tahu (*desire*) calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan. Hal ini merupakan kelanjutan dari tahap sebelumnya. Setelah seseorang tertarik pada sesuatu, maka timbul rasa ingin memilikinya. Bagi calon pembeli merasa mampu (dalam harga, cara pemakaiannya, dan sebagainya), maka rasa ingin memilikinya ini semakin besar dan diikuti oleh suatu keputusan untuk membeli.¹⁸

c) Tujuan promosi

Beberapa tujuan yang terdapat dalam promosi yaitu:

- 1) Menginformasikan, maksudnya adalah menginformasikan pasar tentang produk baru, mengemukakan manfaat baru sebuah produk, menginformasikan pasar tentang perubahan harga, menjelaskan bagaimana produk bekerja, menggambarkan jasa yang tersedia, memperbaiki kesan yang salah, mengurangi ketakutan pembeli, membangun citra perusahaan.
- 2) Membujuk, maksudnya mengubah persepsi mengenai atribut produk agar diterima pembeli.
- 3) Mengingat, maksudnya agar produk tetap diingat pembeli sepanjang masa, mempertahankan kesadaran akan produk yang paling mendapat perhatian. Setelah diadakan promosi diharapkan konsumen melakukan pembelian. Pembelian adalah akhir dari proses komunikasi. Pembelian juga memiliki keterikatan yang tinggi dengan produk yang dikomunikasikan.¹⁹

h. 24 ¹⁸ Nurul Huda, dkk. *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Kencana, 2017),

¹⁹ Nurul Huda, dkk. *Pemasaran Syariah...*, h. 24

d) Sarana promosi

Menurut Rambat Lupiyoadi dalam kegiatan promosi biasanya bank melakukan empat sarana promosi yaitu:

- 1) Periklanan (*Advertising*) merupakan sarana promosi yang digunakan oleh bank dengan tujuan untuk membangun kesadaran (*awareness*) terhadap keberadaan produk atau jasa yang ditawarkan, menambah pengetahuan nasabah tentang produk atau jasa yang ditawarkan, membujuk calon nasabah untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan serta untuk membedakan bank satu dengan bank lain (*differentiate the service*). Media yang dapat digunakan seperti pemasangan billboard di jalan-jalan strategis, pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pasar pembelanjaan, pemasangan spanduk, melalui koran, majalah, radio, televisi, dan media lainnya.
- 2) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*) mempunyai peran penting dalam pemasaran produk atau jasa bank karena interaksi secara personal antara penyedia jasa (bank) dan nasabah sangat penting, jasa tersebut disediakan oleh orang bukan mesin dan orang merupakan bagian dari produk jasa. Sifat *personal selling* dapat dikatakan luwes karena tenaga penjual dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan dan perilaku masing-masing calon nasabah.
- 3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus produk dan jasa dari produsen (bank) sampai pada penjualan akhirnya (nasabah). Tujuan promosi

penjualan yaitu untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah. Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

- a. Pemberian bunga khusus (*special rate*) untuk jumlah dana yang relatif besar meskipun hal ini akan meningkatkan persaingan tidak sehat.
- b. Pemberian intensif kepada setiap nasabah yang memiliki jumlah simpanan terbesar.
- c. Pemberian cenderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.

4) Publisitas (*Publicity/Public Relation*) merupakan kiat pemasaran produk atau jasa bank yang tidak mengharuskan bank berhubungan hanya dengan nasabah tetapi juga mengharuskan untuk berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar. Publisitas ini menjadi kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, events serta mensponsori beberapa acara.²⁰

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan untuk mempengaruhi/membujuk atau merubah pandangan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan sehingga nasabah memiliki keinginan untuk membeli dan memakai produk atau jasa yang ditawarkan.

4. Bagi Hasil

- a) Pengertian Bagi Hasil

²⁰ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 108-110

Menurut al-Qardhawi bagi hasil adalah di mana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati di mana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat. Sebagai konsekuensi dari kerjasama adalah memikul resiko, baik untung maupun rugi. Jika untung yang diperoleh besar maka penyedia dana dan pekerja menikmati bersama sesuai dengan kesepakatan sebelumnya dan jika rugi usaha maka harus dirasakan bersama. Inilah keadilan yang sempurna, keuntungan samadinikmati, dan kerugian sama dirasakan.²¹

Sistem bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih. Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan (*An-Tarodhin*) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan. Mekanisme perhitungan bagi hasil yang diterapkan di dalam perbankan syariah terdiri dari dua sistem, yaitu: *profit sharing, revenue sharing*.²²

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bagi hasil adalah berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian kedua belah pihak. Bagi hasil dapat mempengaruhi minat karena semakin tinggi nisbah bagi hasil maka semakin besar keuntungan yang didapat sehingga seseorang berminat untuk menjadi nasabah.

b) Faktor yang mempengaruhi tingkat bagi hasil

²¹ Yusuf Al-Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2001). h. 23

²² Wirdayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah". *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Volume 1, Nomor 2 (Juli-Desember 2016), h. 17

- 1) *Investment Rate* merupakan presentase dana yang diinvestasikan kembali oleh bank syariah baik kedalam pembiayaan maupun kepenyaluran dana lainnya. Kebijakan ini diambil karena adanya ketentuan dari bank Indonesia, bahwa sejumlah presentase tertentu atas dana yang dihimpun dari masyarakat, tidak boleh diinvestasikan, akan tetapi harus ditempatkan dalam giro wajib minimum untuk menjaga likuiditas bank syariah. Giro wajib minimum (GWM) merupakan dana wajib dicadangkan oleh setiap bank untuk mendukung likuiditas bank.
- 2) Total dana investasi yang diterima oleh bank syariah akan memengaruhi bagi hasil yang diterima oleh nasabah investor. Total dana yang berasal dari investasi *mudharabah* dapat dihitung dengan menggunakan saldo minimal yang pernah mengendap dalam satu bulanan merupakan saldo minimal yang pernah mengendap dalam satu bulan. Saldo harian merupakan saldo rata-rata pengendapan digunakan sebagai dasar perhitungan bagi hasil.
- 3) Jenis Dana Investasi *mudharabah* dalam penghimpunan dana, dapat ditawarkan dalam beberapa jenis yaitu; tabungan *mudharabah*, deposito *mudharabah*, dan sertifikat investasi *mudharabah* antar bank syariah (SIMA), setiap jenis data investasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga akan berpengaruh pada besarnya bagi hasil.
- 4) Nisbah merupakan presentase tertentu yang disebutkan dalam akad kerja sama usaha (*mudharabah* dan *musyarakah*) yang telah disepakati antara bank dan nasabah investor.

5) Metode perhitungan bagi hasil akan berbeda tergantung pada dasar perhitungan bagi hasil, yaitu bagi hasil yang dihitung dengan menggunakan konsep *revenue sharing* dan bagi hasil dengan menggunakan *profit/loss sharing*. Bagi hasil yang menggunakan *revenue sharing*, dihitung dari pendapatan kotor sebelum dikurangi dengan biaya. Bagi hasil dengan *profit/loss sharing* dihitung berdasarkan presentase nisbah dikalikan dengan laba usaha sebelum pajak.²³

c) Indikator Bagi Hasil

Menurut M. Ali Hasan indikator bagi hasil adalah:

- 1) Menguntungkan, yaitu sistem pembagian hasil yang dipakai oleh pihak bank adalah sistem bagi hasil yang dapat diterima karena bersifat menguntungkan baik bagi pihak bank maupun nasabah karena menggunakan sistem syariah sesuai dengan al-Qur'an.
- 2) Tidak memberatkan nasabah, yaitu pembayaran tidak memberatkan nasabah.
- 3) Terdapat transparansi, yaitu adanya transparansi antara pihak bank dan nasabah.²⁴

Menurut Zamir indikator bagi hasil terdapat tiga macam yaitu:

- 1) Kejelasan besarnya nisbah bagi hasil

Penentuan nisbah bagi hasil harus ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian dengan pedoman pada kemungkinan untung atau rugi.

- 2) Manfaat dari bagi hasil

²³ Karina Halimah Asmar, "Pengaruh Pelayanan...", h. 33

²⁴ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 48

Nasabah akan mendapat manfaat dari bagi hasil yang diterima. Bagi hasil akan memberikan manfaat berupa investasi halal sehingga nasabah yang melakukan transaksi di Bank Syariah akan mendapatkan kenyamanan dengan system bagi hasil yang diberikan. Hal ini dikarenakan sistem bagi hasil merupakan sistem pembagian keuntungan yang menjauhi riba.

3) Bagi hasil yang kompetitif

Besarnya bagi hasil dihitung berdasarkan keuntungan yang diperoleh, keadilan dalam pembagian keuntungan merupakan salah satu prinsip dalam menghitung bagi hasil sehingga nasabah merasa nyaman dengan sistem bagi hasil.²⁵

5. Lokasi

a) Pengertian Lokasi

Menurut Robinson Tarigan dalam bukunya mengatakan: “lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dan pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.”²⁶

Menurut Umar dalam bukunya mengatakan: “penentuan lokasi fasilitas jasa perlu mempertimbangkan banyak hal antara lain mudah dan dapat diakses oleh konsumen, lalu lintas orang-orang, tempat parkir yang memadai, lingkungan yang mendukung usaha, kesesuaian dengan lokasi pesaing dan izin lokasi dari pihak berwenang”.²⁷

Tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan dalam jual beli merupakan representasi dari prinsip dasar Islam bahwa manusia sebagai wakil Allah SWT di muka bumi harus mengelola sumber daya yang ada dengan cara adil. Pemerataan atau keadilan

²⁵ Zamir Iqbal, *Analisis Risiko Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 55

²⁶ Robinson Tarigan, *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Bumi Perkasa, 2005), h. 122

²⁷ Umar Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku*, (Jakarta: Gramedia, 2010), h. 9

distribusi produk dalam praktiknya adalah menjaga kelancaran saluran distribusi yang ada untuk memastikan bahwa produk tersebut sampai kepada pelanggan terakhir dan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Tempat dimana produsen menjual barangnya harus mudah dijangkau oleh pelanggan.²⁸

Oleh karena itu lokasi/tempat bank syariah harus strategis untuk memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi serta memberikan kenyamanan saat bertransaksi.

b) Penentuan lokasi dan *lay out* kantor bank

Penentuan lokasi kantor cabang bank baik untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas merupakan salah satu tugas sangat penting. Penentuan lokasi kantor diikuti dengan penentuan sarana dan prasarana pendukung lainnya. Lokasi bank yang strategis ditujukan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada.

Hal yang harus diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi cabang suatu bank adalah dengan pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Dekat dengan kawasan industri atau pabrik;
- 2) Dekat dengan lokasi perkantoran;
- 3) Dekat dengan lokasi pasar;
- 4) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat;
- 5) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.

Kemudian setelah lokasi diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menentukan *lay out* gedung dan ruang kantor. Kedua *lay out* saling mendukung kenyamanan nasabah serta keamanan nasabah dalam berurusan

²⁸ Nurul Huda, dkk., *Pemasaran Syariah...*, h. 130

dengan bank. Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk *lay out* gedung adalah sebagai berikut:

- 1) Bentuk gedung yang memberikan kesan *bonafide*;
- 2) Lokasi parkir luas dan aman;
- 3) Keamanan disekitar gedung terjamin;
- 4) Tersedia telepon umum atau fasilitas lainnya khususnya untuk nasabah.

Sedangkan untuk *lay out* ruangan yang harus diperhatikan adalah:

- 1) Suasana ruangan terkesan luas dan lega;
- 2) Tata letak kursi dan meja sesuai dengan urutan proses dokumen;
- 3) Dekorasi dan hiasan dalam ruangan.²⁹

6. Motivasi

a) Pengertian Motivasi

Motivasi dalam bahasa Inggris disebut *motivation* yang berasal dari bahasa Latin *movere* yang dimaksud “menggerakkan”. Menurut Lawler. Memberi definisi motivasi yaitu perilaku yang dikontrol oleh pengontrolan pusat manusia yang mengarahkan individu untuk mencapai suatu tujuan. Kemudian menurut Arifin Hj. Zainal motivasi adalah sebagai sesuatu yang bersumber dari dalam atau dari luar. Ia mempunyai tugas dan arah serta akan terus terjadi sehingga menghasilkan apa yang individu tersebut hayati. Proses ini terus berjalan sebagai satu perputaran di dalam perilaku seseorang.³⁰

Duncan, seorang ahli administrasi, dalam bukunya, *Organizational Behavior*, mengemukakan bahwa di dalam konsep manajemen, “motivasi berarti setiap usaha yang disadari untuk mempengaruhi perilaku seseorang

²⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003), h. 210

³⁰ Sutarto Wijono, *Psikologi Industri dan Organisasi: Dalam Suatu Bidang Gerak Psikologi Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 20

agar meningkatkan kemampuannya secara maksimal untuk mencapai tujuan organisasi”.³¹

Menurut Vroom, motivasi mengacu kepada suatu proses mempengaruhi pilihan-pilihan individu terhadap bermacam-macam bentuk kegiatan yang dikehendaki. Kemudian John P. Campbell dan kawan-kawan menambahkan rincian didalam definisi tersebut dengan mengemukakan bahwa motivasi mencakup di dalamnya arah atau tujuan tingkah laku, kekuatan respons, dan kegigihan tingkah laku. Di samping itu, istilah itu pun mencakup sejumlah konsep seperti dorongan (*drive*), harapan (*expectancy*), dan sebagainya.³²

Dengan demikian motivasi adalah dorongan yang berasal dari dalam atau dari luar yang menjadi semangat seseorang untuk melakukan sesuatu dan mempengaruhi tindakan seseorang tersebut. Sehingga motivasi menjadi salah satu yang mempengaruhi minat. Semakin tinggi motivasi yang dimiliki seseorang untuk menjadi nasabah perbankan syariah, maka semakin tinggi juga minat menjadi nasabah perbankan syariah.

b) Komponen motivasi

Menurut Ngalim Purwanto mengatakan: “motivasi mengandung tiga komponen pokok, yaitu menggerakkan, mengarahkan, dan menopang tingkah laku manusia.”³³ Selain itu menurut Streers dan Porter memberikan tiga komponen motivasi yaitu:

- 1) Apa yang membangkitkan (*energizes*) tingkah laku?
- 2) Apa yang mengarahkan (*direct*) atau menghubungkan (*channels*) tingkah laku?

h. 72

³¹ Ngalim Purwanto, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1990),

³² Ngalim Purwanto, *Psikologi Pendidikan...*, h. 72

³³ Ngalim Purwanto, *Psikologi Pendidikan...*, h. 72

3) Bagaimana tingkah laku itu dipertahankan (*maintained*)?³⁴

c) Tujuan Motivasi

Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan motivasi adalah untuk menggerakkan atau menggugah seseorang agar timbul keinginan dan kemauannya untuk melakukan sesuatu sehingga dapat memperoleh hasil atau mencapai tujuan tertentu. Setiap orang yang akan memberikan motivasi harus mengenal dan memahami benar-benar latar belakang kehidupan, kebutuhan, dan kepribadian orang yang akan dimotivasi.³⁵

7. Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah perbankan syariah:

1. Persepsi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zainal Arifin dengan judul “Pengaruh Persepsi dan Perilaku Konsumen terhadap Minat Pegawai Kantor Urusan Agama Menjadi Nasabah Perbankan Syariah Di Sragen”, bahwa persepsi dan perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah.³⁶

2. Promosi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khanif Rahmanto dengan judul “Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk

³⁴ Sutarto Wijono, *Psikologi Industri...*, h. 21

³⁵ Ngalim Purwanto, *Psikologi Pendidikan...*, h. 74

³⁶ Zainal Arifin, “*Pengaruh Persepsi...*”, h. 73

Menabung Di Bank Syariah”, bahwa religiusitas, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat.³⁷

3. Bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Karina Halimah Asmar dengan judul “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah LCP Sudirman Lubuk Pakam”, bahwa pelayanan dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat, sedangkan lokasi dan promosi tidak berpengaruh terhadap minat.³⁸

4. Lokasi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Vita Nurhayati dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah”, bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah.³⁹

5. Motivasi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah

Menurut Slameto faktor yang mempengaruhi minat yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor internal yang menggerakkan dan mempengaruhi minat suatu individu disebabkan oleh sumber daya konsumen, pengetahuan, motivasi atau dorongan, dan situasi pribadi. Sedangkan faktor eksternal yang terletak diluar diri individu yaitu faktor keluarga, lingkungan, dan ekonomi.⁴⁰

