

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI UMAT MUSLIM
MELAKUKAN TRANSAKSI DI PT. BANK SUMUT
KCP SYARIAH RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI

*Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat
Guna memperoleh gelar sarjana pada program studi
perbankan syariah*

Oleh :

NUR ASRI RAHAYU
1801270005



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan
Transaksi Di PT. Bank Sumut Kep Syariah Rantauprapat**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :

**Nur Asri Rahayu
NPM : 1801270005**

Program Studi Perbankan Syariah

Pembimbing



Rahmat Hidayat. ST.,M.M

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

PERSEMBAHAN

Karya Ilmiah Kupersembahkan Kepada Keluargaku

Ayahanda Saliono

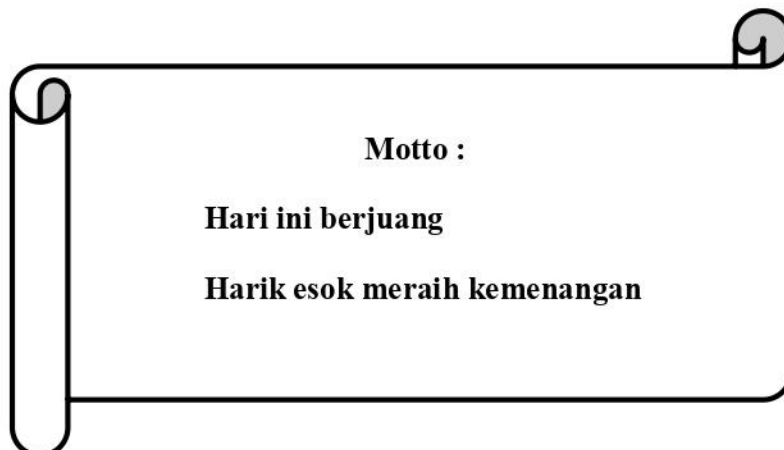
Ibunda Wagini

Abang Ahmad Azmain

Abang Muhammad Ali Akbar Rambe

*Tiada henti untuk mendoakan, memberikan semangat dan
dukungan kepadaku dalam menyelesaikan*

Penelitian ini



PERNYATAAN ORISINILITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nur Asri Rahayu
Npm : 1801270005
Jenjang Pendidikan : Strata-1 (S-1)
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul: **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi Di Pt. Bank Sumut Kcp Syariah Rantauprapat** merupakan karya asli saya. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarisme maka saya bersedia ditindak dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 30 Agustus 2022

Yang Menyatakan:



NUR ASRI RAHAYU

Npm : 1801270005

**PERSETUJUAN
SKRIPSI BERJUDUL**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI UMAT MUSLIM
MELAKUKAN TRANSAKSI DI PT. BANK SUMUT
KCP SYARIAH RANTAUPRAPAT**

Oleh:

NUR ASRI RAHAYU

NPM: 1801270005

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi

Medan, 30 Agustus 2022

Pembimbing



Rahmat Hidayat, ST, MM

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

Unggulah Cerdas | Terpercaya

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan, September 2022

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Nur Asri Rahayu** yang berjudul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi Di PT. Bank Sumut Kep Syariah Rantauprapat**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Ekonomi pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Rahmat Hidayat, ST.,M.M

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Nur Asri Rahayu
NPM : 1801270005
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi Di PT. Bank Sumut Kep Syariah Rantauprapat

Medan, September 2022

Pembimbing

Rahmat Hidayat, ST.,M.M

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**

Dr. Rahmayati, M.E.I

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : Nur Asri Rahayu
NPM : 1801270005
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi Di PT. Bank Sumut Kep Syariah Rantauprapat

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, September 2022

Pembimbing



Rahmat Hidayat, ST.,M.M

DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Rahmayati, M.E.I

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

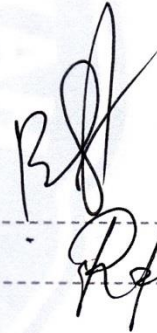
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Nur Asri Rahayu
NPM : 1801270005
Program Studi : Perbankan Syari'ah
Semester : IX
Tanggal Sidang : 24/09/2022
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Rahmayati, SE.I.,M.EI
PENGUJI II : Riyan Pradesyah, SE.Sy.,ME.I



Handwritten signatures of the examiners, Dr. Rahmayati and Riyan Pradesyah, positioned to the right of their respective names.

PENITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 th. 1987

Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

1. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
/	Fathah	A	A
— /	Kasrah	L	I
و —	Dammah	U	U

a. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
— / ع	Fathah dan ya	Ai	a dan i
— / و	Fathah dan waw	Au	a dan u

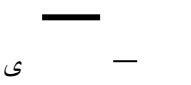

Contoh :

- Kataba : كتب
- Fa'ala : فعل
- Kaifa : كيف

b. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا — —	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas

	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di Atas
	Fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- qāla : قال
- ramā : مار
- qāla : قيل

c. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) Ta marbūtah hidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *amāh*, transliterasinya (t).

2) Ta marbūtah mati

Ta marbūtah yang mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah (h).

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

Contoh:

- *raudah al-atfāl* - *raudatul atfāl*: لروضة الاطفال
- *al-Madīnah al-munawwarah* : المدينة المنورة
- *ṭalḥah*: طلحة

d. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini

tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh :

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : البر
- al-hajj : الحج
- nu'ima : نعم

e. Kata Sandang

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

1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: الرجل
- as-sayyidatu: السيدة
- asy-syamsu: الشمس
- al-qalamu: القلم
- al-jalalu: الجلال

f. Hamzah

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

Contoh:

- *ta'khuzūna*: تاخذون
- *an-nau'*: النوء
- *syai'un*: شيء
- *inna*: ان
- *umirtu*: امرت
- *akala*: اكل

g. Penulisan Kata

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

h. Huruf Kapital

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

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasūl
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallahibibakkatamubarakan

- Syahru Ramadan al-la³unzilafih al-Qur'an
- Syahru Ramadan al-la³unzilafih - Qur'an
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Allhamdulillahirabbil-'alamin

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

Contoh:

- Naṣrun min allah wafathun qarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

i. Tajwid

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

ABSTRAK

Nur Asri Rahayu, 1801270005, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi Di PT. Bank Sumut Kcp Syariah Rantauprapat, pembimbing Rahmat Hidayat, S.T., M.M

Dalam pelaksanaannya bank syariah mempertahankan kualitas produknya dan mempertahankan imagenya, banyak hal yang dapat mempengaruhi hal-hal tersebut seperti lokasinya, brand image, dan juga pelayanannya untuk menarik masyarakat menjadi nasabah di bank tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, *brand image*, dan pelayanan terhadap minat masyarakat muslim menabung di bank syariah. Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, penelitian ini menggunakan angka-angka dengan metode asosiatif. populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di daerah sekitaran Rantauprapat dengan jumlah sampel yaitu berjumlah 30 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nonprobability sampling. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara kuesioner atau angket. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis, dan Koefisien Determinasi menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi dan Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap terhadap Minat Masyarakat, *Brand Image* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Masyarakat. Serta Lokasi, *Brand Image*, Pelayanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Masyarakat menjadi nasabah pada Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat.

Kata kunci: Lokasi, Brand Image, Pelayanan, Minat Masyarakat

ABSTRACT

Nur Asri Rahayu, 1801270005, The Factors That Influence Muslims To Conduct Transactions At PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, Supervisor Rahmat Hidayat, S.T., M.M

In its implementation, Islamic banks maintain the quality of their products and maintain their image, many things can affect these things such as location, brand image, and also their services to attract people to become customers at the bank. This study aims to determine the effect of location, brand image, and service on the interest of the Muslim community to save in Islamic banks. This research method is quantitative research, this research uses numbers with associative method. the population in this study is the community in the area around Rantauprapat with a total sample of 30 people. The sampling technique used in this study is non-probability sampling. This study uses data collection techniques by means of questionnaires or questionnaires. The data analysis techniques used in this study are Validity Test, Reliability Test, Multiple Linear Regression Analysis, Classical Assumption Test, Hypothesis Testing, and Coefficient of Determination using the SPSS version 25.0 application. The results showed that the location and service partially had no effect on public interest, partially brand image had a significant positive effect on public interest. As well as location, brand image, service simultaneously have a significant positive effect on public interest in becoming customers at Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat.

Keywords: Location, Brand Image, Service, Community Interest

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warrahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan kesehatan, melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi Di Bank Sumut KCP Syariah RantauPrapat”.

Penyusunan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari adanya bantuan, bimbingan, doa, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ayahanda Saliono dan Ibunda Wagini tercinta yang senantiasa selalu mendukung dan memberikan perhatian, kasih sayang serta doanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyusun skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, M.A selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zailani, S.Pd.I, M.A Selaku wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, S.Pd.I., M.A selaku wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Rahmayati, M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera utara.
7. Bapak Rahmat Hidayat, ST.,M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
8. Bapak/Ibu Dosen, Biro Fakultas Agama Islam Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah yang telah membekali ilmu.

9. Terimakasih saya ucapkan kepada teman-teman saya, Ela, Dinda, Rani, Rayna, Gia, Siska, Ayu, dan juga teman special saya yaitu Akbar yang telah memberikan saran, perhatian, dukungan dan doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih juga kepada teman-teman sekelas yaitu kelas A1 Pagi Perbankan Syariah yang telah membantu memberikan informasi dan dukungannya.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan masih banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun susunan bahasanya. Hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan kepada semua pihak yang membaca.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Medan, Juni 2022

Nur Asri Rahayu
1801270005

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Deskripsi Teori	9
1. Bank Syariah	9
a. Pengertian Bank Syariah.....	9
b. Produk Bank Syariah	14
c. Fungsi dan Peran Bank Syariah	14
2. Minat Masyarakat.....	15
a. Pengertian Minat Masyarakat	15
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	16
c. Indikator Minat Masyarakat.....	17
3. Lokasi.....	17
a. Pengertian Lokasi.....	17
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi	19
c. Indikator Lokasi	20
4. Brand Image	20
a. Pengertian Brand Image.....	20
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Image.....	22

c. Indikator Brand Image	23
5. Pelayanan	24
a. Pengertian Pelayanan	24
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan.....	25
c. Indikator Pelayanan.....	26
B. Penelitian Yang Relevan.....	26
C. Kerangka Berfikir	28
D. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Metode Penelitian	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	34
D. Variabel Penelitian.....	35
E. Definisi Operasional Variabel	35
F. Teknik Pengumpulan Data.....	36
G. Instrumen Penelitian	36
H. Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Penelitian	42
1. Deskripsi Institusi	42
2. Deskripsi Karakteristik Responden	50
3. Penyajian Data	51
4. Analisis Data.....	54
B. Pembahasan	66
1. Interpretasi Hasil Analisis Data	66
BAB V PENUTUP.....	69
A. Simpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Kec. Rantauprapat	3
Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Kecamatan dan jenis Kelamin	3
Tabel 1.3 Tingkat kepuasan nasabah terhadap bank	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	33
Tabel 3.2 Indikator Variabel Penelitian	35
Tabel 3.3 Skala Likert	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Faktor Lokasi (X1).....	52
Tabel 4.4 Faktor <i>Brand Image</i> (X2).....	53
Tabel 4.5 Faktor Pelayanan (X3)	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji t (Uji Parsial)	63
Tabel 4.12 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat.....	29
Gambar 2.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Masyarakat.....	29
Gambar 2.3 Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat.....	30
Gambar 2.4 Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 4.1 Histogram	57
Gambar 4.2 Grafik P-P Plot	58
Gambar 4.3 Scatterplot.....	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan di Indonesia sampai saat ini masih menjadi sarana utama bagi masyarakat pada umumnya, untuk membantu perekonomian serta berbagai hal lainnya yang menyangkut mengenai transaksi keuangan yaitu dalam bentuk simpanan. Jenis-jenis simpanan yang dimaksudkan dalam hal ini yaitu simpanan menabung, simpanan giro, dan deposito. Setiap akan melakukan transaksi pembayaran sering dikaitkan dengan giro, baik pembayaran yang bersifat tunai maupun non tunai. Hal ini dikarenakan pembayaran menggunakan giro sangat memberikan berbagai keuntungan, terutama dari segi keamanan untuk jumlah pembayaran yang relative besar. Simpanan giro atau yang lebih populer disebut rekening giro menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan. Sedangkan simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank dalam bentuk giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan atau yang dapat dipersamakan dengan itu. Tabungan merupakan simpanan yang paling populer dikalangan masyarakat umum, dari sejak kecil kita sudah disarankan dan diajarkan untuk menabung kemudian dianjurkan hidup hemat. Pada awalnya menabung masih dengan cara yang sederhana, menyimpan uang dibawah bantal atau didalam celengan dan disimpan di rumah. Namun, factor risiko menyimpan uang dirumah begitu besar seperti risiko kehilangan atau kerusakan. Kerugian lainnya adalah menabung dirumah jumlahnya tidak pernah akan bertambah atau berbunga, jadi tetap saja sama seperti sejumlah uang yang disimpan. Maka dari itu sesuai dengan berkembangnya zaman, kegiatan menabung beralih dari rumah ke lembaga keuangan seperti bank. Deposito merupakan salah satu tempat bagi nasabah untuk melakukan investasi dalam bentuk surat-surat berharga, pemilik deposito disebut dengan deposan. Kepada setiap deposan akan diberi imbalan bunga atas depositonya. Bagi bank, bunga yang diberikan kepada deposan merupakan bunga

yang tertinggi, jika dibandingkan dengan simpanan giro atau tabungan, sehingga deposito oleh sebagian bank dianggap sebagai dana mahal. Bank juga dikenal sebagai tempat penyimpanan uang, memindahkan uang atau menerima berbagai macam bentuk pembayaran dan juga setoran (Apriana, 2021).

Perkembangan perbankan syariah di dunia diawali dari aspirasi masyarakat di Negara-negara mayoritas muslim untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang islami. Bank syariah berdiri berdasarkan keinginan masyarakat muslim yang menginginkan penyaluran dana tanpa adanya unsur riba atau bunga, maka dari itu artinya memang bank syariah dianjurkan untuk kaum muslim, tetapi pada dasarnya masih banyak umat muslim yang tidak tertarik untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Bank syariah mulai dikembangkan sejak berlakunya Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan yang mengatur bank syariah secara cukup jelas dan kuat dari segi kelembagaan dan operasionalnya.

Antara bank konvensional dengan bank syariah terdapat perbedaan-perbedaan, tetapi pada kenyataannya masyarakat pada umumnya masih banyak yang memilih untuk melakukan transaksi melalui bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah. Banyak dari masyarakat yang menabung dan meminjam uang dari bank konvensional dan pada koperasi umum, padahal di dalam bank konvensional sudah diketahui menganut sistem bunga yang termasuk diharamkan karena bunga dikategorikan sebagai riba. Maka dari itu perlu untuk didirikan bank syariah, bank syariah didirikan karena keinginan masyarakat (terutama masyarakat yang beragama Islam) yang berpandangan bunga merupakan hal yang tidak diperbolehkan atau diharamkan.

Bank syariah yang terdapat di kota Rantauprapat tidak hanya satu saja tetapi ada beberapa yang cukup dikenal oleh masyarakat, walau begitu masyarakat masih banyak yang lebih tertarik untuk menggunakan bank konvensional. Rantauprapat ini memiliki ibu kota kabupaten Labuhanbatu, provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Rantauprapat dilengkapi oleh akses kereta api, yang terhubung hingga ibu kota provinsi Sumatera Utara, kota Medan. Pada tahun 2017, jumlah penduduk Rantauprapat sebanyak 167.874 jiwa, sementara pada tahun 2021 jumlah penduduk sebanyak 172.862 jiwa. Pada tahun 1993-1994 kota ini

mendapatkan predikat kota bersih dibuktikan dengan diberikannya penghargaan adipura oleh presiden kala itu Soeharto. Wilayah Rantauprapat ini terbagi menjadi 2 kecamatan dan 19 kelurahan dalam kabupaten Labuhanbatu.