³⁷ Khanif Rahmanto, “*Pengaruh Tingkat...*”, h. 89-90

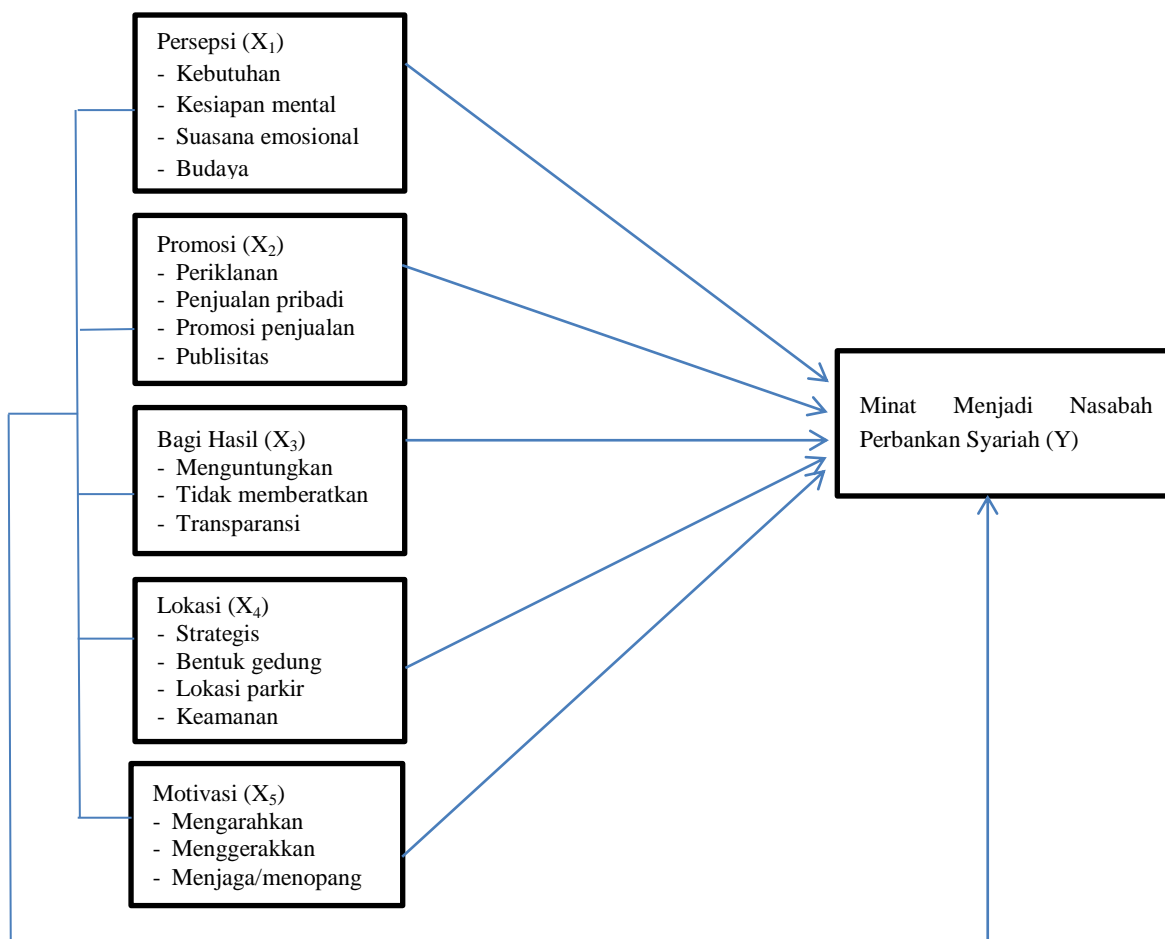
³⁸ Karina Halimah Asmar, “*Pengaruh Pelayanan...*”, h. 91

³⁹ Vita Nurhayati, “*Pengaruh Kualitas...*”, h. 106

⁴⁰ Rezki Ternando, “*Minat Dosen...*”, h. 23

B. Kerangka Berpikir

Dari hasil analisa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain serta penjabaran teori mengenai masing-masing variabel, maka dapat dirumuskan suatu kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Sumber teori:

Persepsi, motivasi merupakan bagian dari ilmu psikologi sedangkan lokasi dan promosi merupakan bagian dari ilmu manajemen pemasaran, adapun bagi hasil merupakan karakteristik Bank Syariah.

1. Variabel persepsi diukur dengan indikator menurut teori Krech dan Crutch Field.⁴¹
2. Variabel promosi diukur dengan indikator menurut teori Rambat Lupiyoadi.⁴²
3. Variabel bagi hasil diukur dengan indikator menurut teori M. Ali Hasan.⁴³
4. Variabel lokasi diukur dengan indikator menurut teori Kasmir.⁴⁴
5. Variabel motivasi diukur dengan indikator menurut teori Ngalim Purwanto.⁴⁵

Keterangan:



: Menunjukkan variabel X dan Y dimana variabel X_1 persepsi, X_2 promosi, X_3 bagi hasil, X_4 lokasi dan X_5 motivasi dan variabel Y minat menjadi nasabah.



: Menunjukkan adanya pengaruh variabel X_1 (persepsi), X_2 (promosi), X_3 (bagi hasil), X_4 (lokasi) dan X_5 (motivasi) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y yaitu minat menjadi nasabah. Persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat sesuai dengan penelitian yang dilakukan Zainal Arifin. Dengan nilai koefisien untuk variabel persepsi sebesar 0,219, berdasarkan uji t diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,080 > 1,987$. Sementara nilai signifikan sebesar $0,041 < 0,05$. Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Khanif Rahmanto. Hal ini dibuktikan dengan nilai

⁴¹ Jallaludin Rakhmat, *Persepsi...*, h. 51

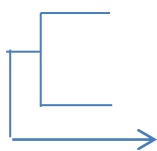
⁴² Rambat Lupiyoadi, *Manajemen...*, h. 110

⁴³ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam...*, h. 48

⁴⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan...*, h. 208

⁴⁵ Ngalim Purwanto, *Psikologi Pendidikan...*, h. 72

t_{hitung} variabel promosi sebesar 9.620 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga semakin tinggi promosi maka semakin tinggi minat masyarakat desa Sragen Kab. Semarang untuk menabung di perbankan syariah. Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Karina Halimah Asmar. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai variabel pelayanan t_{hitung} 3.135 > t_{tabel} 1,989, yang artinya bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Vita Nurhayati, secara parsial lokasi menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,047 lebih kecil dari 0,05. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat yang telah diteliti oleh Anggi Nurmalasari. Hal ini didukung dengan hasil penelitian memiliki nilai t_{hitung} > t_{tabel} yaitu 5,349 > 1,998 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,005.



: Menunjukkan variabel X_1 (persepsi), X_2 (promosi), X_3 (bagi hasil), X_4 (lokasi) dan X_5 (motivasi) simultan berpengaruh terhadap variabel Y yaitu minat menjadi nasabah.

C. Hipotesis

H_{01} : Persepsi tidak berpengaruh terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah

- Ha₁: Persepsi berpengaruh terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah
- Ho₂: Promosi tidak berpengaruh terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah
- Ha₂: Promosi berpengaruh terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah
- Ho₃: Bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu Menjadi nasabah perbankan syariah
- Ha₃: Bagi hasil berpengaruh terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu Menjadi nasabah perbankan syariah
- Ho₄: Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah
- Ha₄: Lokasi berpengaruh terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah
- Ho₅: Motivasi tidak berpengaruh terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah
- Ha₅: Motivasi berpengaruh terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah
- Ho₆: Persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi tidak berpengaruh terhadap minat Pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah
- Ha₆: Persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi berpengaruh terhadap minat Pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹ Penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif ini digunakan untuk menguji pengaruh persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi dan motivasi terhadap minat Pegawai Kantor Urusan Agama menjadi nasabah perbankan syariah. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini berisi data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan sejak Oktober 2019 sampai bulan Februari 2020 dengan rincian terlampir. Penelitian ini dilakukan pada pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu. Lokasi penelitian ini dipilih karena pegawai KUA lebih memahami tentang perbankan syariah daripada masyarakat awam, dan hampir keseluruhan pegawai KUA memiliki rekening di bank syariah sehingga peneliti

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 8

bisa mengetahui pengaruh persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.² Dalam penelitian ini diambil populasi seluruh Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu yang terdiri dari 9 (sembilan) Kantor Urusan Agama yaitu KUA Selebar, KUA Ratu Samban, KUA Ratu Agung, KUA Teluk Segara, KUA Gading Cempaka, KUA Muara Bangkahulu, KUA Sungai Serut, KUA Kampung Melayu, dan KUA Singaran Pati , ditampilkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Jumlah dan Jabatan

No.	Nama Unit Kerja	Populasi
1.	Kepala	9
2.	Penghulu	20
3.	Penyuluh	25
4.	Jabatan Fungsional Umum	43
	Jumlah	97

Dari tabel 3.1 di atas dapat diketahui bahwa populasi penelitian adalah seluruh pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu yang berjumlah 97

² Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 80

orang, alasan diambilnya karena pegawai KUA memiliki pengetahuan lebih tentang agama Islam dan telah menjadi nasabah bank syariah.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi.³ Dalam pengambilan sampel teknik yang digunakan adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*. Disebut pengambilan sampel *stratified* apabila menyeleksi anggota sampel berdasarkan strata. Artinya menyeleksi anggota sampel pada alokasi ukuran sampel menurut kepangkatan atau jabatan pegawai pada tiap unit kerja pada Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu. Namun di dalam proses penarikan sampel tersebut ditentukan berapa besar ukuran sampel yang akan diambil, dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah Populasi

D : Nilai presisi (ditentukan sebesar 90 % atau a = 0,1)

Besarnya ukuran sampel terpilih adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{97}{97(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{97}{1,97} = 49,2 \text{ (dibulatkan 50)}$$

Jadi ukuran sampel terpilih adalah 50 orang pegawai KUA Kota Bengkulu. Karena populasi berstrata, maka sampelnya juga berstrata. Stratanya

³ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 81

ditentukan menurut jabatan. Dengan demikian masing-masing sampel untuk tingkat jabatan harus proporsional sesuai dengan populasi. Berikut perhitungan sampel berdasarkan jabatan sebagai berikut:

$$\begin{array}{rclcl}
 \text{Kepala} & = & 9/97 & \times 50 & = 4,6 \\
 \text{Penghulu} & = & 20/97 & \times 50 & = 10,3 \\
 \text{Penyuluh} & = & 25/97 & \times 50 & = 12,9 \\
 \text{JFU} & = & 43/97 & \times 50 & = 22,2 \\
 & & \text{Jumlah} & & = 50
 \end{array}$$

Jadi jumlah sampelnya = $4,6 + 10,3 + 12,9 + 22,2 = 50$. Jumlah pecahan dibulatkan sehingga jumlah sampel menjadi $5 + 10 + 13 + 22 = 50$.

Tabel 3.2
Jumlah Populasi Berdasarkan Jabatan
Pada Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu

No.	Nama Unit Kerja	Populasi	Sampel
1.	Kepala	9	5
2.	Penghulu	20	10
3.	Penyuluh	25	13
4.	Jabatan Fungsional Umum	43	22
	Jumlah	97	50

Karena sesuai dengan hasil perhitungan sampel secara proporsional maka dari 9 KUA hanya 5 KUA yang diambil, karena 5 KUA tersebut telah memenuhi sampel yang dibutuhkan dan juga untuk menghemat waktu dan biaya selama penelitian. Jadi Pegawai KUA yang diteliti ada pada 5 KUA yaitu KUA Ratu Samban, KUA Ratu Agung, KUA Teluk Segara, KUA Gading Cempaka dan KUA Selebar yang memiliki pegawai berjumlah 61 orang dan

lokasi kantor berdekatan dengan Bank Syariah (data sampel/responden terlampir).

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer, adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti.⁴ Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek yang diteliti yaitu Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu.

2) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data tambahan berupa informasi yang akan melengkapi/memperkuat data primer, baik itu dokumen Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu, dari buku-buku tentang perbankan syariah dan buku yang terkait dengan minat menjadi nasabah perbankan syariah.

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵ Data yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada

⁴ Suryani, dkk., *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 173

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 142

responden. Kuesioner yang diberikan dalam bentuk pernyataan terstruktur dimana di dalam kuesioner tersebut menyajikan sebuah pernyataan yang harus ditanggapi oleh responden, dengan menggunakan skala likert yang merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

- a. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
- c. Skor 3 untuk jawaban Ragu-Ragu (RR)
- d. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

Kuesioner dalam penelitian ini disebarakan dengan cara yang berbeda-beda dari setiap Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu. Pada KUA Selebar dan Gading cempaka kuesioner disebarakan langsung kepada responden yaitu seluruh Pegawai KUA pada tanggal 10-14 Februari 2020. Sedangkan KUA Kec. Ratu Agung kuesioner disebarakan pada tanggal 13-14 Februari 2020 sebagian kuesioner disebarakan langsung kepada responden dan sebagian lagi dititip kepada Pegawai KUA karena ada sebagian Pegawai yang tidak berada di kantor pada saat kuesioner disebarakan. Pada tanggal 18 Februari 2020 kuesioner disebarakan ke KUA Kec. Teluk Segara dan KUA Kec. Ratu Samban dengan cara di titip ke pegawai KUA bagian JF. Umum dan Pegawai tersebut menyerahkan

langsung kepada seluruh pegawai dan kuesioner diambil dua hari setelah kuesioner dititipkan.

2) Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian. Dokumentasi berupa bukti yang menunjukkan bahwa dilakukannya penelitian di Kantor Urusan Agama Kota Bnegkulu seperti foto, dll.

E. Variabel dan Definisi Operasional

a. Variabel

1) Variabel Bebas (Independen)

- a) Persepsi (X_1), persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian di analisa (diorganisir), diintepretasi dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna.
- b) Promosi (X_2), Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.
- c) Bagi Hasil (X_3), bagi hasil adalah di mana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati di mana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan

usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat.

- d) Lokasi (X_4), lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (spatial order) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dan pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.
- e) Motivasi (X_5), motivasi berarti setiap usaha yang disadari untuk mempengaruhi perilaku seseorang agar meningkatkan kemampuannya secara maksimal untuk mencapai tujuan organisasi.

2) Variabel Terikat (dependen)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah: minat Pegawai KUA

Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah.

F. Instrumen Penelitian

Tabel di bawah ini menyebutkan instrumen yang dipakai untuk melakukan penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.3
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Jumlah Pertanyaan	Keterangan
(X_1) Persepsi	- Kebutuhan	1	1
	- Kesiapan mental	2	2,3
	- Suasana emosional	1	4
	- Budaya	1	5

(X ₂) Promosi	- Periklanan	2	1,2
	- Penjualan pribadi	1	3
	- Promosi penjualan	1	4
	- Publisitas	1	5
(X ₃) Bagi hasil	- Menguntungkan	2	1,2
	- Tidak memberatkan	1	3
	- Transparansi	2	4,5
(X ₄) Lokasi	- Strategis	1	1
	- Bentuk gedung	1	2
	- Lokasi parkir	1	3
	- Keamanan	1	4
	- Fasilitas umum	1	5
(X ₅) Motivasi	- Mengarahkan	2	1,2
	- Menggerakkan	2	3,4
	- Menjaga/menopang	1	5
(Y) Minat Menjadi Nasabah	- Kebutuhan	1	1,2
	- Perasaan senang	1	3
	- Ketertarikan	1	4
	- Keyakinan	1	5

G. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini digunakan teknik analisis data statistik inferensial, selanjutnya data yang diperoleh akan diuji menggunakan teknik statistika parametris. Statistika inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi.⁶

1. Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 148

Perhitungan validitas menggunakan SPSS Versi 16.0, dengan melihat nilai pada pearson correlation, keputusannya apabila nilai korelasi berbintang dua maka pernyataan tersebut valid. Uji validitas ini menggunakan level signifikan 5%.

b) Uji Reliabilitas

Perhitungan reliabilitas menggunakan SPSS Versi 16.0 dengan melihat reliability coefficients pada alpha. Reliabilitas kurang dari 0.6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan diatas 0,8 adalah baik. Koefisien reliabilitas diperoleh dengan menggunakan rumus alpha cronbach, bila Cronbach Alpha $< 0,6$ maka dinyatakan tidak reliabel dan sebaliknya dikatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk menguji 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 homokedastisitas. 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 menyempit) 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.

3. 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. Kriteria uji yang digunakan adalah jika t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{table} , maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (rejected) artinya variabel independen secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{table} ($t_{hitung} < t_{table}$), 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. Kriteria uji yang digunakan adalah jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (rejected), artinya variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 tidak ditolak (not rejected), artinya variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c) Uji Determinan (R^2)

Untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4 , dan X_5) 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, X_4, X_5) 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, X_4, X_5) terhadap Variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

d) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen dan variabel dependen.

Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y	: Minat menjadi nasabah	b_5	: Koefisien regresi dari X_5
b_0	: Konstanta	X_1	: Persepsi
b_1	: Koefisien regresi dari X_1	X_2	: Promosi
b_2	: Koefisien regresi dari X_2	X_4	: Lokasi
b_3	: Koefisien regresi dari X_3	X_3	: Bagi Hasil
b_4	: Koefisien regresi dari X_4	X_5	: Motivasi
e	: Kesalahan berdistribusi normal dengan rata-rata 0		

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu

Kantor Urusan Agama (KUA) berkedudukan di wilayah kecamatan dan bertanggung jawab kepada Kepala Kantor Kementerian Agama Kota Bengkulu yang di koordinasikan oleh Kepala Seksi Urusan Agama Islam. Tugas Pokok KUA adalah melakukan sebagian tugas Kantor Kementerian Agama Kota Bengkulu di bidang Urusan Agama Islam dalam Wilayah Kecamatan (KMA. Nomor 517 tahun 2001 pasal 1 dan 2). Sedangkan fungsi KUA yaitu:

- a) Menyelenggarakan Statistik dan Dokumen.
- b) Menyelenggarakan Surat menyurat, pengurusan surat, kearsipan.
- c) Pengetikan dan rumah tangga Kantor Urusan Agama Kecamatan.
- d) Melaksanakan Pencatatan Nikah dan Rujuk, membina masjid, zakat dan wakaf, baitul maal dan penyelenggaraan haji, ibadah sosial, kependudukan, pengembangan sakinah sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Dirjen. Bimas Islam dan Penyelenggara Haji berdasarkan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

1. Profil Kantor Urusan Agama Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu

Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Ratu Samban yang dikepalai oleh Rudian, S.Ag., sebelumnya merupakan Kantor Urusan Agama (KUA) perwakilan yang merupakan bagian wilayah Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Gading Cempaka. Pada tahun 2009 Kantor Urusan Agama (KUA)

Kecamatan Ratu Samban menjadi Kantor Urusan Agama (KUA) yang defenitif dan dikukuhkanlah H. Mahmuda, S.Ag, MHI sebagai kepala yang pertama. Sebelum didefenitifkan Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Ratu Samban berkantor di Kantor Camat Kecamatan Ratu Samban yang terletak di Jalan Putri Gading Cempaka RT. 04 Kelurahan Penurunan. Sebelum didefenitifkannya Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Ratu Samban kantornya sudah dibangun oleh pihak Kandepag. Kota Bengkulu diperintahkan untuk menempatnya. Bangunan tersebut mempunyai ukuran tanah lebih kurang 960 m² yang merupakan tanah wakaf M. Yatim (alm.) warga RT. 04 Kelurahan Penurunan dengan ukuran bangunan gedung adalah 10 x 12 m². Visi dan misi KUA Kec. Ratu Samban:

Visi: Terwujudnya masyarakat Islam Kecamatan Ratu Samban yang taat beragama, berakhlakul kharimah, mandiri, sejahterah lahir batin.

Misi: a) Meningkatkan kualitas bimbingan pelayanan pembinaan kepenghuluan.

b) Meningkatkan kualitas pelayanan ketahan Keluarga Sakinah.

c) Mengoptimalkan pembinaan dan pengawasan produk halal, kemitraan umat dan hisab ru'yat.

d) Mengoptimalkan pembinaan ibadah sosial dan pemberdayaan ekonomi kaum Dhuafa.

e) Meningkatkan tata kelola pemerintahan yang bersih dan berwibawa.

Kecamatan Ratu Samban merupakan salah satu dari 9 (sembilan) kecamatan yang berada di wilayah Kota Bengkulu dengan jumlah penduduk

sebanyak 26.346 jiwa, yang terletak di pusat Kota Bengkulu dengan memiliki 9 (Sembilan) kelurahan, dengan batas-batas wilayahnya sebagai berikut:

- a) Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Teluk Segara
- b) Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Sungai Serut
- c) Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Ratu Agung
- d) Sebelah Selatan berbatasan dengan Pantai Panjang

Tabel 4.1
Data Pegawai KUA Kecamatan Ratu Samban Tahun 2019

No	Nama/NIP	Tempat, Tanggal Lahir	Pendidikan	Jabatan
1.	Rudian S.Ag NIP. 197409142003121001	Rigangan, 14-09-1974	S1	Kepala
2.	H. Masyhuri, S.Ag M.HI NIP. 1977081812003121002	Talang Arah, 18-08-1972	S2	Penghulu
3.	H. Marzuki, S.Pd NIP. 197208121998031006	Betung, 12-08-1972	S2	Penyuluh
4.	Dasri, S.Ag, MHI NIP. 197109152005011006	Ranah, 15-09-1971	S2	Penghulu
5.	Caya Agustriyati, S.Ag NIP. 197308312007102001	Bengkulu, 31-08-1973	S1	Penyuluh
6.	Yusni Lelawati NIP. 197311122000032002	Tempel Rejo, 12-11-1973	SMEA	JF. Umum
7.	Merti Guri. AR NIP. 198603272009032005	Bengkulu, 27-03-1986	D3	JF. Umum
8.	Laili Harmi, S.Ag NIP. 196710142007012023	Lahat, 10-04-1967	S1	JF. Umum

Sumber: KUA Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu 2020

2. Profil Kantor Urusan Agama Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu

Kantor Urusan Agama Kecamatan Ratu Agung terletak di wilayah Nusa Indah Kecamatan Ratu Agung, berdiri diatas tanah pemerintah Kota Bengkulu yang berukuran 30 x 30 m² yang berdampingan dengan sebelah Utara dengan Jalan Kelurahan, sebelah Selatan Kantor Lurah Nusa Indah, sebelah Timur Jalan Kelurahan dan sebelah Barat Kantor Koramil. Sejak berdirinya Kantor Urusan Agama Kecamatan Ratu Agung pada Tahun 2009 yang awalnya dinamakan

Kantor Urusan Agama Kecamatan Gading Cempaka kemudian diganti dengan nama KUA Kecamatan Ratu Agung. Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu terletak diantara empat Kecamatan yaitu, Kecamatan Gading Cempaka, Kecamatan Singaran Pati, Kecamatan Sungai Serut dan Kecamatan Ratu Samban dengan batas-batas sebagai berikut:

- a) Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Tanjung Agung Kecamatan Sungai Serut
- b) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Padang Harapan Kecamatan Gading Cempaka
- c) Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Jembatan Kecil Kecamatan Singaran Pati
- d) Sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Anggut Kecamatan Ratu Samban

Tabel 4.2
Data Pegawai KUA Kecamatan Ratu Agung Tahun 2019

No	Nama/NIP	Tempat, Tanggal Lahir	Pendidikan	Jabatan
1.	Beni Hutagalung, S.Ag NIP. 197611022002121006	Bengkulu, 02-11-1976	S1	Kepala
2.	Hanafi, S.Sos.I NIP. 198405202009121007	Bengkulu, 20-05-1984	S1	Penghulu
3.	Ahmad Bukhari, S.H.I NIP. 198401162009121003	Bengkulu, 16-01-8-1984	S1	Penghulu
4.	Ali Warman, S.Ag, MH NIP. 197509292009121004	Palembang, 29-09-1975	S1	Penghulu
5.	Joni Putera, S.Ag, M.Hi NIP. 197011042000031003	Paninjauan, 04-11-1970	S2	Penyuluh
6.	Hasnatul Aini, S.Kom NIP. 197110041998032002	Napal, 04-10-1971	S1	JFU
7.	Titi Sumanti, S.Sos NIP. 197201212007012024	Bkl Utara, 21-01-1972	S1	JFU
8.	Syamsul Fajri NIP. 198404102002121006	Bengkulu, 10-04-1984	SMA	JFU
9.	Kartini NIP. 196404081990032004	Selasih, 08-04-1964	SMA	JFU
10.	Eni Sumiati M.H.I	Manna, 04-11-1971	S2	Penyuluh

11.	NIP. 197111042005012001 Yuni Sulastri Anggraini, S.Hi	Kayu Agung, 08- 06-1987	S1	JFU
12.	NIP. 198706082011012010 Asiatul Martati, A.Ma	Palo Panjang, 12- 08-1974	D2	JFU
13.	NIP. 197408122009102008 Drs.H. Mahasurman, M.H.I	Bkl Selatan, 12-11- 1966	S2	Penyuluh
14.	NIP. 196611122001121001 Apriyanti, S.Pd.I	Bkl Selatan, 18-04- 1972	S1	Penyuluh
15.	NIP. 197204182007102002 Markona, A.Ma	Prabumulih, 05-10- 1964	D2	JFU

Sumber: KUA Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu 2020

3. Profil Kantor Urusan Agama Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu

Kecamatan Teluk Segara terletak dibagian Selatan Kota Bengkulu, dengan luas wilayah 276,3 km². Adapun batas-batas wilayah Kecamatan Teluk Segara adalah sebelah Utara Kecamatan Muara Bangkahulu, sebelah Selatan Kecamatan Ratu Agung, sebelah Timur Kecamatan Sungai Serut dan sebelah Barat Samudera Hindia. Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu terdiri dari 13 Kelurahan defenitif dengan pusat pemerintahan di Jl. Veteran Kelurahan Jitra, yakni Kelurahan Bajak, Kelurahan Pasar Melintang, Kelurahan Kebun Keling, Kelurahan Sumur Meleleh, Kelurahan Berkas, Kelurahan Kebun Roos, Kelurahan Jitra, Kelurahan Pintu Batu, Kelurahan Pondok Besi, Kelurahan Kampung Bali, Kelurahan Malabro, Kelurahan Tengah Padang, dan Kelurahan Pasar Baru.

Tabel 4.3
Data Pegawai KUA Kecamatan Teluk Segara Tahun 2019

No	Nama/NIP	Tempat, Tanggal Lahir	Pendidikan	Jabatan
1.	H. Suwardin, M.H NIP. 197509072009121003	Pino Raya, 07-09- 1975	S2	Kepala
2.	Sahmil, S.Ag NIP. 197012152005011007	Rejang Lebong, 15-12-1970	S1	Penghulu Muda
3.	Salamun, S.Pd.I NIP. 197502142009101001	Bengkulu, 14-02- 1975	S1	Penyuluh Pertama
4.	Joni Harben, S.Ag	Curup, 10-07-	S1	Penghulu

5.	NIP. 196607102005011004 Yulmaini	1966 Bengkulu, 21-01-1965	SMA	Muda JFU
6.	NIP. 196501211990032002 Raden Ajeng Melfaliantine Y., S.IP	Bengkulu, 25-05-1982	S1	JFU
7.	NIP. 198205252006042011 Irwan Gunawan, S.Pd.I	Bengkulu, 20-08-1971	S1	JFU
8.	NIP. 197108202005011003 Samsidar	Kepahiang, 15-10-1962	MAN	JFU
9.	NIP. 196210151987032001 Nurwilasmi	Kampung Dalam, 14-05-1968	D2	JFU
10.	NIP. 196805141990032004 Nurcaya, S.E.I	Bengkulu, 05-11-1974	S1	JFU
11.	NIP. 197411052009102001 Anton Noverdin, S.Ag	Bengkulu, 09-11-1974	S1	Penyuluh Pertama

Sumber: KUA Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu 2020

4. Profil Kantor Urusan Agama Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu

Secara Administrasi Kecamatan Gading Cempaka telah dimekarkan menjadi tiga Kecamatan yaitu Kecamatan Gading Cempaka, Kecamatan Ratu Agung dan Kecamatan Ratu Samban. Masing-masing Kecamatan tersebut juga telah memiliki Kantor Urusan Agama. Adapun jumlah kelurahan Kecamatan Gading Cempaka terdiri dari 11 Kelurahan. Kecamatan Gading Cempaka terletak antara 3 derajat lintang Selatan dan 102 derajat Bujur Timur dengan ketinggian berkisar 0 - 100 m dari permukaan laut. Kantor Urusan Agama Kecamatan Gading Cempaka terletak di Jalan Timur Indah Kelurahan Timur Indah yang berdiri diatas tanah pemerintah Kota Bengkulu dengan ukuran luas tanah 30 x 60 m² (1800 M), luas bangunan 8 x 10 m² (80 m) dan dibangun pada tahun 2007.

Visi dan misi KUA Kec. Gading Cempaka:

Visi: Terwujudnya keluarga muslim Kecamatan Gading Cempaka yang taat beragama, rukun, cerdas, mandiri, sejahtera lahir dan batin.

Misi: a) Meningkatkan kualitas pelayanan keagamaan pada masyarakat.

- b) Meningkatkan kualitas pelayanan nikah dan rujuk berbasis IT.
- c) Mengupayakan terwujudnya keluarga sakinah.
- d) Meningkatkan kualitas pelayanan informasi dan bimbingan Haji kemasjidan, zakat dan wakaf.
- e) Meningkatkan peran lembaga keagamaan, kemitraan umat dan koordinasi lintas sektoral.

Kantor Urusan Agama Kecamatan Gading Cempaka sebelah Utara berdampingan dengan Kantor Lurah Timur Indah, sebelah Selatan berbatasan dengan Tanah Pemda, sebelah Timur dengan Jalan dan sebelah Barat berbatasan dengan SD Negeri No. 61 Kota Bengkulu. Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu terletak diantara Kecamatan Ratu Agung dan Kecamatan Selebar dengan batas-batas sebagai berikut:

- a) Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Kebun Tebeng Kecamatan Ratu Agung
- b) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar
- c) Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut.
- d) Sebelah Barat Berbatasan dengan Kelurahan Lempuing Kecamatan Ratu Samban.

Tabel 4.4
Data Pegawai KUA Kecamatan Gading Cempaka Tahun 2019

No	Nama/NIP	Tempat, Tanggal Lahir	Pendidikan	Jabatan
1.	Muhammad Yasir, MHI	Purba Baru, 03-11-	S2	Kepala

2.	NIP. 197411022005011000 Jamhir, S.Ag, MA NIP. 196908251997031000	1974 Pajar Bulan, 25-08- 1969	S2	Penghulu
3.	Dra. Heri Denti NIP. 196709171990022002	Bkl Selatan, 17-09- 1967	S1	JFU
4.	Ardiansyah, MHI NIP. 198408082011011009	Palembang, 08-08- 1984	S2	Penghulu
5.	Yesita Komala, S,Pd.I NIP. 197502031995032002	Jaya Tinggi, 03-02- 1975	S1	JFU
6.	Hendra, S.Ag NIP. 197409252007012013	Bkl Utara, 25-09- 1974	S1	Penyuluh
7.	Nailah, BA NIP. 196105151986032003	Biaro Baru, 15-05- 1961	D3	JFU
8.	Nizar NIP. 196704201990031001	Lahat, 20-04-1967	SLTA	JFU
9.	Dr.H. Fuad Muzakar, S. LC, MHI NIP. 197910152009121003	Parmainan, 15-10- 1979	S3	Penghulu
10.	Munawarah, S.Pd.I NIP. 196309152007012011	Karang Endang, 15-09-1963	S1	JFU
11.	Ilona Hazli Juniati NIP. 198207222011012009	Krg Tinggi, 22-07- 1982		Penyuluh
12.	Ely Agustina, M.TPd NIP. 198408092011012007	Bengkulu, 09-08- 1984	S2	Penyuluh
13.	Muhidin, S.E NIP. 198005202009121003	Lampung, 20-05- 1980	S1	Penyuluh
14.	Hj. Nurleila, M.I.S, SH.I, MM NIP. 198001142006042002	Bengkulu, 14-01- 1980	S2	JFU

Sumber: KUA Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu 2020

5. Profil Kantor Urusan Agama Kecamatan Selebar Kota Bengkulu

Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Selebar merupakan salah satu KUA di Kota Bengkulu. Pada tahun 1988, KUA Kecamatan Selebar merupakan salah satu KUA definitif yang mewilayahi Selebar dan Kampung Melayu dahulu. Pada awalnya KUA Kecamatan Selebar berkantor di rumah Bapak Salim Taher yang terletak di Jalan Raya Pagar Dewa. Selanjutnya pindah ke lapangan Pagar Dewa menempati Gedung Kantor Lurah sekarang, kemudian pindah ke gedung sendiri di Jalan Telaga Dewa Baru dengan luas tanah 35 x 70 m² yang merupakan tanah milik IAIN Bengkulu. Visi dan Misi KUA Kecamatan Selebar yaitu:

Visi : Terwujudnya Masyarakat Kecamatan Selebar yang taat beragama, berakhlakul karimah, mandiri, sejahtera lahir batin.

Misi : a) Meningkatkan kualitas kehidupan beragama.

b) Meningkatkan kualitas kerukunan umat beragama.

c) Meningkatkan kualitas pendidikan agama dan keagamaan.

c) Meningkatkan kualitas bimbingan calon jemaah Haji.

d) Meningkatkan tata kelola pemerintahan yang bersih dan berwibawa.

Wilayah KUA Kecamatan Selebar terletak di Kota Bengkulu adalah salah satu dari 9 (sembilan) Kecamatan yang berada di Kota Bengkulu. Adapun batas wilayah Kecamatan Selebar adalah sebagai berikut:

a) Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Gading Cempaka

b) Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Talang Empat

c) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Seluma

d) Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Kampung Melayu

Tabel 4.5
Data Pegawai KUA Kecamatan Selebar Tahun 2019

No	Nama/NIP	Tempat, Tanggal Lahir	Pendidikan	Jabatan
1.	Sayuti Haryono S.H.I NIP. 197907022009011011	Puguk, 02-07-1979	S1	Kepala
2.	Yasiruddin, S.Ag NIP. 196201061990011001	Tj Gadang, 06-01-1962	S1	Penghulu
3.	H. Airin, S.Ag NIP. 197408221999031001	Kaana Enggano, 22-08-1974	S1	JFU
4.	Zulhamdi, S.H.I NIP. 198211252009121003	Bengkulu, 25-11-1982	S1	Penghulu
5.	H. Hardi, S.Ag NIP. 196901022002121001	Boyolali, 02-01-1969	S1	Penghulu
6.	Latipa, S.Ag NIP. 196710052001122001	Palembang, 05-10-1967	S1	JFU
7.	Harun Arifin, A.Md NIP. 196301011987021003	Batu Bandung, 01-01-1963	D3	JFU

8.	Beti Sofia, S.Pd NIP. 197201081992032002	Silago, 08-01-1972	S1	JFU
9.	Bainudin, S.Pd.I NiP. 197603182007101003	Mandi Agin, 18-03-1976	S1	JFU
10.	Yurda Heti, S.Ag NIP. 197212142007012020	Jenggalu, 14-12-1972	S2	Penyuluh
11.	Yurlan Hamidi, M.Pd.I NIP. 198311122007012020	Pagar Agung, 12-11-1983	S2	Penyuluh
12.	Dra.Hj. Zuwirda NIP. 196204091993032001	Bukit Tinggi, 09-04-1962	S1	JFU
13.	Mulhafdi, A.Md NIP. 196306071991031004	Lubuk Tarak, 07-06-1963	D3	F. Komputer

Sumber: KUA Kecamatan Selebar Kota Bengkulu 2020

B. Karakteristik Responden

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan untuk melihat profil dari penelitian dan hubungan yang ada antara variabel dalam penelitian ini. Data deskriptif responden menggambarkan keadaan atau kondisi responden sebagai informasi lanjutan untuk memahami hasil dari penelitian tersebut. Karakteristik-karakteristik responden penelitian ini, diantaranya:

1. Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin pegawai KUA yang menjadi responden dapat dilihat pada dibawah ini:

Tabel 4.6
Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	28	56.0	56.0	56.0
Perempuan	22	44.0	44.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

Berdasarkan keterangan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pegawai KUA yang menjadi responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 28 orang, sedangkan perempuan 22 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian

besar pegawai KUA yang menjadi responden penelitian ini berjenis kelamin laki-laki.