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk Kec. Rantauprapat

Kecamatan	Jumlah penduduk (2017)	Jumlah penduduk (2021)
Rantau Utara	94.784	97.467
Rantau Selatan	73.085	75.395
Total	167.869	172.862

Berdasarkan data badan pusat statistic dalam sensus penduduk Indonesia 2010, mayoritas penduduk Rantauprapat menganut agama Islam yaitu 83,83%, kemudian Kristen sebanyak 12,42% (Protestan 11,74% dan Katolik 0,68%). Selanjutnya penganut agama Buddha sebanyak 3,63%, Hindu sebanyak 0,03%, KONGhucu 0,01% dan lainnya 0,58%. Agama Islam umumnya dianut sebagian besar warga Jawa, Batak Mandailing, dan Angkola, melayu, Minangkabau, Aceh, dan lainnya. Agama Kristen kebanyakan dianut warga Batak Toba, Karo, Simalungun, Nias, dan sebagian Tionghoa, Angkola dan Mandailing. Agama Buddha dan Konghucu umumnya adalah warga Tionghoa yang kebanyakan berada di kecamatan Rantau Utara. Untuk sara rumah ibadah di Rantauprapat hingga tahun 2021 terdapat 129 masjid, 74 mushola, 52 gereja Protestan, 3 gereja Katolik, dan 7 vihara.

Tabel 1.2
Jumlah Penduduk Berdasarkan Kecamatan Dan Jenis Kelamin

Kecamatan	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan Dan Jenis Kelamin (Jiwa)								
	Laki-Laki			Perempuan			Jumlah		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Bilah Hulu	32 720,00	32 685,00	32 987,00	32 447,00	31 731,00	31 962,00	65 267,00	64 416,00	64 949,00
Pangkatan	17 285,00	19 134,00	19 372,00	16 892,00	18 623,00	18 857,00	34 177,00	37 776,00	38 229,00
Bilah Barat	21 163,00	20 305,00	20 542,00	20 457,00	19 648,00	19 880,00	41 620,00	39 953,00	40 422,00
Bilah Hilir	27 066,00	30 333,00	30 701,00	25 887,00	29 037,00	29 393,00	52 953,00	59 370,00	60 094,00
Panai Hulu	20 647,00	19 441,00	19 622,00	19 990,00	18 587,00	18 737,00	40 637,00	38 028,00	38 359,00
Panai Tengah	21 130,00	21 177,00	21 512,00	20 205,00	19 966,00	20 255,00	42 335,00	41 143,00	41 767,00
Panai Hilir	19 255,00	21 988,00	22 281,00	18 470,00	20 773,00	21 019,00	37 725,00	42 761,00	43 300,00
Rantau Selatan	40 656,00	37 216,00	37 919,00	39 923,00	36 761,00	37 476,00	80 579,00	73 977,00	75 395,00
Rantau Utara	49 730,00	48 202,00	48 709,00	50,155,00	48 283,00	48 758,00	99 885,00	96 485,00	97 467,00
Labuhan batu	249 722,00	250 481,00	253 645,00	244 456,00	243 418,00	246 337,00	494 178,00	493 899,00	499 982,00

Berdasarkan hasil dari wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti pada masyarakat sekitaran Rantauprapat yang menyatakan bahwa bank tersebut melayani nasabah dengan baik, hal ini dibuktikan pada gambar berikut ini:

Tabel 1.3
Tingkat kepuasan nasabah terhadap bank

Pernyataan	Ya	Tidak
Adanya pelayanan yang baik, sopan, dan santun	80%	20%
Daya tanggap dalam melayani nasabah	85%	15%
Petugas memberikan informasi yang lengkap dan mudah untuk dipahami	89%	11%
Memudahkan dan membantu nasabah dalam melakukan transaksi	80%	20%

Sumber : Data Primer (2022)

Berdasar dari data pada tabel 1.3 di atas, hasil pengamatan yang dilakukan secara wawancara yang dilakukan kepada masyarakat sekitaran rantauprapat, ditemukan bahwasannya pada bank tersebut melayani nasabahnya dengan baik, sopan dan santun yaitu sebesar 80%, kemudian memudahkan dan membantu nasabah dalam melakukan transaksi yaitu sebesar 80% juga, maka dari itu mengindikasikan bahwa bank tersebut melayani nasabahnya dengan baik.

Dengan banyaknya masyarakat yang berada di Rantauprapat tersebut tentunya mengenal bank-bank yang berada di kota tersebut, baik itu bank konvensional maupun bank syariah. Salah satu bank tersebut yaitu PT Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, bank ini menyediakan pembiayaan/pendanaan untuk masyarakat yang berada di kota RantauPrapat. Dalam penyaluran dana, bank syariah melakukan investasi dan pembiayaan dan ada banyak produk yang dimiliki oleh sebuah bank. Dikatakan investasi karena prinsip yang digunakan adalah prinsip penanaman dana atau penyertaan keuntungan yang diperoleh tergantung pada usaha kinerja yang menjadi objek penyertaan tersebut sesuai nisbah bagi hasil yang telah diperjanjikan sebelumnya. PT. Bank Sumut KCP Syariah RantauPrapat berada di Jl. Ahmad Yani No. 120 B-C Kel. Bakaran Batu Kec. Rantau Selatan Kab. Labuhan Batu. Adapun jumlah tenaga kerja yang terlepas pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah RantauPrapat terdiri atas Banking Staff memiliki 6 orang yang terdiri dari 2 pimpinan kantor cabang yaitu pemimpin capem dan pemimpin operasional dan 4 orang bagian pelaksana.

Kemudian Non Banking Staff memiliki 6 orang yang terdiri dari 1 driver, 1 office boy, dan 4 orang satpam.

Pada Bank Sumut Syariah ini pastinya memiliki nasabah yang cukup banyak dan menyimpan setiap data yang diterima dari nasabah maupun data-data dari pihak lainnya. Dalam pelaksanaannya juga bank mempertahankan kualitas produknya dan mempertahankan imagenya, banyak hal yang dapat mempengaruhi hal-hal tersebut seperti lokasinya, brand image, dan juga pelayanannya untuk menarik masyarakat menjadi nasabah di bank tersebut. Masyarakat akan tertarik dan berminat dalam melakukan transaksi di bank syariah ketika mereka mengetahui bahwasannya bank tersebut dikenal dengan reputasi yang baik, melayani nasabahnya dengan ramah tamah, sehingga masyarakat akan terpicat dengan adanya bank tersebut. Kemudian lokasi yang strategis dan mudah untuk dijangkau juga akan menarik minat masyarakat untuk melakukan transaksi.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengambil judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi Di Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Adanya lokasi bank syariah yang kurang strategis sehingga tidak mudah dijangkau oleh transportasi umum.
2. Masih rendahnya promosi brand image yang dilakukan oleh bank syariah.
3. Masih rendahnya pelayanan yang dilakukan bank syariah dalam melayani nasabah.
4. Adanya lokasi, brand image, dan pelayanan terhadap minat masyarakat.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas dapat dirumuskan bahwa pokok-pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kurangnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah?
2. Bagaimana pengaruh brand image terhadap kurangnya minat masyarakat muslim menjadi nasabah di bank syariah?
3. Apakah pengaruh pelayanan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim dalam melakukan transaksi simpanan di bank syariah?
4. Apakah lokasi, brand image, dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kurangnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh brand image terhadap kurangnya minat masyarakat muslim menjadi nasabah di bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim dalam melakukan transaksi simpanan di bank syariah.
4. Untuk mengetahui lokasi, brand image, dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat.

E. Manfaat Penelitian

Dari penjelasan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian yang dapat diambil yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terhadap bank syariah dalam pengambilan kebijakan yang terkait dengan berpengaruhnya minat masyarakat terutama bagi umat muslim dalam melakukan transaksi pada bank syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi umat muslim dalam melakukan transaksi di bank syariah.

b. Bagi universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai factor-faktor yang mempengaruhi umat muslim melakukan transaksi di bank syariah.

c. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan berkembang mengenai factor-faktor yang mempengaruhi umat muslim melakukan transaksi di bank syariah.

3. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulis dalam membahas dan memperjelas arah pembahasan maka sistematika penulisan penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada pendahuluan ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi teori, penelitian yang relevan, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi, sampel dan teknik penarikan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi institusi, deskripsi karakteristik responden, penyajian data, analisis data, interpretasi hasil analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir yang menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Deskripsi Teori

1. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bagi masyarakat yang hidup di Negara-negara maju, seperti Negara-negara di Eropa, Amerika dan Jepang, mendengar kata sudah bukan merupakan hal yang asing. Bank sudah merupakan mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan keuangan mereka. Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran atau melakukan penelitian. Peranan bank juga sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu Negara, bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu Negara. Oleh karena itu, kemajuan suatu bank di suatu Negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan Negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu Negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan Negara tersebut (Dr. Alexander Thian, 2021).