2. Pendidikan

Data pendidikan responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi lima kategori, yaitu SMA, D2, D3, S1, dan S2. Data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7
Pendidikan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMA	5	10.0	10.0	10.0
D2	2	4.0	4.0	14.0
D3	2	4.0	4.0	18.0
Valid S1	29	58.0	58.0	76.0
S2	12	24.0	24.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa yang menjadi sampel dalam penelitian ini dari pendidikan SMA sebanyak 5 responden, D2 sebanyak 2 responden, D3 sebanyak 2 responden, S1 sebanyak 29 responden, dan S2 sebanyak 12 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar Pegawai KUA Kota Bengkulu yang menjadi responden memiliki pendidikan S1.

3. Jabatan

Data jabatan responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu Kepala, Penghulu, Penyuluh, dan JFU. Data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Jabatan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kepala	5	10.0	10.0	10.0
Penghulu	10	20.0	20.0	30.0
Valid Penyuluh	13	26.0	26.0	56.0
JFU	22	44.0	44.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa yang menjadi sampel dalam penelitian ini dari jabatan kepala KUA sebanyak 5 responden, penghulu sebanyak 10 responden, penyuluh sebanyak 13 responden, dan JFU sebanyak 22 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar Pegawai KUA Kota Bengkulu yang menjadi responden dari jabatan JFU.

4. Usia

Data usia responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu dari usia 28 - 37 tahun, 38 - 47 tahun, dan 48 - 57 tahun. Data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9
Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
28-37	9	18.0	18.0	18.0
Valid 38-47	20	40.0	40.0	58.0
48-57	21	42.0	42.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa yang menjadi sampel dalam penelitian ini dari usia 28 - 37 tahun sebanyak 9 responden, usia

38 - 47 tahun sebanyak 20 responden dan usia 48 - 57 sebanyak 21 responden.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar Pegawai KUA Kota Bengkulu yang menjadi responden berusia 38 - 57 tahun.

C. Hasil Penelitian

1. Pengujian Kualitas Data

a) Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan melihat nilai pada tabel kolerasi. Kriterianya apabila nilai kolerasi berbintang 2 maka data valid.

Hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Significant 2 Tailed</i>	Keterangan
Persepsi (X ₁)	Butir 1	0,827**	0,000	Valid
	Butir 2	0,701**	0,000	Valid
	Butir 3	0,726**	0,000	Valid
	Butir 4	0,654**	0,000	Valid
	Butir 5	0,861**	0,000	Valid
Promosi (X ₂)	Butir 1	0,776**	0,000	Valid
	Butir 2	0,635**	0,000	Valid
	Butir 3	0,833**	0,000	Valid
	Butir 4	0,554**	0,000	Valid
	Butir 5	0,458**	0,001	Valid
Bagi Hasil (X ₃)	Butir 1	0,832**	0,000	Valid
	Butir 2	0,783**	0,000	Valid
	Butir 3	0,701**	0,000	Valid
	Butir 4	0,743**	0,000	Valid
	Butir 5	0,889**	0,000	Valid
Lokasi (X ₄)	Butir 1	0,811**	0,000	Valid
	Butir 2	0,666**	0,000	Valid
	Butir 3	0,850**	0,000	Valid
	Butir 4	0,591**	0,000	Valid

	Butir 5	0,414**	0,003	Valid
Motivasi (X ₅)	Butir 1	0,675**	0,000	Valid
	Butir 2	0,804**	0,000	Valid
	Butir 3	0,804**	0,000	Valid
	Butir 4	0,856**	0,000	Valid
	Butir 5	0,859**	0,000	Valid
Minat (Y)	Butir 1	0,942**	0,000	Valid
	Butir 2	0,813**	0,000	Valid
	Butir 3	0,853**	0,000	Valid
	Butir 4	0,944**	0,000	Valid
	Butir 5	0,849**	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa korelasi butir pertanyaan 1 (satu) sampai 5 (lima) terhadap total skor butir pertanyaan persepsi (X₁) menunjukkan signifikan (berbintang dua). Korelasi pertanyaan 1 (satu) sampai 5 (lima) terhadap total skor butir pertanyaan promosi (X₂) menunjukkan signifikan (berbintang dua). Korelasi pertanyaan 1 (satu) sampai 5 (lima) terhadap total skor butir pertanyaan bagi hasil (X₃) menunjukkan signifikan (berbintang dua). Korelasi pertanyaan 1 (satu) sampai 5 (lima) terhadap total skor butir pertanyaan lokasi (X₄) menunjukkan signifikan (berbintang dua). Korelasi pertanyaan 1 (satu) sampai 5 (lima) terhadap total skor butir pertanyaan motivasi (X₅) menunjukkan signifikan (berbintang dua). Korelasi pertanyaan 1 (satu) sampai 4 (empat) terhadap total skor butir pertanyaan minat (Y) menunjukkan signifikan (berbintang dua).

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut bias (bebas kesalahan) dan karena itu menjamin

pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen. Pada program SPSS metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Cronbach's Alpha* yang dimana suatu kuesioner dianggap reliabel apabila *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,600.¹

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Persepsi (X ₁)	0,857	Reliabel
Promosi (X ₂)	0,670	Reliabel
Bagi Hasil (X ₃)	0,849	Reliabel
Lokasi (X ₄)	0,708	Reliabel
Motivasi (X ₅)	0,857	Reliabel
Minat (Y)	0,926	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

Dari tabel di atas disimpulkan bahwa masing-masing variabel mempunyai *cronbach alpha* lebih dari 0,60 atau ($\alpha > 0,60$), sehingga data tersebut dinyatakan reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal. Sehingga dengan data tersebut dapat digunakan untuk pengukuran dan penelitian berikutnya.

2. Pengujian Asumsi Klasik

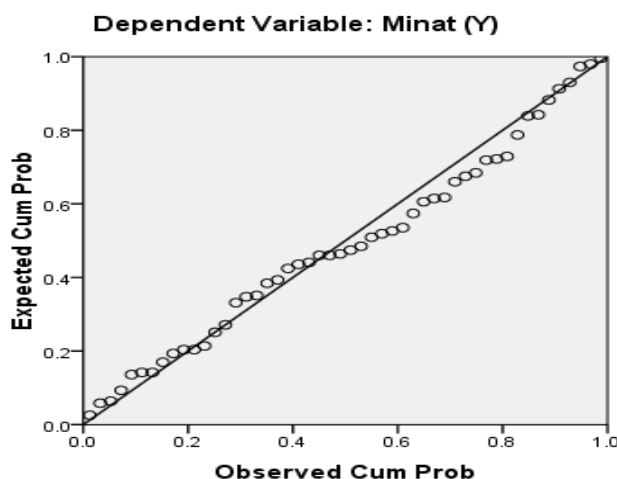
a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusikan secara normal atau tidak. Untuk menguji normal atau tidaknya menggunakan *Uji Kolmogorov Smirnov*.

¹ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi...*, h. 181.

Normalitas dapat dilihat dari normal p-plot dan grafik histogram. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila gambar terdistribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Berikut ini dihasilkan hasil uji normalitas data dari penelitian yang sudah dilakukan:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika titik-titik mendekati garis diagonal, maka dapat dikatakan data penelitian tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika titik-titik menjauhi garis diagonal maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Dari gambar 4.1 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.

Untuk lebih meyakinkan penelitian ini berdistribusi normal maka dilakukan *Uji Kolmogorov Smirnov*.

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.88342740
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.043
Kolmogorov-Smirnov Z		.585
Asymp. Sig. (2-tailed)		.883

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,883 yang lebih besar dari 0,05, artinya data residual tersebut terdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dengan SPSS ditunjukkan lewat tabel *Coefficient*, 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 10.²

² Edy Supriyadi, *SPSS+Amos*, (Jakarta: In Media, 2014), h. 83

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.865	2.141		1.338	.188		
Persepsi (X1)	-.437	.075	-.306	-5.804	.000	.798	1.253
Promosi (X2)	.875	.101	.632	8.637	.000	.413	2.421
Bagi Hasil (X3)	.209	.090	.156	2.329	.025	.492	2.031
Lokasi (X4)	-.012	.066	-.008	-.175	.862	.938	1.066
Motivasi (X5)	.239	.071	.261	3.352	.002	.364	2.748

a. Dependent Variable: Minat (Y)

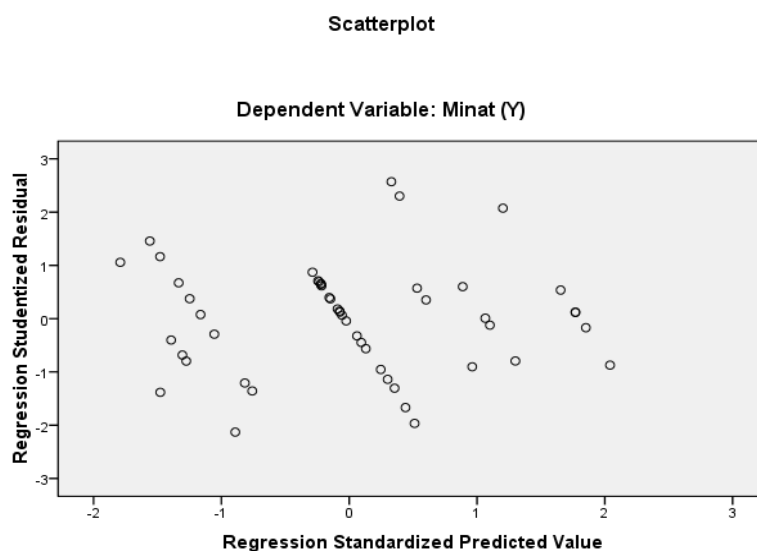
Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

Berdasarkan tabel diatas nilai *tolerance* semua variabel bebas (Persepsi: 0,798, promosi: 0,413, bagi hasil: 0,492, lokasi: 0,938, dan motivasi: 0,364) lebih besar dari nilai batas yang ditentukan yaitu sebesar 0,100. Untuk nilai VIF terlihat bahwa semua variabel bebas (persepsi: 1,253, promosi: 2,421, bagi hasil: 2,031, lokasi: 1,066, dan motivasi: 2,748) terlihat bahwa semua variabel bebas memiliki nilai VIF yang kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel dalam penelitian ini.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan memilih pola titik-titik pada *scatterplots* regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi

ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain.³



Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

Dari gambar 4.2 menunjukkan bahwa sebaran data residual tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di bawah dan atas angka nol pada sumbu Y dengan demikian model terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji-t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau Persepsi (X_1), Promosi (X_2), Bagi Hasil (X_3), Lokasi (X_4), dan Motivasi (X_5) secara parsial atau pun individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau minat menjadi nasabah perbankan syariah (Y). Rumus mencari $df = n - k - 1 = 50 - 5 - 1 = 44$

³ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2001), h. 208

Tabel 4.14
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.865	2.141		1.338	.188		
Persepsi (X1)	-.437	.075	-.306	-5.804	.000	.798	1.253
Promosi (X2)	.875	.101	.632	8.637	.000	.413	2.421
Bagi Hasil (X3)	.209	.090	.156	2.329	.025	.492	2.031
Lokasi (X4)	-.012	.066	-.008	-.175	.862	.938	1.066
Motivasi (X5)	.239	.071	.261	3.352	.002	.364	2.748

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

1) Pengaruh persepsi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah

Hasil uji t pada variabel persepsi (X_1) diperoleh probabilitas sig sebesar 0,000. Nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Sementara itu variabel persepsi atau X_1 mempunyai t_{hitung} yakni 5,804 dengan $t_{tabel} = 1,680$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 memiliki kontribusi terhadap Y.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh persepsi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah adalah dengan melihat nilai pada tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel di atas diperoleh nilai Beta untuk variabel persepsi adalah sebesar 0,306 atau sebesar 30,6 %. Artinya besar pengaruh persepsi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah adalah 30,6 %, nilai tersebut menunjukkan nilai yang negatif dan signifikan yang artinya apabila persepsi pegawai

KUA menurun maka minat menjadi nasabah perbankan syariah akan mengalami peningkatan. Jadi dapat disimpulkan berdasarkan pengujian yang telah dilakukan maka persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah.

2) Pengaruh promosi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah

Hasil uji t pada variabel promosi (X_2) diperoleh probabilitas sig sebesar 0,000. Nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Sementara itu variabel promosi atau X_2 mempunyai t_{hitung} yakni 8,637 dengan $t_{tabel} = 1,680$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 memiliki kontribusi terhadap Y.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh promosi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah adalah dengan melihat nilai pada tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel di atas diperoleh nilai Beta untuk variabel promosi adalah sebesar 0,632 atau sebesar 63,2 %. Artinya besar pengaruh promosi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah adalah 63,2 %, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila promosi yang dilakukan bank syariah meningkat maka minat menjadi nasabah perbankan syariah akan mengalami peningkatan. Jadi dapat disimpulkan berdasarkan pengujian yang telah dilakukan maka promosi berpengaruh

signifikan terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah.

3) Pengaruh bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah

Hasil uji t pada variabel bagi hasil (X_3) diperoleh probabilitas sig sebesar 0,025. Nilai Sig > 0,05 ($0,025 < 0,05$), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Sementara itu, variabel bagi hasil mempunyai t_{hitung} yakni 2,329 dengan t_{tabel} 1,680. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 memiliki kontribusi terhadap Y.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah adalah dengan melihat nilai pada tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel di atas diperoleh nilai Beta untuk variabel bagi hasil adalah sebesar 0,156 atau sebesar 15,6 %. Artinya besar pengaruh bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah adalah 15,6 %, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila bagi hasil yang diberikan bank syariah meningkat maka minat menjadi nasabah perbankan syariah akan mengalami peningkatan. Jadi dapat disimpulkan berdasarkan pengujian yang telah dilakukan maka bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah.

4) Pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah

Hasil uji t pada variabel lokasi (X_4) diperoleh probabilitas sig sebesar 0,862. Nilai Sig < 0,05 ($0,862 > 0,05$), maka keputusannya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Sementara itu variabel lokasi atau X_4 mempunyai t_{hitung} yakni 0,174 dengan $t_{tabel} = 1,680$. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini tidak terbukti, itu artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari lokasi (X_4) terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah (Y).

5) Pengaruh motivasi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah

Hasil uji t pada variabel motivasi (X_5) diperoleh probabilitas sig sebesar 0,002. Nilai Sig < 0,05 ($0,002 < 0,05$), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Sementara itu variabel motivasi atau X_5 mempunyai t_{hitung} yakni 3,352 dengan $t_{tabel} = 1,680$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_5 memiliki kontribusi terhadap Y.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh motivasi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah adalah dengan melihat nilai pada tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel di atas diperoleh nilai Beta untuk variabel bagi hasil adalah sebesar 0,261 atau sebesar 26,1 %. Artinya besar pengaruh motivasi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah adalah 26,1 %, nilai tersebut menunjukkan

nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila motivasi pegawai KUA meningkat maka minat menjadi nasabah perbankan syariah akan mengalami peningkatan juga. Jadi dapat disimpulkan berdasarkan pengujian yang telah dilakukan maka motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah.

b) Uji F (Simultan)

Uji dilakukan untuk mengetahui apakah variabel persepsi (X_1), promosi (X_2), bagi hasil (X_3), lokasi (X_4), dan motivasi (X_5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah (Y). Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	354.258	5	70.852	81.520	.000 ^a
	Residual	38.242	44	.869		
	Total	392.500	49			

a. Predictors: (Constant), Motivasi (X5), Persepsi (X1), Lokasi (X4), Bagi Hasil (X3), Promosi (X2)

b. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi ($0,000 < (\alpha) 0,05$), maka disimpulkan bahwa persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah. 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 variable (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini nilai $k = 6$ dan $n = 50$. Maka nilai df1 dalam penelitian ini adalah $df1 = 6 - 1 = 5$ dan $df2 = 50 - 6 = 44$, sehingga dengan melihat nilai pada F_{tabel} caranya yaitu dengan $df1 = 5$ dan $df2 = 44$, diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,43. Selanjutnya membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dari tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 81,520. Sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($81,520 > 2,43$), artinya persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah.

c) Uji Determinan (R^2)

Uji koefisien determinasi atau R^2 bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen/bebas menjelaskan variabel dependen/terikat atau untuk mengetahui besar persentase variasi yang dijelaskan pada variable bebas.

Tabel 4.16
Hasil Uji Determinan (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 ^a	.903	.891	.932

a. Predictors: (Constant), Motivasi (X5), Persepsi (X1), Lokasi (X4), Bagi Hasil (X3), Promosi (X2)

b. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

1	(Constant)	2.865	2.141		1.338	.188		
	Persepsi (X1)	-.437	.075	-.306	-5.804	.000	.798	1.253
	Promosi (X2)	.875	.101	.632	8.637	.000	.413	2.421
	Bagi Hasil (X3)	.209	.090	.156	2.329	.025	.492	2.031
	Lokasi (X4)	-.012	.066	-.008	-.175	.862	.938	1.066
	Motivasi (X5)	.239	.071	.261	3.352	.002	.364	2.748

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, Februari 2020

Berdasarkan tabel di atas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *coefficient* pada kolom *unstandardized* dalam kolom B dalam sub kolom tersebut terdapat nilai *constant* (konstanta) dengan nilai konstanta sebesar 2,865 sedangkan nilai koefisien regresi untuk persepsi (X_1) = -0,437, promosi (X_2) = 0,875, bagi hasil (X_3) = 0,209, lokasi (X_4) = -0.012, dan motivasi (X_5) = 0,239. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yang kemudian akan diinterpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut. Adapun model persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 2,865 - 0,437X_1 + 0,875X_2 + 0,209X_3 - 0.012X_4 + 0,239X_5 + e$$

Adapun interpretasi dari model regresi di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 2,865 menyatakan bahwa jika persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi diabaikan atau sama dengan nol maka minat menjadi nasabah perbankan syariah adalah sebesar 2,865.

- 2) Koefisien regresi dari persepsi adalah sebesar $-0,437$, artinya setiap penambahan satu unit nilai variabel persepsi akan berkurangnya nilai variabel minat menjadi nasabah perbankan syariah sebesar $0,437$.
- 3) Koefisien regresi dari promosi adalah sebesar $0,875$, artinya setiap penambahan satu unit nilai variabel promosi akan menambah nilai variabel minat menjadi nasabah perbankan syariah sebesar $0,875$.
- 4) Koefisien regresi dari bagi hasil adalah $0,209$, artinya setiap penambahan satu unit nilai variabel bagi hasil akan menambah nilai variabel minat menjadi nasabah perbankan syariah sebesar $0,209$.
- 5) Koefisien regresi dari lokasi adalah $-0,12$, artinya setiap penambahan satu unit nilai variabel lokasi akan berkurangnya nilai variabel minat menjadi nasabah perbankan syariah sebesar $0,12$.
- 6) Koefisien regresi dari motivasi adalah $0,239$, artinya setiap penambahan satu unit nilai variabel motivasi akan menambah nilai variabel minat menjadi nasabah perbankan syariah sebesar $0,239$.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel persepsi bertanda negatif, artinya persepsi (X_1) memiliki arah yang berlawanan terhadap minat menjadi nasabah, artinya jika persepsi pegawai KUA yang selama kurang baik terhadap bank syariah menurun maka minat menjadi nasabah perbankan syariah akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Sesuai dengan pengujian hipotesis 1, terdapat pengaruh persepsi terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t dimana nilai signifikansi adalah 0,000 berarti signifikansi (sig) ($0,000 < (\alpha) 0,05$ dengan nilai t_{hitung} yakni 5,804 dan $t_{\text{tabel}} = 1,680$ jadi $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$. Artinya, persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat Pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah atau dengan kata lain H_a diterima dengan besar pengaruh 30,6 % yang dilihat dari tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zainal Arifintahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Persepsi dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Pegawai KUA Menjadi Nasabah Perbankan Syariah Di Sragen” yang menyatakan bahwa persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah dengan nilai signifikan sebesar $0,041 < (\alpha) 0,05$. Nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $2,080 > 1,987$.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah

Promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan mengenai promosi yaitu dasar kegiatan promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Dalam dunia perbankan, agar nasabah ataupun calon nasabah tertarik dengan produk perbankan maka calon nasabah/nasabah tersebut harus mengetahui produk yang ditawarkan oleh bank tersebut, baik berupa manfaat produk, harga produk ataupun kelebihan produk dibandingkan dengan produk pesaing. Untuk

memberitahu calon nasabah/nasabah tentang produk yang ditawarkan oleh bank tersebut adalah melalui promosi. Nasabah akan lebih mengenal dan mengetahui suatu produk yang dimiliki sebuah bank apabila bank dapat mempromosikan produknya dengan baik dan maksimal. Semakin menarik promosi semakin tinggi minat nasabah untuk menabung. Tanpa promosi calon nasabah/nasabah tidak akan mengetahui produk yang ada di bank, oleh karena itu penting bagi bank syariah untuk melakukan promosi.

Sesuai dengan pengujian hipotesis 2, terdapat pengaruh promosi terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t dimana nilai signifikansi adalah 0,000 berarti signifikansi (sig) $(0,000) < (\alpha) 0,05$ dengan nilai t_{hitung} yakni 8,637 dan $t_{tabel} = 1,680$, jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$. Artinya, promosi berpengaruh signifikan terhadap minat Pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah atau dengan kata lain H_a diterima dengan besar pengaruh 63,2 % yang dilihat dari tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khanif Rahmanto tahun 2016 yang berjudul “Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah” yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} variabel promosi sebesar 9.620 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

3. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah

Salah satu karakteristik bank syariah yaitu menggunakan prinsip bagi hasil yang jelas sangat berbeda dengan prinsip bunga yang diterapkan di bank konvensional. Ketidak transparan pihak bank dan tingginya bunga membuat nasabah kini beralih kepada bank syariah yang dinilai lebih menguntungkan dan transparansi. Bagi hasil yang dinilai lebih baik itu menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah untuk bermitra, karena selain bersifat menguntungkan baik bagi nasabah maupun pihak bank, bagi hasil juga sistem yang tertulis dalam Al-Qur'an/kita-kitab dan ajaran agama. Semakin baik bagi hasil yang ditawarkan oleh pihak bank maka semakin tinggi pula minat menjadi nasabah perbankan syariah.

Sesuai dengan pengujian hipotesis 3, terdapat pengaruh bagi hasil terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t dimana nilai signifikansi adalah 0,025 berarti signifikansi (sig) $(0,025) < (\alpha) 0,05$ dengan nilai t_{hitung} yakni 2,329 dan $t_{tabel} = 1,680$, jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$. Artinya, bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat Pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah atau dengan kata lain H_0 diterima dengan besar pengaruh 15,6 % yang dilihat dari tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Karina Halimah Asmar tahun 2019 yang berjudul "Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, Dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam" yang menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat. Hal ini

dibuktikan dengan melihat nilai variabel bagi hasil $t_{hitung} 3.135 > t_{tabel} 1,989$ dengan nilai signifikansi $0.003 < 0,05$.

4. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah

Penentuan lokasi kantor cabang bank baik untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas merupakan salah satu tugas sangat penting. Penentuan lokasi kantor diikuti dengan penentuan sarana dan prasarana pendukung lainnya. Lokasi bank yang strategis ditujukan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Lokasi yang berada ditengah-tengah tempat pelayanan umum, misalnya pasar, sekolah, sarana umum dapat memberikan kenyamanan baik dari segi waktu dan biaya. Dari beberapa nasabah bank syariah mengatakan bahwa lokasi bank syariah kurang strategis seperti bank syariah tidak memiliki banyak gerai ATM seperti bank konvensional yang lebih mudah dijangkau.

Sesuai dengan pengujian hipotesis 4, tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t dimana nilai signifikansi adalah 0,862 berarti signifikansi (sig) $(0,862) > (\alpha) 0,05$ dengan nilai t_{hitung} yakni 0,175 dan $t_{tabel} = 1,680$, jadi $t_{hitung} < t_{tabel}$. Artinya, lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah atau dengan kata lain H_a ditolak dan H_o diterima. Diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Karina Halimah Asmar tahun 2019 yang berjudul “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, Dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam”

yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dengan nilai signifikansi $0,763 > 0,05$.

5. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah

Motivasi merupakan sebagai bentuk kekuatan atau dorongan dari dalam diri individu yang memaksa mereka untuk melakukan tindakan maupun bersumber dari luar individu sehingga seseorang mau melakukan tindakan. Jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap obyek tertentu, maka dia akan terdorong untuk berperilaku menggunakan produk tersebut. Sebaliknya jika motivasinya rendah, maka dia akan mencoba untuk menghindari obyek yang bersangkutan.

Sesuai dengan pengujian hipotesis 5, terdapat pengaruh motivasi terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t dimana nilai signifikansi adalah 0,002 berarti signifikansi (sig) $(0,002) < (\alpha) 0,05$ dengan nilai t_{hitung} yakni 3,352 dan $t_{tabel} = 1,680$, jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$. Artinya, motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat Pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah atau dengan kata lain H_a diterima dengan besar pengaruh 26,1 % yang dilihat dari tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggi Nurmalasaritahun 2019 yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Ponorogo di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo” yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap

minat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,349 > 1,998$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$.

6. Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, Dan Motivasi Secara Simultan Terhadap Minat Pegawai KUA Kota Bengkulu Menjadi Nasabah Perbankan Syariah

Sesuai dengan pengujian hipotesis 6, secara simultan terdapat pengaruh persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji F yaitu memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 berarti signifikansi (sig) $(0,000) < (\alpha) 0,05$ dengan nilai F_{hitung} sebesar 81,520 dan $F_{tabel} = 2,43$, jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($81,520 > 2,43$) artinya persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah.

7. Besar Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, Dan Motivasi Terhadap Minat Pegawai KUA Menjadi Nasabah Perbankan Syariah

Sesuai dengan hasil uji Koefisien Determinasi yang menunjukkan nilai R sebesar 0,950 yang berarti hubungan antar variabel kuat karena nilai r mendekati +1. Berdasarkan output *model summary* diketahui nilai R Square sebesar 0,903 artinya variabel persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi mampu menjelaskan variabel minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah sebesar 90,3 %, sedangkan sisanya sebesar 9,7 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi, promosi, bagi hasil, dan motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t variabel persepsi dimana nilai signifikansi adalah 0,000 berarti signifikansi (sig) $(0,000) < (\alpha) 0,05$, hasil uji t variabel promosi dimana nilai signifikansi adalah 0,000 berarti signifikansi (sig) $(0,000) < (\alpha) 0,05$, hasil uji t variabel bagi hasil dimana nilai signifikansi adalah 0,025 berarti signifikansi (sig) $(0,025) < (\alpha) 0,05$ dan hasil uji t variabel motivasi dimana nilai signifikansi adalah 0,002 berarti signifikansi (sig) $(0,002) < (\alpha) 0,05$. Sedangkan lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah. Dari beberapa nasabah yang ditanya tentang lokasi bank syariah, mereka kurang nyaman dengan lokasi bank syariah salah satunya yaitu gerai ATM bank syariah masih sedikit sehingga nasabah kesulitan untuk menjangkaunya. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t dimana nilai signifikansi adalah 0,862 berarti signifikansi (sig) $(0,862) > (\alpha) 0,05$

2. Persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji $F (0,000) < (\alpha) 0,05$.
3. Besar pengaruh persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi terhadap minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah dapat dilihat dari hasil uji Koefisien Determinasi yang menunjukkan nilai R sebesar 0,950 dan nilai R *Square* sebesar 0,903. Variabel persepsi, promosi, bagi hasil, lokasi, dan motivasi mampu menjelaskan variabel minat pegawai KUA Kota Bengkulu menjadi nasabah perbankan syariah sebesar 90,3%, sedangkan sisanya sebesar 9,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi bank syariah hendaknya menyediakan gerai ATM yang lebih banyak untuk memudahkan nasabah menjangkaunya.
2. Bagi Pegawai KUA hendaknya dengan penelitian ini agar dapat mengetahui dan memahami produk-produk bank syariah dan tidak ada lagi berpendapat bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional.
3. Bagi peneliti lainnya, penelitian berikutnya memperluas jangkauan dan juga jumlah subyek yang dijadikan sampel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, Muhammad dan Irsyad Lubis. “Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kalangan Siswa SMA Di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri),” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.3 No.7 (November 2015).
- Ahmadi, Abu. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2003.
- Alma, Bushari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta. 2004.
- Al-Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Pers. 2001.
- Andriani, Gicella Fanny dan Halmawati. “Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah”, *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, Vol. 1, No 3, Seri D (Agustus 2019).
- Arifin, Zainal. “Pengaruh Persepsi Dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Pegawai Kantor Urusan Agama Menjadi Nasabah Perbankan Syariah Di Sragen.” Institut Agama Islam Negeri Surakarta : Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2017.
- Asmar, Karina Halimah. “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, Dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam.” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan : Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2019..
- Djaali. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2008.

- Emmang, Gusmail. “*Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)*.” Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar : Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2016.
- Fahmi, Irham. *Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalat)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2003.
- Heri P. *Pengantar Perilaku Manusia. Rev.ed.* Jakarta: EGC. 2014.
- Huda, Nurul, *et.al.* *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Iqbal, Zamir. *Analisis Risiko Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat. 2000.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan. Rev.ed.* Jakarta: Rajagrafindo Persada. 2004.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Edisi 1*. Jakarta: PT. Indeks. 2004.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama. 2013.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. 2001.
- Mazaya. <https://jurnalislam.com/pangsa-pasar-bank-syariah-masih-jauh-dibawah-konvensional/>, pada hari Rabu, tanggal 10 April 2019, pukul 19.46 WIB
- Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara. 1997.
- Mustafa, Bader, *et.al.* “*The Effect of Promotion Strategy n the Jordanian Islamic Banks on a Number of Custumer*”, *International Journal of Economcs and Finance* (2017).

- Nainggolan, Basari. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Depok: Rajawali Pers. 2016.
- Nurhayati, Vita. “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Mikro Syari’ah.*” Institut Agama Islam Negeri Salatiga : Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2016.
- Nurmalasari, Anggie. “*Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Ponorogo Di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo.*” Institut Agama Islam Negeri Ponorogo : Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2019.
- Pengertian Persepsi. <https://kbbi.web.id/persepsi>, pada hari Sabtu, tanggal 25 Mei 2019, pukul 15.04 WIB.
- Pengertian Promosi. <https://kbbi.web.id/promosi>, pada hari Minggu, tanggal 26 Mei 2019, pukul 10.44 WIB.
- Purwanto, Ngalim. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 1990.
- Rahmanto, Khanif. “*Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah.*” Institut Agama Islam Negeri Salatiga : Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2016.
- Rakhmat, Jallaludin. *Persepsi dalam Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Press. 2004.

- Robbins, Stephen P. *Perilaku Organisasi*, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. 2003.
- Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah (Prinsip dan Implementasi Pada Sektor Keuangan Syariah)*. Jakarta: Rajawali Pers. 2016.
- Sakti, Mahardika Dinda Qurnia. "Indikator Pengukuran Minat Dalam Penelitian Pembiayaan," *Jurnal Cendekiawan* (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2015).
- Samsudin, Ahmad. "Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah Di Kabupaten Tangerang." Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta : Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2017.
- Santoso, Singgih. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2001.
- Shaleh, Abdul Rachman dan Muhibb Andul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Jakarta: Prenada Media. 2004.
- Slameto. *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta. 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Suharman. *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi. 2005.
- Supriyadi, Edy. *SPSS+Amos*. Jakarta: In Media. 2014.
- Suryani, et.al. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana. 2015.

- Susanto, Burhanuddin. *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: UUI Press. 2008.
- Sutrisno, Agus. “*Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Salatiga)*.” Institut Agama Islam Negeri Salatiga : Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2016.
- Tarigan, Robinson. *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Perkasa. 2005.
- Ternando, Rezki. “*Minat Dosen dan Karyawan Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Terhadap Pembiayaan di Bank Syariah*.” Institut Agama Islam Negeri Bengkulu : Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2018.
- Triyono. “*Pengaruh Presepsi dan Kepercayaan Terhadap Minat Guru Menjadi Nasabah Perbankan Syariah di Sragen*.” Institut Agama Islam Negeri Surakarta : Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2017.
- Tugas dan Fungsi KUA. <https://ntb.kemenag.go.id/baca/1510737480/pahami-tugas-dan-fungsi-kita-sebagai-pegawai-kua>, pada hari Sabtu, tanggal 13 April 2019, pukul 14.00 WIB.
- Umar, Husein. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2000.
- Usman, Rachmadi. *Produk dan Akad Perbankan Syariah Di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti. 2009.

Victoria. “*Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah di BMT AL-Amal.*” Institut Agama Islam Negeri Bengkulu : Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2007.

Wahab, Wirdayani “Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah”, *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Vol. 1 No. 2 (Juli-Desember 2016).

Wijono, Sutarto. *Psikologi Industri dan Organisasi: Dalm Suatu Bidang Gerak Psikologi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana. 2010.

L

A

M

P

I

R

A

N

IDENTITAS MAHASISWA

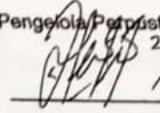
NAMA : Dora Dwi Saputri
 NIM : 161140008
 PRODI : Perbankan Syariah
 SEMESTER : 6

JUDUL YANG DIAJUKAN :

1. Pengaruh Persepsi Promosi Bagi Hasil, Lokasi dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Narabhan Perbankan Syariah (Studi pada Pegawai KUA Kecamatan Segara)
2. Strategi Promosi Bank Syariah melalui jalur marketing Perbankan antar lain syariah
- 3.