(Vol et al., 2016) Pengenalan dunia perbankan secara utuh terhadap masyarakat sangatlah minim, sehingga tidak mengherankan keruntuhan dunia perbankan pun tidak terlepas dari kurang pahamiannya pengelola perbankan di tanah air dalam memahami dunia perbankan secara utuh. Begitu pentingnya dunia perbankan, sehingga ada tanggapan bahwa bank merupakan nyawa untuk menggerakkan roda perekonomian suatu Negara. Anggapan ini tidak salah, karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangatlah vital, misalnya dalam hal penciptaan uang, mengedarkan uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, tempat mengamankan uang, tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya.

Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Kemudian menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha

yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Dari kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya adalah :

1. Menghimpun dana (uang) dari masyarakat dalam bentuk simpanan, maksudnya adalah bank sebagai tempat menyimpan uang atau berinvestasi bagi masyarakat, dan tujuan utama masyarakat tersebut ialah untuk keamanan uangnya. Secara umum jenis simpanan yang ada di bank terdiri dari simpanan giro, simpanan tabungan, dan simpanan deposito.
2. Menyalurkan dana ke masyarakat, maksudnya adalah bank memberikan pinjaman (kredit) kepada masyarakat yang mengajukan permohonan.
3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya, seperti pengiriman uang (transfer), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota (clearing), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari luar kota dan luar negeri (inkaso), dan jasa lainnya.

Dalam jenis-jenis simpanan ada tiga, yaitu sebagai berikut :

1. Simpanan Giro

Dalam dunia perdagangan kata giro sudah bukan merupakan kata yang asing lagi, setiap akan melakukan transaksi pembayaran sering dikaitkan dengan giro. Simpanan giro atau yang lebih populer disebut rekening giro menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan. Jenis simpanan yang ada di bank selain giro adalah tabungan dan deposito. Pengertian simpanan giro merupakan simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat, artinya adalah bahwa uang yang disimpan direkening giro dapat di ambil setiap waktu setelah memenuhi berbagai persyaratan yang ditetapkan, misalnia waktu jamm kantor, keabsahan dan kesempurnaan cek, serta saldonya yang tersedia. Pengertian dapat ditarik setiap saat juga dapat diartikan bahwa uang yang sudah disimpan direkening giro tersebut dapat ditarik berkali-kali dalam sehari, dengan catatan dana yang tersedia

masih mencukupi (saldo). Penarikan rekening giro dapat menggunakan sarana penarikan, yaitu cek dan bilyet giro (BG), apabila penarikan dilakukan secara tunai, maka sarana penarikannya adalah dengan menggunakan cek. Sedangkan untuk penarikan secara nontunai adalah dengan menggunakan bilyet giro. Jika kedua sarana penarikan tersebut habis atau hilang, maka nasabah dapat menggunakan sarana penarikan lainnya seperti surat pernyataan atau surat kuasa yang ditandatangani di atas materai. Cek merupakan salah satu sarana yang digunakan untuk menarik atau mengambil uang di rekening giro, fungsi lain dari cek adalah sebagai alat untuk melakukan pembayaran. Sedangkan bilyet giro atau lebih dikenal dengan nama giro merupakan surat perintah dari nasabah kepada bank yang memelihara rekening giro nasabah tersebut untuk memindahbukukan sejumlah uang dari rekening yang bersangkutan kepada pihak penerima yang disebutkan namanya atau nomor rekening pada bank yang sama atau bank lainnya.

2. Simpanan Tabungan

Tabungan merupakan simpanan yang paling populer dikalangan masyarakat umum, dari sejak kecil kita sudah disarankan dan diajarkan untuk menabung kemudian dianjurkan hidup hemat. Pada awalnya menabung masih dengan cara yang sederhana, menyimpan uang dibawah bantal atau didalam celengan dan disimpan di rumah. Namun, factor risiko menyimpan uang dirumah begitu besar seperti risiko kehilangan atau kerusakan. Kerugian lainnya adalah menabung dirumah jumlahnya tidak pernah akan bertambah atau berbunga, jadi tetap saja sama seperti sejumlah uang yang disimpan. Seperti halnya simpanan giro, simpanan tabungan juga mempunyai syarat-syarat tertentu bagi pemegangnya dan persyaratan masing-masing bank berbeda satu sama lainnya. Disamping persyaratan yang berbeda, tujuan nasabah menyimpan uang di rekening tabungan juga berbeda. Demikian pula, sasaran bank memasarkan produk tabungannya juga berbeda sesuai dengan sasaran yang diinginkan. Pengertian tabungan menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Untuk menarik dana yang ada di rekening

tabungan dapat digunakan dengan berbagai sarana, hal ini tergantung bank masing-masing mau menggunakan sarana yang bagaimana. Alat yang sering digunakan adalah sebagai berikut.

- 1) Buku Tabungan
- 2) Slip Penarikan
- 3) Kuitansi
- 4) Kartu yang terbuat dari plastik (kartu kredit)

3. Simpanan Deposito

Deposito merupakan salah satu tempat bagi nasabah untuk melakukan investasi dalam bentuk surat-surat berharga, pemilik deposito disebut dengan deposan. Kepada setiap deposan akan diberi imbalan bunga atas depositonya. Bagi bank, bunga yang diberikan kepada deposan merupakan bunga yang tertinggi, jika dibandingkan dengan simpanan giro atau tabungan, sehingga deposito oleh sebagian bank dianggap sebagai dana mahal. Keuntungan bagi bank dengan menghimpun dana lewat deposito adalah uang yang tersimpan relative lebih lama, mengingat deposito memiliki jangka waktu yang relative panjang dan frekuensi penarikan juga jarang. Dengan demikian, bank dapat dengan leluasa untuk menggunakan kembali dana tersebut untuk keperluan penyaluran kredit. Pengertian deposito menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank. Penarikan hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu maksudnya adalah jika nasabah deposan menyimpan uangnya untuk jangka waktu 3 bulan, maka uang tersebut baru dapat dicairkan setelah jangka waktu tersebut berakhir dan sering disebut tanggal jatuh tempo. Sebagai contoh jika seorang deposan yang bernama Muhammad Ali Akbar rambe mendepositokan uang tanggal 24 Juni 2022 untuk 3 bulan mendatang, maka tanggal jatuh temponya adalah setelah 3 bulan, yaitu 24 September 2022, dan apabila belum dicairkan pada tanggal tersebut, maka si deposan akan dikenakan denda yang besarnya tergantung dari bank yang bersangkutan. Dalam praktiknya saat ini ada bank yang tidak mengeakan denda sekalipun ditarik sebelum jatuh tempo. Dalam praktiknya deposito yang ditawarkan terdiri dari beragam jenis, baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing, masing-masing

jenis deposito memiliki keunggulan tersendiri, sehingga deposan dapat memilih sesuai dengan selera mereka. Saat ini jenis-jenis deposito yang ditawarkan oleh bank dan ada di masyarakat adalah deposito berjangka, sertifikat deposito, dan deposit on call. Masing-masing deposito ini memiliki kelebihan tersendiri.

Bank syariah “dalam bahasa Arab, biasa disebut mashrof yang berarti tempat tukar-menukar harta, baik dengan cara mengambil ataupun menyimpan atau selain untuk melakukan muamalat”. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, yang aktivitasnya meninggalkan masalah-masalah yang berhubungan dengan unsur riba, dengan demikian bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi oleh umat muslim di dunia. Salah satu cara untuk menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dan keuangan agar lebih sesuai dengan etika islam, hal ini dilakukan berupaya untuk membangun teori ekonomi bebas bunga. Oleh karena itulah, maka mekanisme perbankan bebas bunga yang disebut dengan bank syariah didirikan. Perbankan syariah didirikan didasarkan pada alasan filosofis maupun praktik. Secara filosofis, karena dilarangnya pengambilan riba dalam transaksi keuangan maupun non keuangan. Secara praktik, karena sistem perbankan berbasis bunga atau konvensional mengandung beberapa kelemahan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Transaksi berbasis bunga melanggar keadilan dan kewajiban berbisnis
- 2) Tidak fleksibelnya sistem transaksi berbasis bunga menyebabkan kebangkrutan
- 3) Komitmen bank untuk menjaga keamanan uang deposan berikut bunganya membuat bank cemas untuk mengembalikan pokok dan bunganya
- 4) Sistem transaksi berbasis bunga menghalangi munculnya inovasi oleh usaha kecil

Dalam sistem bunga, bank tidak akan tertarik dalam kemitraan usaha kecuali bila ada jaminan kepastian pengembalian modal dan pendapatan bunga mereka (Dayyan & Fahriansah, 2017). Bank syariah juga merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai hukum islam. Selain itu, bank syariah juga biasa disebut Islamic

banking yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga (riba).

Tujuan bank syariah yaitu tentunya menyediakan fasilitas dalam keuangan dengan mengusahakan instrument keuangan yang sesuai dengan ketentuan syariat islam, kemudian untuk meningkatkan kebutuhan-kebutuhan yang ada, pertumbuhan ekonomi yang mengarah ke peningkatan taraf hidup masyarakat. Ada beberapa yang merupakan tujuan dalam sebuah bank syariah, yaitu :

1. Untuk mengupayakan konsep keadilan dalam sektor ekonomi, hal ini dilakukan agar dapat menyeimbangkan pendapatan antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
2. Untuk menghindari persaingan tidak sehat antara lembaga keuangan.
3. Untuk meningkatkan transaksi yang sesuai syariat Islam, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan minat masyarakat dalam bertransaksi dan tidak terlibat dengan unsur riba ataupun lainnya.
4. Untuk meningkatkan kualitas hidup rakyat.
5. Untuk menjaga kestabilan ekonomi moneter.

b. Produk Bank Syariah

Menurut (Dr. Alexander Thian, 2021) Produk bank syariah dibagi menjadi 3 bagian, yaitu :

1. Produk Penyaluran Dana (Lending) terdiri dari Prinsip Jual Beli (Ba'i), Prinsip Sewa (Ijarah) dan Prinsip Bagi Hasil (Syirkah).
2. Produk Penghimpun Dana (Funding) di bank syariah yaitu seperti giro, tabungan syariah dan deposito.
3. Produk Penyedia Jasa berupa Letter Of Credit (L/C), bank garan syariah, transfer dan inkaso, sharf (jual valuta asing), dan jasa pembayaran.

c. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Fungsi dan peran yang terdapat pada bank syariah dan tercantum dalam standard akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution), yaitu :

1. Manajer Investasi
2. Investor
3. Jasa Pelayanan

4. Pelaksanaan Kegiatan Sosial

2. Minat Masyarakat

a. Pengertian Minat

(Tirtayasa & Daulay, 2021) Minat merupakan salah satu dari keinginan yang muncul dari diri kita sendiri, sesuatu hal kita suka dan akan kita jalani dengan baik apabila hal tersebut benar-benar dilandasi oleh rasa ingin atau rasa suka. Untuk mencapai sesuatu hal yang baik maka langkah baiknya dilakukan dengan adanya niat.

Minat merupakan sesuatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat juga merupakan rasa suka atau rasa ketertarikan pada suatu objek yang disenangi (Dayyan & Fahriansah, 2017).

(Sutrisno, 2020) Dalam melakukan sesuatu harus dengan baik dan benar, dan dalam hal tersebut tentunya disebabkan oleh minat, yaitu rasa ketertarikan terhadap sesuatu. Karena jika suatu kegiatan yang dilakukan tanpa adanya rasa suka akan mengakibatkan hal yang tidak baik, akan adanya kekacauan yang terjadi, hal-hal yang tidak diinginkan akan muncul, maka dari itu segala sesuatu harus didasari dengan rasa suka atau ketertarikan.

(Dr. Alexander Thian, 2021) Bank yang dikenal sebagai lembaga keuangan yang tugasnya itu menerima simpanan giro, tabungan, dan deposito. Masyarakat yang ingin melakukan hal tersebut ke sebuah bank tentunya dimulai dari sebuah rasa ingin, rasa ketertarikan terhadap suatu bank yang melakukan tugasnya dengan baik. Dengan reputasi yang baik, dengan brandnya yang dikenal bagus oleh masyarakat, maka akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya di bank tersebut.

(Trygu, 2021) Minat merupakan suatu kecenderungan hati terhadap sesuatu dan keinginan, minat ini juga dapat diartikan dengan kata senang, karena apabila seseorang menyenangi sesuatu maka ia akan melakukannya dengan hati-hati dan hasil yang akan didapat akan baik.

Menurut Kamisa dalam Khairani (2017:136) minat adalah kehendak, keinginan atau kesukaan. Sehingga minat bukan hanya berarti keinginan saja, melainkan juga berarti kehendak

dan kesukaan. Kesukaan adalah ketertarikan atau biasa disebut dengan tertarik.

(Dr. H. Darmadi, 2021) Memberikan pembelajaran kepada anak-anak usia dini merupakan hal yang sangat baik, bagi setiap orang tua tentunya memberikan yang terbaik kepada anaknya, untuk menumbuhkan minat membaca sejak dini adalah hal positif yang akan berpengaruh besar kepada seorang anak. Menanamkan rasa ingin belajar atau minat belajar terhadap anak memiliki manfaat yang baik.

(Melinda Siregar, S.E & Siti Aisyah Nasution, S.E, 2022) Minat diartikan sebagai sesuatu yang memiliki kecenderungan dalam memberikan tindakan terhadap seseorang, baik dalam situasi maupun aktivitas yang sedang dijalankan disertai dengan rasa senang dan tulus dari hati.

Dalam minat masyarakat, ada beberapa tahapan minat antara lain sebagai berikut :

1. Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah
2. Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah
3. Keputusan menjadi nasabah
4. Minat Menabung masyarakat

Menabung merupakan tindakan yang dianjurkan oleh islam, karena dengan menabung berarti kita mempersiapkan diri untuk dimasa yang akan datang, tidak menghambur-hamburkan uang serta menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

(Sutrisno, 2020) Faktor yang dapat mempengaruhi minat adalah sebagai berikut :

- a) Faktor intern
- b) Faktor ekstern

Penjelasan dari factor-faktor di atas yaitu sebagai berikut :

- a) Faktor intern

Dalam hal ini dapat mempengaruhi yang ada dalam individu seperti factor kesehatan dan kemampuan dalam memperhatikan. Kesehatan akan mempengaruhi seseorang karena pada dasarnya kesehatan adalah hal yang

sangat penting untuk diutamakan. Jika kondisi tidak sehat maka tidak dapat melakukan hal-hal yang diinginkan.

b) Faktor ekstern

Terbalik dengan intern, maka dalam hal ini mempengaruhi diluar individu yaitu seperti keluarga, sekolah, dan masyarakat. Hal-hal tersebut juga sangat penting dalam sebuah minat, dukungan dari beberapa pihak akan sangat berpengaruh besar bagi diri seseorang.

Kedua factor-faktor ini dapat berpengaruh terhadap sebuah minat, seseorang dapat melakukan dengan rasa suka yang muncul pada dirinya sendiri, segala sesuatu yang didasarkan dengan rasa suka akan berjalan dengan baik (Trygu, 2021).

c. Indikator minat masyarakat

Indikator minat masyarakat menurut (Bobby Hartanto, S.Kom & Indriyani, 2022) yaitu sebagai berikut:

- a) Minat Transaksional
- b) Minat Refrensial

Berikut penjelasan indikator minat masyarakat di atas :

- a) Minat Transaksional

Minat transaksional ini yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Memilih mengenai produk yang baik dan aman untuk digunakan.

- b) Minat Refrensial

Minat Refrensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mengrefrensikan produk kepada orang lain. Mempromosikan produk yang terdapat pada suatu bank, agar bank tersebut tetap ada dikalangan masyarakat (Kambolong et al., 2021).

3. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah suatu hal yang penting karena dengan adanya lokasi maka akan memperlancar dan menarik minat masyarakat. Minat ini termasuk salah satu

hal yang sangat penting, dengan lokasi yang baik, strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat.

(Rofiah et al., 2021) Faktor lokasi adalah suatu factor yang mempengaruhi keputusan dalam memilih bank syariah. Lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dikarenakan oleh jarak antara rumah nasabah dengan lokasi bank tersebut. Lokasi strategis yang mudah dijangkau oleh kendaraan dan akan menjadikan daya tarik untuk para nasabah dalam melakukan transaksi dan juga membuat para nasabah lebih cepat serta nyaman. Lokasi ini juga merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi masyarakat untuk mengelola suatu produk-produknya, tidak lupa juga dalam mengelola dengan sesuai prinsip syariah.