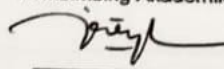
PROSES KONSULTASI

a. Konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan Fakultas
 Catatan ... Belum ada us. membahas

Pengelola Perpustakaan

 23/05/19

b. Konsultasi dengan Pembimbing Akademik

Catatan ... judul No-1 dapat dilanjutkan ke proposal lengkap

Pembimbing Akademik


c. Konsultasi dengan Kaprodi

- Catatan ...
1. format penulisan
 2. pool note.
 3. Daftar Pustaka, lengkapi

Kaprodi


 Yusuf A

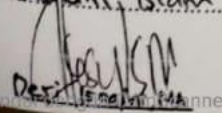
JUDUL YANG DIUSULKAN

Setelah konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan, Pembimbing Akademik dan Kaprodi, judul yang diusulkan adalah : Pengaruh Persepsi Promosi Bagi Hasil, Lokasi dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Narabhan Perbankan Syariah (Studi pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kecamatan Segara Kota Bengkulu)

Bengkulu, 22 Oktober 2019

Mengetahui

Kajur. Ekonomi Islam



Mahasiswa



Dora Dwi Saputri



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Kamis, 19 Desember 2019
Nama Mahasiswa : Dona Dwi Saputri
NIM : 1611140008
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hari, Lokasi dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Narabek Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai KUA Kec. Teluk Segara Kota Bengkulu)	 Dona Dwi Saputri	 Yetti Afrida Inara

Mengetahui,
a.n. Dekan
Wakil Dekan I,



Dr. Nurul Hak, M.A.
NIP 196606161995031003

Catatan:
Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola
Fotokopi dan Cap 1 (Satu) Rangkap

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dona Dwi Saqutri
 NIM : 161190008
 Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

No	Permasalahan	Saran Penyeminar
	<p>Bab 1 - 3</p>	<p>Judul studi kasus diperluas yaitu studi Pada Pegawai KUA Kota Bengkulu</p> <ul style="list-style-type: none"> - Latar belakang diperbaiki - Pada rumusan masalah dan tujuan penelitian diganti menjadi yaitu pada studi kasusnya - Karena studi kasusnya diperluas perlu metode penelitian juga harus diperbaiki - Populasi diperbaiki menjadi Pegawai KUA Kota Bengkulu, jika jumlah populasinya banyak bisa menggunakan rumus slovin untuk memilih populasi dan dijadikan sampel. - Perbaiki teknik analisis data.

Bengkulu, 19-12-2019
 Penyeminar,



Yetti Afrida Indra, M.Ak
NIP/NIDN.0214048401

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi berjudul "Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)" yang disusun oleh :

Nama : Dona Dwi Saputri

NIM : 1611140008

Prodi : Perbankan Syariah

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 19 Desember 2019

Dan telah diperbaiki sesuai saran-saran penyeminar. Oleh karenanya sudah dapat diusulkan kepada jurusan untuk ditunjuk Tim Pembimbing Skripsi.

Bengkulu, Desember 2019 M
Rabi'ul Akhir 1441 H

Mengetahui,

Ka. Prodi Perbankan Syariah

26/12-2019
Yosi Arisandy, MM
NIP. 198508012014032001

Penyeminar

[Signature]
Yetti Afrida Indra, M. Akt
NIDN. 0214048401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 0009/In.11/ F.IV/PP.00.9/01/2020

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Drs. M. Syakroni, M. Ag.
NIP. : 195707061987031003
Tugas : Pembimbing I
2. N A M A : Yetti Afrida Indra, M. Ak.
NIDN. : 0214048401
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan
skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di
di bawah ini :

N A M A : Dona Dwi Saputri
NIM : 1611140008
JURUSAN : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi Terhadap
Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor
Urusan Agama Kota Bengkulu)**

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu

Pada Tanggal : 02 Januari 2020

Dekan

Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003



Revisi :

Wakil Rektor I
Dosen yang bersangkutan;
Mahasiswa yang bersangkutan;
Arsip.

Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi berjudul "*Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)*" yang disusun oleh :

Nama : Dona Dwi Saputri

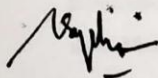
NIM : 1611140008

Prodi : Perbankan Syariah

Sudah diperbaiki sesuai saran-saran tim pembimbing. Selanjutnya dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan Surat Izin Penelitian.

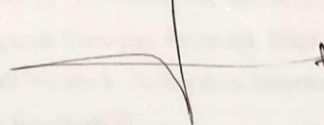
Bengkulu, 29 Januari 2020 M
Jumadil Akhir 1441 H

Pembimbing I



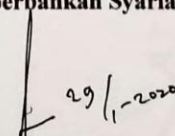
Drs. M. Syakroni, M.Ag
NIP. 195707061987031003

Pembimbing II



Yetti Afrida Indra, M. Akt
NIDN. 0214048401

Mengetahui,
Ka. Prodi perbankan Syariah


Yosi Arbandy, MM
NIP. 198508012014032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

Nomor : 0194/In.11/F.IV/PP.00.9/01/2020
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Bengkulu, 30 Januari 2020

Kepada Yth.
Kepala KESBANGPOL Kota Bengkulu
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan penyelesaian Program Studi Sarjana S.1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun Akademik 2019/2020 atas nama:

Nama : Dona Dwi Saputri

NIM : 161 114 0008

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul : **"Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)"**.

Tempat penelitian: **Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu**

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Mengetahui
An. Dekan,
Wakil Dekan

Dr. Nurul Hak, M. A.
NIP. 196606161995031002



PEMERINTAH KOTA BENGKULU
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jalan Melur No. 01 Nusa Indah Telp. (0736) 21801
BENGKULU

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 070/216 /B.Kesbangpol/2020

Dasar : Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian

Memperhatikan : Surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Nomor : 0194/In.11/F.IV/PP.00.9/01/2020 Tanggal 30 Januari 2020 perihal izin penelitian

DENGAN INI MENYATAKAN BAHWA

Nama/ NIM : Dona Dwi Saputri/ 1611140008
Pekerjaan : Mahasiswa
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Penelitian : Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)
Daerah Penelitian : Kantor Urusan Agama Sekota Bengkulu
Waktu Penelitian : 06 Februari 2020 s/d 29 Februari 2020
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

Dengan Ketentuan : 1. Tidak dibenarkan mengadakan kegiatan yang tidak sesuai dengan penelitian yang dimaksud.
2. Harus mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat setempat.
3. Apabila masa berlaku Rekomendasi Penelitian ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan belum selesai maka yang bersangkutan harus mengajukan surat perpanjangan Rekomendasi Penelitian.
4. Surat Rekomendasi Penelitian ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat ini tidak mentaati ketentuan seperti tersebut diatas.

Demikianlah Rekomendasi Penelitian ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Bengkulu
Pada tanggal : 6 Februari 2020

a.n. WALIKOTA BENGKULU
Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kota Bengkulu


Drs. RIDUAN, S.IP, M.Si
Pembina Utama Muda



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276,51771
Fax (0736) 51771 Bengkulu

**PENGARUH PERSEPSI, PROMOSI, BAGI HASIL, LOKASI, DAN
MOTIVASI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH PERBANKAN
SYARIAH**

(Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang sedang berjalan saya memerlukan beberapa informasi untuk mendukung dan menyusun penelitian yang terkait dengan judul diatas. Saya memohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner ini. Saya berharap semua jawaban yang saudara/i berikan sesuai dengan pengetahuan dan minat sudara/i terhadap perbankan syariah.

Semua jawaban murni digunakan hanya untuk kepentingan peneliti. Untuk itu, mohon semua pertanyaan dijawab dan semua data identitas saudara/i akan dijamin kerahasiaannya. Atas kesungguhan, keikhlasan, dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum, Wr. Wb

A. Petunjuk

Jawablah pertanyaan ini dengan jujur, sesuai dengan apa yang dirasakan dan perkiraan, setelah itu beri tanda checklist (√) pada jawaban yang telah disediakan.

I. Data Peneliti

Nama : Dona Dwi Saputri

NIM : 1611140008
 Jurusan : Perbankan Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Perguruan Tinggi : IAIN Bengkulu

II. Data Pribadi Responden

Nama :
 Alamat :
 Jenis Kelamin : Pria Wanita
 Usia Responden : 17-27 Tahun 48-57 Tahun
 28-37 Tahun 58-67 Tahun
 38-47 Tahun >68 Tahun
 Pendidikan :

Apakah anda memiliki rekening di bank syariah?

Ya Tidak

Berikan tanda cheklist (√) pada kolom yang tersedia dalam menjawab pertanyaan berikut:

Keterangan Pilihan Jawaban:

- Sangat Setuju (5)
- Setuju (4)
- Ragu-ragu (3)
- Tidak Setuju (2)
- Sangat Tidak Setuju (1)

I. Persepsi (X₁) terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Y)

Pernyataan		Penilaian				
No.	Persepsi	5	4	3	2	1
1.	Bank syariah memahami apa yang dibutuhkan oleh nasabahnya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.	Bank syariah sudah terbukti kehalalannya karena adanya Fatwa MUI	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Bank Syariah adalah Bank yang Islami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Sistem bank syariah sesuai dengan keinginan saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil berbeda dengan sistem bunga pada bank konvensional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sumber: adopsi dari skripsi Triyono (2017) berjudul "Pengaruh Presepsi dan Kepercayaan Terhadap Minat Guru Menjadi Nasabah Perbankan Syariah di Sragen." Surakarta: Skripsi Sarjana, Perbankan Syariah, IAIN Surakarta.

II. Promosi (X₂) terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Y)

Pernyataan		Penilaian				
No.	Promosi	5	4	3	2	1
1.	Saya tertarik menjadi nasabah bank syariah karena iklan yang dilakukan melalui media cetak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Saya tertarik menjadi nasabah bank syariah karena iklan yang dilakukan melalui sosial media	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Saya tertarik menjadi nasabah bank syariah karena informasi dari pegawai bank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Saya tertarik menjadi nasabah bank syariah karena banyaknya hadiah dan undian yang diberikan kepada nasabah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Saya tertarik menjadi nasabah bank syariah karena adanya seminar/sosialisasi tentang perbankan syariah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sumber: adopsi dari skripsi Khanif Rahmanto (2016) berjudul "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah." Salatiga: Skripsi Sarjana, Perbankan Syariah, IAIN Salatiga.

III. Bagi Hasil (X₃) terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Y)

Pernyataan		Penilaian				
No.	Bagi Hasil	5	4	3	2	1
1.	Nisbah bagi hasil bank syariah memberikan keuntungan bagi nasabah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Saya yakin bank syariah memberikan					

	keadilan dalam pembagian keuntungan baik bagi nasabah ataupun bank syariah itu sendiri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Pembayaran bank syariah tidak memberatkan nasabah karena berdasarkan akad diawal perjanjian	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Pembagian hasil secara adil dan terbuka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Terdapat transparansi antara pihak bank dan nasabah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sumber: adopsi dari skripsi Karina Halimah Asmar (2019) berjudul “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, Dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam.” Medan: Skripsi Sarjana, Ekonomi Islam, UIN Sumatera Utara Medan.

IV. Lokasi (X₄) terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Y)

Pernyataan		Penilaian				
No.	Lokasi	5	4	3	2	1
1.	Lokasi bank syariah strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Bank syariah memiliki bentuk gedung yang memberikan kesan bonafid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Lokasi parkir bank syariah luas dan aman	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Bank syariah memiliki petugas keamanan sehingga saya merasa aman disekitar bank syariah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Bank syariah memiliki fasilitas umum yang nyaman bagi nasabah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sumber: adopsi dari skripsi Vita Nurhayati (2016) berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Mikro Syari’ah.” Salatiga: Skripsi Sarjana, perbankan Syariah, IAIN Salatiga.

V. Motivasi (X₅) terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Y)

Pernyataan		Penilaian				
No.	Motivasi	5	4	3	2	1
1.	Saya tertarik menjadi nasabah bank syariah karena rekomendasi dari teman kerja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Saya tertarik menjadi nasabah bank syariah karena untuk kebutuhan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Saya tertarik menjadi nasabah bank syariah karena termotivasi dari ceramah ustad-ustad tentang perbankan syariah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.	Saya tertarik menjadi nasabah perbankan syariah agar terhindar dari riba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Saya tertarik menjadi nasabah bank syariah karena adanya perintah dari atasan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sumber: adopsi dari skripsi Anggie Nurmalasari (2019) berjudul "Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Ponorogo Di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo." Ponorogo: Skripsi Sarjana, Perbankan Syariah, IAIN Ponorogo.

VI. Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Y)

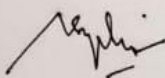
No.	Pernyataan	Penilaian				
		5	4	3	2	1
1.	Saya berminat menjadi nasabah bank syariah karena kebutuhan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Saya berminat menjadi nasabah bank syariah karena mempunyai rasa ingin tahu terhadap produk perbankan syariah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Saya akan merekomendasikan bank syariah kepada orang-orang disekeliling saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Saya menjadi nasabah bank syariah karena saya yakin terhindar dari riba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Saya berminat menjadi nasabah bank syariah karena lokasinya strategis dan mudah dijangkau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sumber: adopsi dari skripsi Khanif Rahmanto (2016) berjudul "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sragen Kab. Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah." Salatiga: Skripsi Sarjana, Perbankan Syariah, IAIN Salatiga. Dan adopsi dari skripsi Triyono (2017) berjudul "Pengaruh Presepsi dan Kepercayaan Terhadap Minat Guru Menjadi Nasabah Perbankan Syariah di Sragen." Surakarta: Skripsi Sarjana, Perbankan Syariah, IAIN Surakarta.

Bengkulu, Februari 2020

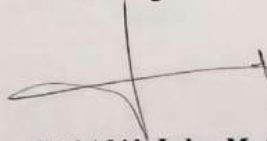
Menyetujui,

Pembimbing I



Drs. M. Syakroni, M.Ag
NIP. 195707061987031003

Pembimbing II



Yetti Afrida Indra, M. Akt
NIDN. 0214048401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KOTA BENGKULU
KANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN TELUK SEGARA
Jl. Van Iskandar Baksir Kelurahan Jitra kota Bengkulu

SURAT IZIN PENELITIAN

Nomor : B-64 /Kua.07.04.02/PW.05/02/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu memberikan Izin Penelitian kepada :

Nama : Dona Dwi Saputri
NIM : 1611140004
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : IAIN Bengkulu

Untuk : Melakukan Penelitian tentang Pengaruh Persepsi, Promosi, bagi hasil, lokasi dan motivasi terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)

Penelitian ini dilakukan selama 3 (tiga) hari dari tanggal 18 Februari sampai dengan 20 Februari 2020 Pada Kantor Urusan Agama Kec. Teluk Segara kota Bengkulu.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini dibuat sebagai lampiran pembuatan Skripsi.

Bengkulu, 20 Februari 2020
Kepala,



H. Suwardin, MH
NIP.197509072009121003



waKEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KOTA BENGKULU
KANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN RATU SAMBAN
JalanPutriGadingCempaka RT.04 KelurahanPenurunan, Bengkulu 38221
Email : kua.ratusamban@yahoo.co.id

SURAT KETERANGAN

Melalui surat ini, saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : RUDIAN,S.Ag.,MH
Jabatan : Kepala
Unit Kerja : KUA Kecamatan Ratu Samban

Menerangkan bahwa :

Nama : DONA DWI SAPUTRI
NIM : 161 114 008
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Universitas : Institut Agama Islam Negeri Bengkulu

Telah melakukan penelitian di KUA Kecamatan Ratu Samban pada Tanggal 18 Februari 2020 untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul : **"Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)"**.

Demikian surat keterangan ini, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Bengkulu, 18 Februari 2020
Kepala

RUDIAN, S.Ag.,MH
NIP. 197409142003121001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR URUSAN AGAMA
KECAMATAN GADING CEMPAKA KOTA BENGKULU
Jl. Timur Indah Raya Rt 06 Kelurahan Timur Indah Kota Bengkulu 38229

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor : Ba/Kua.07.04.08/OT.00/02/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : Dona Dwi Saputri

NIM : 1611140008

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Telah selesai melakukan penelitian di Kantor Urusan Agama Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu dalam rangka pengambilan data untuk penyusunan Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hadil, Lokasi, dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)."**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, Februari 2020



Muhammad Yasir, MHI
NIP. 197411022005011000



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KOTA BENGKULU
KANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN RATU AGUNG
Jalan Anggrek No.13 Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : B. 82 /Kua.07.04.08/OT.00/02/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Dona Dwi Saputri
NIM : 161 114 0008
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
IAIN Bengkulu

Telah selesai melaksanakan penelitian di Kantor KUA Kec. Ratu Agung Kota Bengkulu dalam rangka pengambilan data untuk penyusunan Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah" (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Bengkulu, 20 Februari 2020

Kepala
Penghulu



Hanafi, S.Sos.I
Nip.198405202009121007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KOTA BENGKULU
KANTOR URUSAN AGAM KECAMATAN SELEBAR
Jl. Telaga Dewa Baru Kel. Pagar Dewa

SURAT KETERANGAN


No : B 128 /KUA.07.4.3/BA.01/2/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : Dona Dwi Saputri
NIM : 1611140008
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Telah melaksanakan penelitian di Kantor Urusan Agama Kecamatan Selebar Kota Bengkulu dalam rangka pengambilan data untuk penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusuan Agama Kota Bengkulu)”**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 21 Februari 2020
Kepala

Sayuti Haryono, S.H.I
NIP. 197907022009011011

SURAT PERNYATAAN PLAGIASI

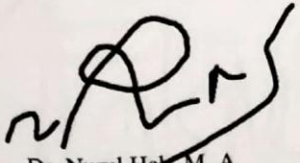
Nama : Dona Dwi Saputri
NIM : 1611140008
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)

Telah dilakukan verifikasi plagiasi melalui <http://smallseotools.com/plagiarsm-checker/> skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjauan ulang kembali.