(Runtunuwu, 2020) Melihat dari lokasi dimana nasabah tinggal, dari fasilitas bank yang menyangkut suku bunga dan fasilitas lainnya merupakan factor pendukung utama nasabah dalam menabung, baik jarak tempat tinggalnya dekat ataupun jauh dengan bank . Setiap masyarakat menginginkan yang baik, terutama dalam melakukan transaksinya.

(Kasmir, S.E., 2018) Banyak bank yang berlokasi strategis dan ada juga yang terletak tidak strategis. Sebuah bank yang mudah untuk dijangkau oleh transportasi atau sarana umum akan lebih mempermudah masyarakatnya. Jika sebuah bank yang terletak dipedalaman atau perkampungan, maka akan mempersulit transportasi dalam menjangkaunya. Penentuan hal ini juga berpengaruh terhadap pencapaian bank yang akan diraih.

(Mahendra, 2022) Beberapa cara dalam memilih lokasi yang strategis yaitu seperti melihat tingkat kepadatan masyarakat tersebut, memperhatikan penghasilan masyarakat sekitar, mengetahui banyak atau tidaknya tepat usaha lain, mengetahui kondisi keuangan yang ada, memilih lokasi yang tidak banyak persaingannya, akses dalam menuju lokasi bagus, dan mengutamakan kebersihan sekitar

(Sutrisno, 2020) Dalam sebuah lokasi akan mengetahui letak atau tempat dimana keberadaan terjadi, dan dalam hal ini lokasi itu sangatlah penting, dimana letak bank tersebut, bagaimana kondisi dan situasinya, kemudian mencari lokasi harus pintar yaitu dengan mencari ditempat tempat yang luas, ramai, lalu lalang

masyarakat, lingkungannya yang aman dan nyaman, mudah dilihat oleh masyarakat, dan yang paling penting mudah dijangkau oleh transportasi atau sarana umum. Begitu banyaknya usaha yang mengutamakan produknya dan juga lokasinya, karena dengan hal tersebut akan melariskan dagangan mereka kemudian mudah dikenal oleh masyarakat apalagi produk yang dijual tersebut itu membuat masyarakat ketagihan. Pertimbangan dalam menetapkan lokasi atau situasi lingkungan pada bank yaitu sebagai berikut.

Ekternal :

1. Akses yaitu lokasi yang mudah dijangkau oleh transportasi atau sarana umum
2. Visibilitas yaitu keadaan yang dapat diamati atau dilihat
3. Lokasi yang dapat dilihat dengan jelas oleh masyarakat
4. Lalu lintas, dimana lokasi tersebut menjadi lalu lalang masyarakat
5. Tempat parkir yang aman

Internal :

1. Ruangan aman dan nyaman
2. Bersih dan rapi dalam berbagai penyusunan barang
3. Adanya pelayanan yang baik kepada nasabah

Lokasi merupakan salah satu pengaruh terhadap masyarakat karena jika lokasi bank strategis maka masyarakat juga mudah untuk menjangkaunya, lokasi yang berada dipinggir jalan lintas dan terlihat jelas juga mudah untuk dijangkau oleh transportasi umum. Transportasi umum yang berupa bus, mobil-mobil pribadi, angkot, sepeda motor, dan berbagai jenis lainnya, jika sulit untuk dijangkau maka masyarakat pun kurang tertarik dalam menuju lokasinya. Hal tersebut akan mengurangi rasa ketertarikan pada masyarakat yang ingin melakukan transaksi. Mengapa lokasi sangat penting, karena lokasi yang strategis akan memperluas peluang untuk mendapatkan konsumen, cara memilih atau menentukan lokasi yang benar dan yang strategis akan mempengaruhi keberhasilan dalam setiap usaha atau bisnis yang sedang dijalankan..

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi

Dalam menentukan sebuah lokasi harus dengan benar-benar dengan baik, mencari lokasi yang memang strategis untuk ditempati, dan tidak boleh mencari

lokasi secara sembarangan. Berikut ini adalah mencari lokasi yang baik menurut (Kasmir, S.E., 2018).

- a) Dekat dengan kawasan yang baik dan ramai
- b) Dekat dengan perkantoran
- c) Menentukan lokasi yang tidak banyak persaingan
- d) Dekat dengan perumahan masyarakat

(Rofiah et al., 2021) Salah cara untuk mempertimbangkan lokasi yang baik yaitu sebagai berikut :

- a) Dekat dengan jalan lintas
- b) Dekat dengan bahan baku
- c) Berdekatan dengan pekerja
- d) Adanya transportasi umum
- e) Hukum yang berlaku

4. Indikator Lokasi

Indikator lokasi menurut (Suyanto, 2007) yaitu:

- a) Akses
- b) Visibilitas

Berikut penjelasan dari indikator di atas:

- a) Akses

Akses karena jika lokasi suatu bank yang mudah untuk di akses maka masyarakat pun akan menjadi lebih tertarik mendatangi bank tersebut. Memudahkan masyarakat dalam menuju lokasi, adanya transportasi umum baik itu sepeda motor, mobil, dan lain sebagainya.

- b) Visibilitas

Visibilitas yaitu keadaan yang dapat diamati oleh masyarakat dan terlihat jelas dan memiliki area yang aman dan nyaman.

4. Brand Image

a. Pengertian Brand Image

Brand image juga mempengaruhi masyarakat dalam melakukan transaksi di bank syariah, brand image (citra merek) ini merupakan sebuah label dari lembaga keuangan yang dapat menarik minat serta perhatian nasabah dalam

bertransaksi karena kualitas pelayanan, produk, serta promosi yang baik dari lembaga keuangan bank syariah tersebut. Merek merupakan suatu hal yang juga penting dalam menarik perhatian nasabah, menjadikan atau mempromosikan merek-merek yang terbaik, layanan, jasa, manfaat, dan juga tampilan tertentu kepada konsumen. Dengan demikian, merek merupakan sebuah simbol yang menggambarkan sebuah perusahaan atas kualitasnya dalam memberikan pelayanan yang berkualitas (Astuti & Hakim, 2021) .

Menurut (Susanto & Wijarnako, 2004) Brand image memiliki peran yang sangat penting karena produk yang dimiliki olehnya, produk yang baik dan dikenal oleh masyarakat yang berpengaruh positif dan menarik. Konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif terbaik, jasa keuangan syariah yang ditawarkan bank syariah di Indonesia cukup bervariasi. Produk dan jasa tersebut meliputi produk penyaluran dana, produk penghimpun dana, dan produk jasa. Produk pada setiap bank itu sangatlah penting untuk dijaga dan dikenal oleh kalangan masyarakat, mempertahankan sebuah produk dan menjadikannya diterima di masyarakat itu merupakan hal yang cukup sulit. Maka mempertahankan dan menambah kualitas menjadi salah satu tugas bank tersebut.

Menurut (Simamora, 2003) Posisi merek merupakan hal yang unggul, jika suatu brand dikenal unggul maka posisinya akan tinggi dan jelas dikenal masyarakat. Sebuah bank akan berusaha untuk mempertahankan image nya agar selalu dikenal baik oleh masyarakat, meningkatkan produk-produknya, mempromosikan produknya kepada masyarakat, sehingga masyarakat tersebutpun mengenal nya dengan baik, dengan begitu masyarakat menjadi tertarik untuk melakukan transaksi ke bank tersebut, sulit untuk mempertahankan sebuah merek agar tetap dikenal baik oleh masyarakat, hal ini berkaitan dengan adanya pola pikir, sikap, pengalaman, citra, dan berbagai hal lainnya yang dapat mempengaruhi sebuah merek.

(John Budiman Bancin, S.Pd., 2021) Tentunya sebuah bank memikirkan bagaimana caranya agar citra merek tetap bertahan dengan baik, untuk mempertahankan itu semua mereka perlu untuk melakukan citra korporat atau citra perusahaan dan juga citra produk atau konsumen, sebuah perusahaan

berusaha untuk menaikkan citra nya dan mempertahankannya, agar yang mereka kelola diterima oleh masyarakat, karena jika tidak diterima oleh masyarakat maka citra mereka akan turun dan tidak banyak peminat yang akan melakukan transaksi. Kemudian citra produk atau konsumen ini merupakan citra terhadap sebuah produk yang akan berdampak baik itu berdampak positif ataupun berdampak negative, dan hal-hal tersebut yang akan berkaitan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan.