Bengkulu, 06 Mei 2020 M
13 Ramadhan 1441 H

Mengetahui Tim Verifikasi


Dr. Nurul Hak, M. A.
NIP. 196606161995031002

Yang Membuat Pernyataan


Dona Dwi Saputri
NIM 1611140008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax: (0736) 51172

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dona Dwi Saputri Program Studi: Perbankan Syariah
Nim : 1611140008 Pembimbing I : Drs. M. Syakroni, M.Ag
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1.	Rabu, 22/01/2020	Proposal skripsi	Perbaiki!	
2.	Rabu, 29/01/2020	Proposal skripsi	Acc	
3.	Senin, 02/03/2020	Hal-hal depan skripsi dan BAB I	Perbaiki!	
4.	Selasa, 03/03/2020	Hal-hal depan skripsi dan BAB I	Acc	
5.	Senin, 09/03/2020	BAB II	Perbaiki!	

Bengkulu,

Mengetahui,
Kepada Jurusan

Desi Isnaini, M.A.
NIP. 197412022006042001

Pembimbing I

Drs. M. Syakroni, M.Ag
NIP. 195707061987031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

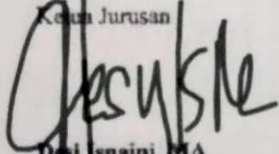
LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dona Dwi Saputri Program Studi: Perbankan Syariah
Nim : 1611140008 Pembimbing I : Drs. M. Syakroni, M.Ag
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan
Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan
Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota
Bengkulu)

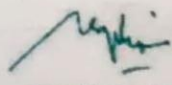
No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
6.	Selasa, 10/03/2020	BAB II	Acc	9
7.	Rabu, 11/03/2020	BAB III	Acc dengan perbaikan	9
8.	Jum'at, 10/04/2020	BAB IV	Perbaiki sistem penulisan dan tambahkan data pegawai KUA	9
9.	Rabu, 15/04/2020	BAB V dan daftar pustaka	Kesimpulan harus discusuaikan dengan permasalahan	9
10.	Rabu, 22/04/2020	- BAB IV - BAB V - Daftar pustaka	Acc	9

Bengkulu, 22 April 2020

Mengetahui,
Kepan Jurusan


Dwi Saputri, MA
NIP: 197412022006042001

Pembimbing I


Drs. M. Syakroni, M.Ag
NIP. 195707061987031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

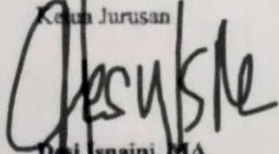
LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dona Dwi Saputri Program Studi: Perbankan Syariah
Nim : 1611140008 Pembimbing I : Drs. M. Syakroni, M.Ag
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Lokasi, dan
Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan
Syariah (Studi Pada Pegawai Kantor Urusan Agama Kota
Bengkulu)

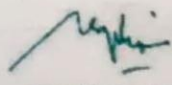
No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
6.	Selasa, 10/03/2020	BAB II	Acc	9
7.	Rabu, 11/03/2020	BAB III	Acc dengan perbaikan	9
8.	Jum'at, 10/04/2020	BAB IV	Perbaiki sistem penulisan dan tambahkan data pegawai KUA	9
9.	Rabu, 15/04/2020	BAB V dan daftar pustaka	Kesimpulan harus discusuaikan dengan permasalahan	9
10.	Rabu, 22/04/2020	- BAB IV - BAB V - Daftar pustaka	Acc	9

Bengkulu, 22 April 2020

Mengetahui,
Kepan Jurusan


Dwi Saputri, MA
NIP: 197412022006042001

Pembimbing I


Drs. M. Syakroni, M.Ag
NIP. 195707061987031003

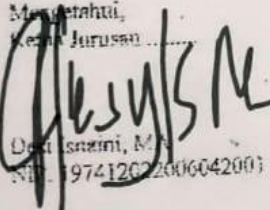


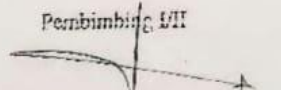
LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dora Dwi Saputra Program Studi : Perbankan Syariah
 NIM : 161190008 Pembimbing I/II : Yekti Afidinda Indra, M. Ak
 Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi, Peranan, Biaya Harian, Lokasi, dan Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi pada Pegawai Kantor urusan Agama kota Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Prjkt
1	Kamis / 23-1-2020	Bab 1 - 3	<ul style="list-style-type: none"> Penulisan Nomor tabel gambar lihat pedoman Penulisan skripsi Teori-teori tentang Variabel penelitian Korangan logika Buat jurnal Paralel 	+
2	Selasa / 28-1-2020	Kulisioner	<ul style="list-style-type: none"> Lengkapi sumber referensi keterkaitan Variabel X dan Y pada sub judul Makna Variabel Teori/ Sumber Zaman Buat Tgl pengesahan Pembimbing I & II 	+

Bengkulu, 28-1-2020

Mengstahui,
 Ketua Jurusan

 Dora Dwi Saputra, M. Ak
 NIP. 197412022006042003

Pembimbing I/II

 (Yekti Afidinda Indra, M. Ak)
 NIP/NIDN 02 14048401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

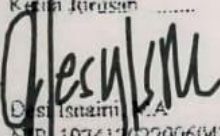
Jalan Sultan Hassanudin Palembang
 Telp. (0713) 41171-41172-41173-41174-41175-41176-41177-41178-41179-41180-41181

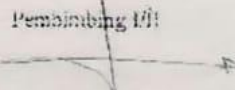
LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dona Dwi Saputra Program Studi : Perencanaan Syariah
 NIM : 16140302 Pembimbing I/II : Yetti Afrida Indra, M.A.
 Judul Skripsi : Pengaruh persepsi promosi berbasis kearifan lokal terhadap minat menjadi nasabah Perbankan Syariah (Studi pada Perbankan Syariah Ummat Agama Kota Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Draf
3	Kamis / 27-2-2020	Bab 4	- Cara Bawa hasil Tabel hasil Datanya Data primer, Coba jelaskan Secara Rinci	✓
4	Rabu / 4-3-2020	Bab 4-5	Bab 2 - Pembahasan di perbaiki Kesimpulan Perbaiki	✗

Bengkulu,

Mengetahui,
 Ketua Jurusan

 Dwi Istiana, S.A.
 NIP. 197411022006142001

Pembimbing I/II

 Yetti Afrida Indra, M.A.
 NIP. 196107190484001

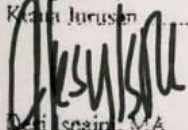


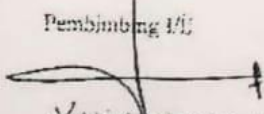
LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dona Dwi Satrio Program Studi : Perbankan Syariah
NIM : 1611140008 Pembimbing I/II : Yetti Arinda Inka Mulya
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Promosi, Harga, Lokasi dan Motivasi terhadap Minat meneliti, Nelayan Perbankan Syariah

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Prof
5.	Kamis/5-3-2020	Bab 1 - 5 Full Skripsi	ACC	<input checked="" type="checkbox"/>

Bengkulu, 5-3-2020

Mengetahui,
Kecamatan Jurusan

Dekan Jurusan, MA
NIP. 197412022006142001

Pembimbing I/II

Yetti Arinda Inka Mulya
NIP./NIK. 0214008401

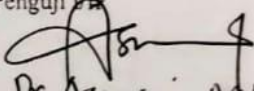
LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama : Dona Dwi Saputri
 NIM : 161140008
 Judul Skripsi :

No	Tanggal	Masalah	Saran	Par
1.	20/5/2020	Persembahan	yg ada ? & hilang saja	A
2.		Teori Hg pengaruh $x \rightarrow y$	ditulis kuwas & 7. Konstruksi Ulang bab II	A
3.		h. 38 no 7 apa penting? s.d. 50	Jika bukan variabel Mela & hilangnya aja	
4.		h 51 y	lengkap	
5.		populasi g atau 5	Tekniknya & benar	
6.		sampel h. 56	5 & pile sbg sampel hrs ada alasan ya	
7.		Teknik sampling h. 57	kesulitan & distribusinya harus jelas	
8.		data Responden	lengkap saja jelas	

Bengkulu, 20 Mei 2020

Penguji


 Dr. Asnaini, MA

NIP.

DATA RESPONDEN

No	Nama	Tempat, Tanggal Lahir	Pendidikan	Usia	Jabatan	Jenis Kelamin
1	Rudian S.Ag	Rigangan, 14-09-1974	S1	45	Kepala	laki-laki
2	H. Masyhuri, S.Ag M.HI	Talang Arah, 18-08-1972	S2	47	Penghulu	laki-laki
3	H. Marzuki, S.Pd	Betung, 12-08-1972	S2	47	Penyuluh	laki-laki
4	Caya Agustriyati, S.Ag	Bengkulu, 31-08-1973	S1	46	Penyuluh	perempuan
5	Yusni Lelawati	Tempel Rejo, 12-11-1973	SMA	46	JFU	perempuan
6	Merti Guri. AR	Bengkulu, 27-03-1986	D3	33	JFU	perempuan
7	Laili Harmi, S.Ag	Lahat, 10-04-1967	S1	52	JFU	perempuan
8	H. Suwardin, M.H	Pino Raya, 07-09-1975	S2	44	Kepala	laki-laki
9	Sahmil, S.Ag	Rejang Lebong, 15-12-1970	S1	49	Penghulu	laki-laki
10	Salamun, S.Pd.I	Bengkulu, 14-02-1975	S1	45	Penyuluh	laki-laki
11	Joni Harben, S.Ag	Curup, 10-07-1966	S1	53	Penghulu	laki-laki
12	Yulmaini	Bengkulu, 21-01-1965	SMA	54	JFU	perempuan
13	Raden Ajeng Melfaliantine	Bengkulu, 25-05-1982	S1	37	JFU	perempuan
14	Irwan Gunawan, S.Pd.I	Bengkulu, 20-08-1971	S1	48	JFU	laki-laki
15	Samsidar	Kepahiang, 15-10-1962	SMA	57	JFU	laki-laki
16	Nurwilasmi	Kampung Dalam, 14-05-1968	D2	51	JFU	perempuan
17	Nurcaya, S.E.I	Bengkulu, 05-11-1974	S1	45	JFU	perempuan
18	Anton Noverdin, S.Ag	Bengkulu, 09-11-1974	S1	45	Penyuluh	laki-laki
19	Muhammad Yasir, MHI	Purba Baru, 03-11-1974	S2	45	Kepala	laki-laki
20	Ardiansyah, MHI	Palembang, 08-08-1984	S2	35	Penghulu	laki-laki
21	Yesita Komala, S,Pd.I	Jaya Tinggi, 03-02-1975	S1	44	JFU	perempuan
22	Hendra, S.Ag	Bkl Utara, 25-09-1974	S1	45	Penyuluh	laki-laki
23	Nizar	Lahat, 20-04-1967	SMA	52	JFU	laki-laki
24	Munawarah, S.Pd.I	Karang Endang, 15-09-1963	S1	56	JFU	perempuan
25	Ely Agustina, M.TPd	Bengkulu, 09-08-1984	S2	35	Penyuluh	perempuan
26	Muhidin, S.E	Lampung, 20-05-1980	S1	39	Penyuluh	laki-laki
27	Hj. Nurleila, M.I.S, SH.I, MM	Bengkulu, 14-01-1980	S2	39	JFU	perempuan

28	Beni Hutagalung, S.Ag	Bengkulu, 02-11-1976	S1	43	Kepala	laki-laki
29	Hanafi, S.Sos.I	Bengkulu, 20-05-1984	S1	35	Penghulu	laki-laki
30	Ahmad Bukhari, S.H.I	Bengkulu, 16-01-8-1984	S1	35	Penghulu	laki-laki
31	Ali Warman, S.Ag, MH	Palembang, 29-09-1975	S1	44	Penghulu	laki-laki
32	Joni Putera, S.Ag, M.Hi	Paninjauan, 04-11-1970	S2	49	Penyuluh	laki-laki
33	Hasnatul Aini, S.Kom	Napal, 04-10-1971	S1	48	JFU	perempuan
34	Titi Sumanti, S.Sos	Bkl Utara, 21-01-1972	S1	47	JFU	perempuan
35	Kartini	Selasih, 08-04-1964	SMA	55	JFU	perempuan
36	Eni Sumiati M.H.I	Manna, 04-11-1971	S2	48	Penyuluh	perempuan
37	Yuni Sulastri Anggraini, S.Hi	Kayu Agung, 08-06-1987	S1	32	JFU	perempuan
38	Asiatul Martati, A.Ma	Palo Panjang, 12-08-1974	D2	45	JFU	perempuan
39	Drs.H. Mahasurman, M.H.I	Bkl Selatan, 12-11-1966	S2	53	Penyuluh	laki-laki
40	Apriyanti, S.Pd.I	Bkl Selatan, 18-04-1972	S1	47	Penyuluh	perempuan
41	Sayuti Haryonom S.H.I	Puguk, 02-07-1979	S1	40	Kepala	laki-laki
42	Yasiruddin, S.Ag	Tj Gadang, 06-01-1962	S1	57	Penghulu	laki-laki
43	Zulhamdi, S.H.I	Bengkulu, 25-11-1982	S1	37	Penghulu	laki-laki
44	H. Hardi, S.Ag	Boyolali, 02-01-1969	S1	50	Penghulu	laki-laki
45	Latipa, S.Ag	Palembang, 05-10-1967	S1	52	JFU	perempuan
46	Harun Arifin, A.Md	Batu Bandung, 01-01-1963	D3	56	JFU	laki-laki
47	Beti Sofia, S.Pd	Silago, 08-01-1972	S1	47	JFU	perempuan
48	Bainudin, S.Pd.I	Mandi Agin, 18-03-1976	S1	42	JFU	laki-laki
49	Yurda Heti, S.Ag	Jenggalu, 14-12-1972	S2	47	Penyuluh	perempuan
50	Yurlan Hamidi, M.Pd.I	Pagar Agung, 12-11-1983	S2	36	Penyuluh	laki-laki

TABULASI DATA KUESIONER RESPONDEN

No	PERSEPSI (X1)					TOTAL X1	PROMOSI (X2)					TOTAL X2	BAGI HASIL (X3)					TOTAL X3	LOKASI (X4)					TOTAL X4
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
1	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	23	4	4	5	4	4	21	5	5	5	5	5	25
2	5	4	4	5	4	22	3	4	3	4	5	19	3	3	4	4	3	17	4	4	4	5	4	21
3	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	4	20	5	5	5	3	3	21
4	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	4	22	4	4	4	5	4	21
5	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	3	17	4	5	4	4	4	21
6	3	3	4	4	3	17	4	4	5	3	3	19	4	4	4	4	4	20	3	4	3	3	4	17
7	3	4	4	4	3	18	4	4	4	3	4	19	5	4	4	5	4	22	4	4	4	5	4	21
8	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	5	18	3	4	3	4	3	17	3	4	3	3	4	17
9	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	4	18	3	3	4	4	3	17	5	4	5	4	4	22
10	5	4	5	4	5	23	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	5	19
11	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	4	22	4	4	5	5	4	22	5	4	4	4	4	21
12	4	4	3	4	3	18	5	4	5	4	4	22	4	4	5	5	4	22	3	3	4	5	4	19
13	5	5	4	4	5	23	3	4	3	4	5	19	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
14	5	4	5	5	4	23	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	4	22	5	5	5	4	4	23
15	4	4	5	5	4	22	3	3	4	5	4	19	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
17	4	3	4	4	3	18	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20	3	4	3	3	4	17
18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	4	22	3	4	3	3	4	17
19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
20	3	3	4	4	3	17	3	4	3	3	4	17	3	3	4	4	3	17	4	4	5	4	5	22
21	3	4	3	4	3	17	3	4	3	3	4	17	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18
23	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	5	21	4	4	5	3	3	19
24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	4	23	4	4	4	3	4	19
25	4	4	5	5	4	22	4	5	5	5	5	24	4	3	4	4	3	18	3	3	3	4	5	18
26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18	3	4	3	4	4	18
27	4	4	5	5	4	22	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	5	22

28	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	4	22
29	5	5	5	5	5	25	3	3	4	5	4	19	3	3	4	4	3	17	5	4	5	4	4	22
30	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	4	22	3	4	3	4	5	19
31	4	4	5	5	4	22	4	5	5	5	5	24	4	4	5	5	4	22	5	4	4	4	4	21
32	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22	3	3	4	5	4	19
33	4	4	5	4	4	21	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20
34	4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	4	21	5	4	4	5	4	22	5	5	5	4	4	23
35	3	3	4	4	3	17	5	5	5	3	3	21	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	4	20
36	4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	3	4	4	3	18	3	4	3	3	4	17
38	3	4	4	4	3	18	3	4	3	3	4	17	3	3	4	4	3	17	3	4	3	3	4	17
39	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
40	3	4	4	4	3	18	3	4	3	3	4	17	3	3	4	4	3	17	5	5	5	4	5	24
41	3	3	4	4	3	17	5	5	5	3	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
42	3	3	4	4	3	17	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	24
43	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20
44	4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
45	5	4	5	4	4	22	3	3	4	5	5	20	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	4	18	3	3	4	4	3	17	3	3	4	5	4	19
47	4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
48	4	5	4	5	4	22	3	4	3	4	4	18	3	4	3	4	3	17	4	5	5	5	5	24
49	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
50	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20