Menurut (Putri et al., 2021) Sebuah bank akan melakukan prosmosi terhadap produknya, bank akan tetap melakukan yang terbaik terhadap apapun yang diinginkan oleh nasabahnya, seperti kebutuhan masyarakat yang ini menabung di bank, maka bank tersebut akan memberikan tempat terbaik dan menyimpan titipan nasabah tersebut dengan baik..

(Sari & Yasa, 2020) Banyak masyarakat yang belum mempercayakan bank untuk melakukan transaksi dan memilih untuk menyimpan keuangannya dirumah mereka sendiri, dan hal tersebut terkadang berakibat fatal dan tidak menjamin bagi diri mereka sendiri. Maka dari itu, sebuah bank bisa untuk melakukan atau mempromosikan produk mereka dan menjelaskan mengenai sebuah bank agar para masyarakat yang belum meyakini sebuah bank segera meyakini dan mempercayai bank tersebut untuk melakukan transaksi. Bukan hanya untuk menabung saja tetapi juga bisa mentransfer, berinvestasi, dan masih banyak hal lainnya.

(Purnama et al., 2021) Sebuah bank akan menjaga keamanan dan kepercayaan nasabahnya. Nasabah akan merasakan kenyamanan dan juga akan mengingat bahwasannya bank ini melakukan tugasnya dengan baik sehingga nasabah tersebut akan selalu melakukan transaksi di bank tersebut .

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Image

Menurut (John Budiman Bancin, S.Pd., 2021) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi yaitu sebagai berikut:

- a) Faktor pribadi
- b) Faktor psikologis
- c) Faktor sosial

Berikut adalah penjelasan dari factor di atas :

a) Faktor pribadi

Faktor yang berkaitan dengan seseorang yang akan mengambil keputusan mengenai produk, baik itu dari segi jenis kelamin, usia, ras, suku bangsa, pendapatan, siklus, kehidupan, dan keluarga.

b) Faktor psikologis

Hal ini meliputi motif, persepsi, kemampuan dan pengetahuan, sikap, dan kepribadian. Motif berkaitan dengan memberi arahan dan tujuan mengenai kemana arah kegiatan seseorang dalam pencapaian targetnya.

c) Faktor sosial

Faktor ini meliputi beberapa hal seperti berikut ini:

- a) Peran dan pengaruh keluarga
- b) Kelompok referensi
- c) Kelas sosial
- d) Budaya

c. Indikator Brand Image

Indikator brand image menurut (Sari & Yasa, 2020) yaitu sebagai berikut:

- a) Citra Korporat (Citra Perusahaan)
- b) Citra Produk/Konsumen

Berikut penjelasan dari indikator tersebut:

a) Citra korporat (citra perusahaan)

Citra perusahaan ini guna untuk membangun imagenya dengan tujuan agar nama perusahaan tetap bagus dan baik hingga seterusnya (Sari & Yasa, 2020).

b) Citra produk/konsumen

Citra konsumen terhadap produk yang dapat berdampak positif atau negative dan berkaitan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan (Putri et al., 2021)

5. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Kualitas pelayanan yang sangat dibutuhkan bank syariah untuk menarik minat nasabah karena kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan sebuah usaha.

(Meki Pamekas, 2021) Pelayanan yang dianggap baik merupakan pelayanan yang disetiap pengerjaannya dilakukan dengan penuh tanggung jawab, umumnya nasabah bank syariah mempunyai perasaan yang senang apabila dilayani dengan baik oleh petugas bank tersebut. Sikap yang diberikan, kecepatan bank syariah dalam melayani nasabah, dan tidak mempersulit persyaratan-persyaratan yang akan diberikan kepada nasabah. Jika pelayanan yang diterimanya tidak baik, maka sudah pasti mereka akan beralih ke produk lain. Sebaliknya, jika pelayanannya baik maka para nasabah juga akan bertahan pada produk tersebut.

(Mindarti, 2016) Kualitas pelayanan akan mempengaruhi masyarakat dalam melakukan transaksi dan juga menentukan keberhasilan dalam sebuah usahanya, pada umumnya masyarakat menyukai sebuah pelayanan yang baik, keramahmatan petugas dalam melayani, sikap yang diberikan kepada nasabah, kecepatannya dalam melayani, hal-hal tersebut sangat mempengaruhi agar hati para nasabahnya menjadi senang dan merasa nyaman.

(Masyarakat, 2021) Pelayanan yang dilakukan berpengaruh kepada masyarakat untuk menjadikannya sebagai nasabah, pelayanan juga merupakan suatu penilaian yang dinilai oleh nasabah, sehingga hal tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Hal terpenting dalam mencapai tujuan utamanya yaitu mencapai kepuasan dan kenyamanan nasabah. Setiap yang bernyawa tentunya menginginkan atau membutuhkan pelayanan, baik dari pribadinya maupun dari orang lain, setiap orang juga tentunya membutuhkan bantuan, saling tolong menolong agar hidup tetap maksimal, maka dari itu pelayanan sangatlah penting dan berpengaruh kepada setiap masyarakat atau nasabah.

Menurut (Dwiyianto, 2021) tidak hanya memberikan sekedar pelayanan saja tetapi juga memberikan arahan, saran, atau masukan untuk menambah wawasan terhadap yang sedang dilayani. Saran-saran yang sangat dibutuhkan

akan sangat membantu dalam menyelesaikan sebuah masalah yang sedang terjadi.

(Indonesia, 2014) Seseorang akan menjalankan tugasnya dengan baik, melayani nasabah nya dengan sesuai aturan yang ada. Pelayanan yang baik akan berpengaruh baik juga, nasabah akan merasa nyaman dan puas atas perlakuan yang diberikan. Sopan dan santun, keramahtamahan juga hal yang perlu dimiliki oleh seseorang yang melayani atau biasa disebut petugasnya.

(Dr. Eva Sundari, S.E., M.M., 2020) Kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh positif terhadap nasabah, dimana pelayanan tersebut akan dinilai baik dan dapat meningkatkan sikap nasabah tersebut. Keinginannya yang ingin melakukan transaksi di bank adalah hal yang baik bagi bank.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan

Menurut (Mindarti, 2016) Mengenai pelayanan ini memiliki beberapa factor yaitu sebagai berikut:

- a) Kesederhanaan
- b) Kejelasan dan kepastian
- c) Kenyamanan
- d) Tidak tertutup (keterbukaan)

Penjelasan dari factor tersebut yaitu :

- a) Kesederhanaan

Pelayanan yang dilakukan harusnya dengan baik dan mudah agar pekerjaan tetap berjalan dengan lancar, aman, dan tidak terjadi adanya kendala.

- b) Kejelasan dan kepastian

Dalam melayani seseorang tentunya harus ada kejelasan dan kepastian agar yang dilayani tidak merasa kebingungan atas pelayanan yang sedang diberikan, salah satu kriteria yang dapat memberikan kejelasan yaitu seperti cara pelayanan yang diberikan, bertanggungjawab, rincian yang diberikan lengkap, keamanan terjaga, dan jadwalnya tepat.

c) Kemanan

Tetap memberikan pelayanan dengan aman dan terjamin, serta hasil yang diberikan dapat memberikan rasa aman, nyaman, dan memiliki kepastian hukum untuk masyarakat.

d) Tidak tertutup (Keterbukaan)

Hal ini berkaitan dengan adanya informasi yang diberikan harus jelas, dan proses pelayanan wajib diberikan dan diinfokan secara terbuka atau tidak tertutup agar masyarakat tidak merasa sulit dalam mencari informasi yang ada.

c. Indikator Pelayanan

Indikator dari pelayanan menurut (Rahmad Syukur Siregar, S.P. & Nana Trisna Mei Kabeakan, S.P., 2020) yaitu sebagai berikut :

a) Kehandalan

b) Daya Tanggap

Penjelasan mengenai indikator pelayanan di atas yaitu :

a) Kehandalan

Dalam hal ini melayani dengan ramah tamah kepada seluruh nasabah bank syariah. Setiap nasabah akan datang dan melihat atau memperhatikan bagaimana nasabah tersebut dilayani, apakah dilayani dengan baik atau tidak, karena pelayanan akan berpengaruh terhadap minat masyarakat. Handal dalam menangani setiap tujuan yang diinginkan oleh nasabah, mengatasi masalah yang ada dengan cepat dan baik.

b) Daya tanggap

Daya tanggap yaitu cepat dalam merespon atas apa yang dimaksud oleh nasabah. Jika nasabah ingin melakukan transaksi dan petugas harus menanggapi dengan benar dan tepat. Daya tanggap sangat penting dalam melayani nasabah (Griffin, 2005) .