No	MOTIVASI (X5)					TOTAL X5	MINAT (Y)					TOTAL Y
	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	3	3	5	4	4	19	4	4	5	5	4	22
2	3	3	4	4	3	17	3	4	3	3	4	17
3	3	3	4	5	5	20	4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	3	3	4	3	2	15	3	3	4	3	3	16
6	4	4	5	4	4	21	4	4	5	5	4	22
7	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	4	2	15	3	3	3	3	3	15
9	4	3	4	3	2	16	3	4	3	3	3	16
10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	5	4	21	5	4	5	5	4	23
12	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	4	23
13	4	3	4	3	3	17	3	4	3	3	4	17
14	4	4	4	5	4	21	5	4	4	5	5	23
15	3	3	4	3	3	16	3	3	4	3	3	16
16	3	3	4	5	5	20	4	4	4	4	4	20
17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
18	3	3	5	4	4	19	4	4	4	4	4	20
19	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20
20	3	3	3	3	2	14	3	4	3	3	4	17
21	3	3	3	3	2	14	3	4	3	3	4	17
22	3	3	4	4	5	19	4	4	4	4	4	20
23	4	4	5	5	4	22	5	5	5	5	5	25
24	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	4	20
25	4	4	5	4	4	21	4	5	5	4	5	23
26	3	3	4	5	4	19	4	4	4	4	4	20
27	4	4	5	5	4	22	5	5	5	5	5	25
28	3	3	5	5	4	20	4	4	4	4	4	20
29	3	3	3	2	1	12	3	3	4	3	3	16
30	3	3	5	4	3	18	4	4	4	4	4	20
31	4	4	5	4	4	21	4	5	5	4	5	23
32	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
33	4	4	5	4	4	21	5	5	5	5	5	25
34	3	3	5	5	4	20	4	4	4	4	4	20
35	3	3	5	5	5	21	5	5	5	5	5	25
36	3	3	5	4	5	20	4	4	4	4	4	20
37	4	4	5	4	4	21	4	5	4	5	5	23
38	3	2	3	3	3	14	3	4	3	3	4	17
39	3	2	4	3	3	15	4	4	4	4	4	20
40	3	1	3	3	3	13	3	4	3	3	4	17
41	4	4	5	5	4	22	5	5	5	5	5	25
42	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	4	20
43	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
44	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20

45	3	2	3	3	3	14	3	3	4	3	3	16
46	3	2	3	2	2	12	3	4	3	3	4	17
47	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
48	3	3	3	3	2	14	3	4	3	3	4	17
49	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
50	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	4	20

1. Hasil Uji Validitas

a) Validitas Persepsi (soal nomor 1-5)

Correlations

		Persepsi (X1.1)	Persepsi (X1.2)	Persepsi (X1.3)	Persepsi (X1.4)	Persepsi (X1.5)	Persepsi (X1)
Persepsi (X1.1)	Pearson Correlation	1	.473**	.413**	.414**	.752**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.001	.003	.003	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Persepsi (X1.2)	Pearson Correlation	.473**	1	.275	.234	.684**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.001		.053	.103	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Persepsi (X1.3)	Pearson Correlation	.413**	.275	1	.594**	.475**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.003	.053		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Persepsi (X1.4)	Pearson Correlation	.414**	.234	.594**	1	.303	.654**
	Sig. (2-tailed)	.003	.103	.000		.032	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Persepsi (X1.5)	Pearson Correlation	.752**	.684**	.475**	.303	1	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.032		.000
	N	50	50	50	50	50	50
Persepsi (X1)	Pearson Correlation	.827**	.701**	.726**	.654**	.861**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

b) Validitas Promosi (soal nomor 1-5)

Correlations

		Promosi (X2.1)	Promosi (X2.2)	Promosi (X2.3)	Promosi (X2.4)	Promosi (X2.5)	Promosi (X2)
Promosi (X2.1)	Pearson Correlation	1	.650**	.808**	.061	-.053	.776**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.676	.712	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Promosi (X2.2)	Pearson Correlation	.650**	1	.496**	-.073	.085	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.613	.556	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Promosi (X2.3)	Pearson Correlation	.808**	.496**	1	.248	.079	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.083	.585	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Promosi (X2.4)	Pearson Correlation	.061	-.073	.248	1	.528**	.554**
	Sig. (2-tailed)	.676	.613	.083		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Promosi (X2.5)	Pearson Correlation	-.053	.085	.079	.528**	1	.458**

	Sig. (2-tailed)	.712	.556	.585	.000		.001
	N	50	50	50	50	50	50
Promosi (X2)	Pearson Correlation	.776**	.635**	.833**	.554**	.458**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	50	50	50	50	50	50

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

c) Validitas Bagi Hasil (soal nomor 1-5)

Correlations

		Bagi Hasil (X3.1)	Bagi Hasil (X3.2)	Bagi Hasil (X3.3)	Bagi Hasil (X3.4)	Bagi Hasil (X3.5)	Bagi Hasil (X3)
Bagi Hasil (X3.1)	Pearson Correlation	1	.530**	.413**	.563**	.694**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Bagi Hasil (X3.2)	Pearson Correlation	.530**	1	.349*	.392**	.799**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.013	.005	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Bagi Hasil (X3.3)	Pearson Correlation	.413**	.349*	1	.596**	.494**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.003	.013		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Bagi Hasil (X3.4)	Pearson Correlation	.563**	.392**	.596**	1	.482**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Bagi Hasil (X3.5)	Pearson Correlation	.694**	.799**	.494**	.482**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
Bagi Hasil (X3)	Pearson Correlation	.832**	.783**	.701**	.743**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

d) Validitas Lokasi (soal nomor 1-5)

Correlations

		Lokasi (X4.1)	Lokasi (X4.2)	Lokasi (X4.3)	Lokasi (X4.4)	Lokasi (X4.5)	Lokasi (X4)
Lokasi (X4.1)	Pearson Correlation	1	.610**	.806**	.185	-.032	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.198	.826	.000
	N	50	50	50	50	50	50

Lokasi (X4.2)	Pearson Correlation	.610**	1	.496**	-.010	.195	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.947	.175	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Lokasi (X4.3)	Pearson Correlation	.806**	.496**	1	.370**	.033	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.008	.819	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Lokasi (X4.4)	Pearson Correlation	.185	-.010	.370*	1	.457**	.591**
	Sig. (2-tailed)	.198	.947	.008		.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Lokasi (X4.5)	Pearson Correlation	-.032	.195	.033	.457**	1	.414**
	Sig. (2-tailed)	.826	.175	.819	.001		.003
	N	50	50	50	50	50	50
Lokasi (X4)	Pearson Correlation	.811**	.666**	.850**	.591**	.414**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	
	N	50	50	50	50	50	50

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

e) Validitas Motivasi (soal nomor 1-5)

Correlations

	Motivasi (X5.1)	Motivasi (X5.2)	Motivasi (X5.3)	Motivasi (X5.4)	Motivasi (X5.5)	Motivasi (X5)
Motivasi (X5.1)	Pearson Correlation	1	.798**	.401*	.361*	.372**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.010	.008
	N	50	50	50	50	50
Motivasi (X5.2)	Pearson Correlation	.798**	1	.530**	.559**	.475**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50
Motivasi (X5.3)	Pearson Correlation	.401*	.530**	1	.613**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50
Motivasi (X5.4)	Pearson Correlation	.361*	.559**	.613**	1	.784**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50
Motivasi (X5.5)	Pearson Correlation	.372**	.475**	.661**	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50
Motivasi (X5)	Pearson Correlation	.675**	.804**	.804**	.856**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50

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

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

f) Validitas Minat (soal nomor 1-5)

Correlations

		Minat (Y.1)	Minat (Y.2)	Minat (Y.3)	Minat (Y.4)	Minat (Y.5)	Minat (Y)
Minat (Y.1)	Pearson Correlation	1	.650**	.808**	.929**	.713**	.942**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Minat (Y.2)	Pearson Correlation	.650**	1	.496**	.629**	.934**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Minat (Y.3)	Pearson Correlation	.808**	.496**	1	.849**	.516**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Minat (Y.4)	Pearson Correlation	.929**	.629**	.849**	1	.685**	.944**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Minat (Y.5)	Pearson Correlation	.713**	.934**	.516**	.685**	1	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
Minat (Y)	Pearson Correlation	.942**	.813**	.853**	.944**	.849**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

2. Hasil Uji Reliabilitas

a) Reliabilitas Persepsi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	5

b) Reliabilitas Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.670	5

c) Reliabilitas Bagi Hasil

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	5

d) Reliabilitas Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	5

e) Reliabilitas Motivasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	5

f) Reliabilitas Minat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	5

Regression

Notes

Output Created		26-Feb-2020 22:05:25
Comments		
Input	Data	C:\Users\Acer\Documents\data dona.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax	<pre> REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Total_Y /METHOD=ENTER Total_X1 Total_X2 Total_X3 Total_X4 Total_X5 /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED) /RESIDUALS HIST(ZRESID) NORM(ZRESID). </pre>	
Resources	Processor Time	00:00:01.078
	Elapsed Time	00:00:01.125
	Memory Required	3276 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	880 bytes

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat (Y)	20.10	2.830	50
Persepsi (X1)	20.30	1.982	50
Promosi (X2)	20.34	2.047	50
Bagi Hasil (X3)	19.60	2.119	50
Lokasi (X4)	20.28	2.080	50
Motivasi (X5)	18.60	3.090	50

Correlations

	Minat (Y)	Persepsi (X1)	Promosi (X2)	Bagi Hasil (X3)	Lokasi (X4)	Motivasi (X5)	
Pearson Correlation	Minat (Y)	1.000	-.162	.833	.698	-.119	.828
	Persepsi (X1)	-.162	1.000	.246	.063	.187	-.077
	Promosi (X2)	.833	.246	1.000	.606	-.042	.690
	Bagi Hasil (X3)	.698	.063	.606	1.000	.026	.679
	Lokasi (X4)	-.119	.187	-.042	.026	1.000	-.119
	Motivasi (X5)	.828	-.077	.690	.679	-.119	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat (Y)	.	.131	.000	.000	.205	.000
	Persepsi (X1)	.131	.	.043	.331	.097	.298
	Promosi (X2)	.000	.043	.	.000	.386	.000
	Bagi Hasil (X3)	.000	.331	.000	.	.429	.000
	Lokasi (X4)	.205	.097	.386	.429	.	.206
	Motivasi (X5)	.000	.298	.000	.000	.206	.
N	Minat (Y)	50	50	50	50	50	50
	Persepsi (X1)	50	50	50	50	50	50
	Promosi (X2)	50	50	50	50	50	50
	Bagi Hasil (X3)	50	50	50	50	50	50
	Lokasi (X4)	50	50	50	50	50	50
	Motivasi (X5)	50	50	50	50	50	50

Variables Entered/Removed^d

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Motivasi (X5), Persepsi (X1), Lokasi (X4), Bagi Hasil (X3), Promosi (X2) ^a		Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Minat (Y)

Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 ^a	.903	.891	.932

- a. Predictors: (Constant), Motivasi (X5), Persepsi (X1), Lokasi (X4), Bagi Hasil (X3), Promosi (X2)
b. Dependent Variable: Minat (Y)

ANOVA^d

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	354.258	5	70.852	81.520	.000 ^a
	Residual	38.242	44	.869		
	Total	392.500	49			

- a. Predictors: (Constant), Motivasi (X5), Persepsi (X1), Lokasi (X4), Bagi Hasil (X3), Promosi (X2)
b. Dependent Variable: Minat (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.865	2.141		1.338	.188		
	Persepsi (X1)	-.437	.075	-.306	-5.804	.000	.798	1.253
	Promosi (X2)	.875	.101	.632	8.637	.000	.413	2.421
	Bagi Hasil (X3)	.209	.090	.156	2.329	.025	.492	2.031
	Lokasi (X4)	-.012	.066	-.008	-.175	.862	.938	1.066
	Motivasi (X5)	.239	.071	.261	3.352	.002	.364	2.748

- a. Dependent Variable: Minat (Y)

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	Persepsi (X1)	Promosi (X2)	Bagi Hasil (X3)	Lokasi (X4)	Motivasi (X5)
1	1	5.954	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.027	14.972	.01	.04	.00	.01	.08	.18
	3	.008	26.628	.00	.37	.04	.00	.54	.02
	4	.005	36.133	.00	.04	.02	.88	.09	.40
	5	.003	43.502	.25	.55	.53	.08	.04	.27

6	.003	44.971	.74	.00	.41	.03	.24	.13
---	------	--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

a. Dependent Variable: Minat (Y)

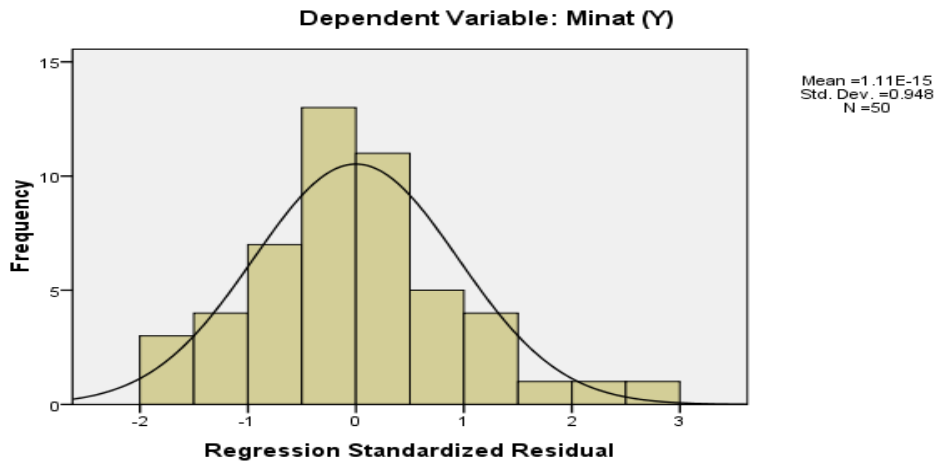
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14.73	25.37	20.10	2.689	50
Std. Predicted Value	-1.996	1.958	.000	1.000	50
Standard Error of Predicted Value	.198	.502	.315	.071	50
Adjusted Predicted Value	14.39	25.46	20.10	2.716	50
Residual	-1.818	2.458	.000	.883	50
Std. Residual	-1.950	2.636	.000	.948	50
Stud. Residual	-2.072	2.826	.003	1.018	50
Deleted Residual	-2.061	2.825	.005	1.023	50
Stud. Deleted Residual	-2.156	3.088	.009	1.050	50
Mahal. Distance	1.227	13.245	4.900	2.644	50
Cook's Distance	.000	.236	.027	.049	50
Centered Leverage Value	.025	.270	.100	.054	50

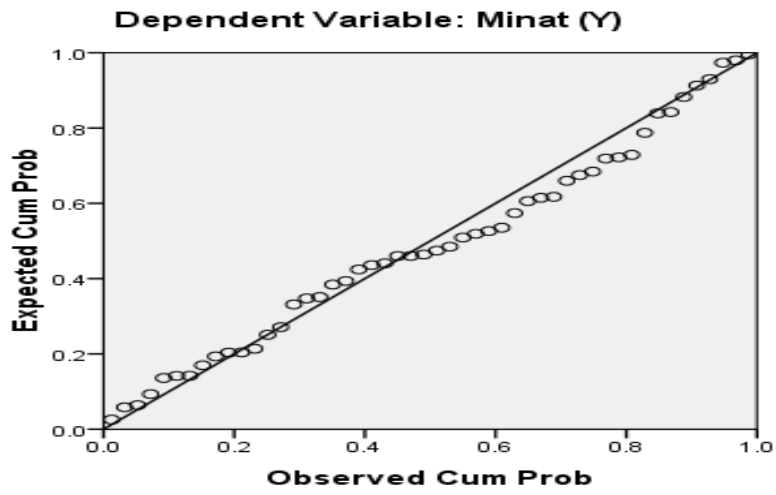
a. Dependent Variable: Minat (Y)

Charts

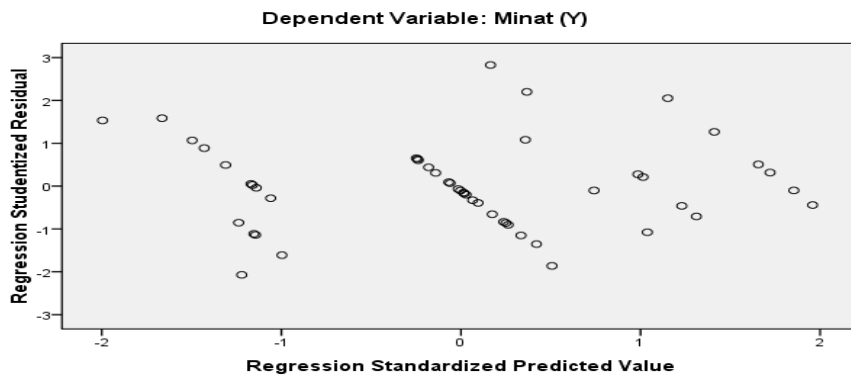
Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



DOKUMENTASI