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu telah melakukan beberapa penelitian yang terkait dengan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi

Di Bank Syariah. Penelitian terdahulu tersebut akan peneliti cantumkan untuk bahan referensi dalam penelitian ini, beberapa penelitian di antaranya:

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
Eka Apriana	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Koto Taluk Menabung Di Bank Syariah Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam melakukan transaksi, Variabel pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam melakukan transaksi di bank syariah.
Yusril Isa Mahendra	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Ketertarikan Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Bsi Kc Lubuk Pakam)	Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan masyarakat melakukan transaksi di bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel lokasi, Variabel brand image, dan Variabel pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam melakukan transaksi.
Muhammad Dayyan, Fahriansyah, dan Juprianto	Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Di Gampong Pondok Kemuning)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang mempengaruhi minat masyarakat muslim menjadi nasabah dalam mempercayakan kegiatan ekonominya pada bank syariah, karena ditengah banyaknya umat muslim yang masih banyak mempercayakan kegiatan perekonomiannya kepada bank konvensional.
Andi Sudarmin Aziz	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

	Nasabah Memilih Bertransaksi Di Bank Konvensional Dan Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Islam Kecamatan Wonomulyo)	nasabah pada dasarnya bertransaksi pada suatu bank karena besar dipengaruhi oleh factor-faktornya, sehingga rendahnya minat masyarakat muslim untuk menjadi nasabah dan minimnya pengetahuan mengenai bank syariah dan yang mempengaruhi minat nasabah bertransaksi di bank konvensional dan bank syariah.
Dr. Kasmir	Dasar-dasar perbankan, bank, simpanan giro, tabungan, dan deposito.	Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya

C. Kerangka Berfikir

1. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat

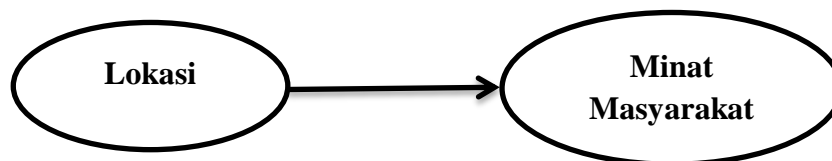
Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi, jadi lokasi merupakan tempat dimana suatu jenis usaha akan dilaksanakan. Lokasi adalah aspek penting dari strategi saluran, Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi tingkat nasabah yang akan melakukan transaksi pada sebuah bank (Rofiah et al., 2021).

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti (Dayyan & Fahriansah, 2017) dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ditengah banyaknya umat muslim yang masih banyak mempercayakan kegiatan perekonomiannya kepada bank konvensional dan lokasi juga berpengaruh pada minat nasabah dalam bertransaksi di bank syariah.

Dalam hal ini berarti jika lokasi bank berlokasi yang strategis maka akan mudah untuk dilalui oleh transportasi umum dan akan semakin tinggi pula tingkat

minat masyarakat untuk melakukan transaksi di bank tersebut. Maka dapat digambarkan melalui kerangka konseptual berikut ini :

Gambar 2.1
Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat



2. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Masyarakat

Brand image memang merupakan salah satu peranan penting dalam mengembangkan sebuah merek yang menyangkut reputasi dan kredibilitas, sehingga konsumen menjadikannya sebagai pedoman untuk mencoba atau menggunakan produk ataupun jasa sehingga menimbulkan pengalaman tertentu. Brand image berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek, brand image ini juga merupakan suatu jejak makna yang tertinggal di benak khalayak konsumen. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek akan memungkinkan untuk melakukan pembelian (Mahendra, 2022).

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dalam penelitian (Mahendra, 2022) dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa brand image memiliki pengaruh yang positif terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.

Hal ini juga dibuktikan oleh (Mahendra, 2022) yang menyatakan bahwa brand image atau merek merupakan simbol dari identitas produk, yang mana jika suatu produk dikenal baik maka perusahaan juga akan dikenal baik dengan brand yang bagus.

Maka kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.2
Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Masyarakat



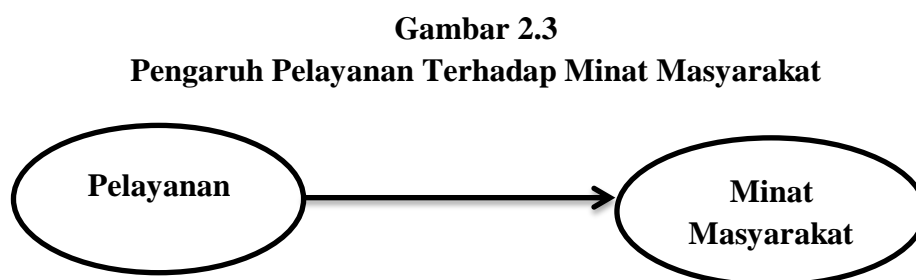
3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat

Kualitas pelayanan juga dibutuhkan bank syariah untuk menarik minat nasabah, karena pelayanan menjadi suatu faktor yang menentukan keberhasilan sebuah usaha. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah karena pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan para nasabah/pelanggan.

(Meki Pamekas, 2021) Ketika kita melayani nasabah dengan baik maka nasabah akan merasa senang dan nyaman, sehingga hal tersebut akan membuat nasabah ingin terus melakukan transaksi pada bank syariah tersebut. Jika kita melayani nasabah dengan pelayanan yang tidak baik, maka nasabah juga akan merasa bahwasannya bank tersebut tidak layak akan pelayanannya, dan hal tersebut dapat mengakibatkan hilangnya minat nasabah untuk melakukan transaksi.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dalam penelitian (Mahendra, 2022) dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan mempengaruhi minat nasabah untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Maka kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut :



4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi Di Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

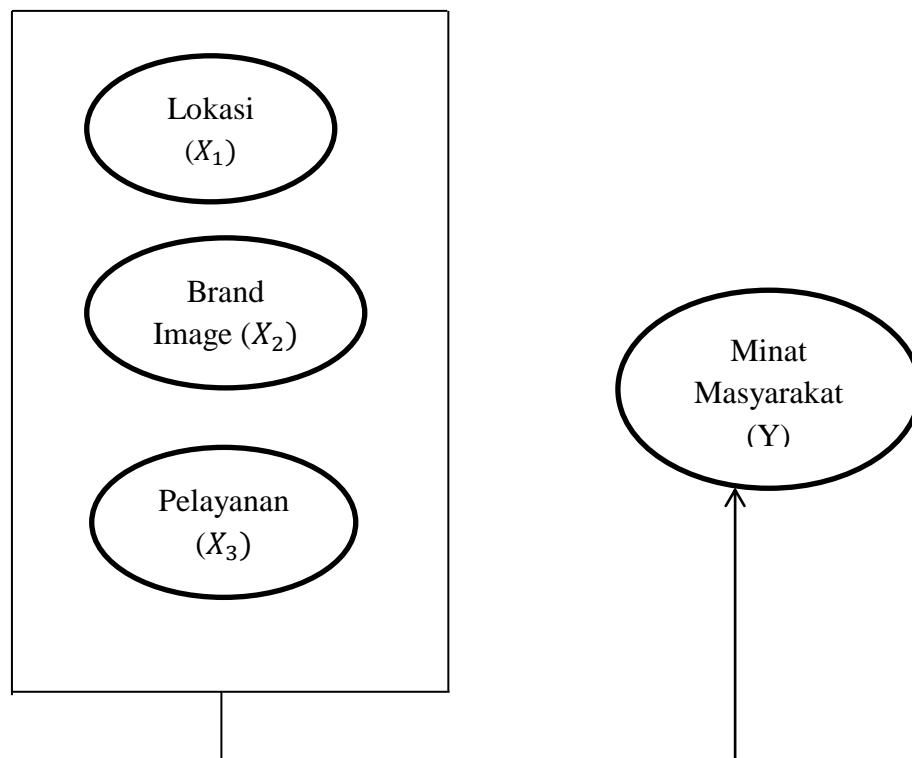
Minat merupakan salah satu aspek yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Menggunakan cara tersendiri dalam melakukan transaksi, adanya keinginan, pengetahuan yang diketahui merupakan salah satu pengaruh, untuk melakukan transaksi juga dilakukan oleh pribadi masyarakat itu sendiri.

(Sutrisno, 2020) Minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relative tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus

yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan pengguna teknologi.

Dalam peneliti (Dayyan & Fahriansah, 2017) dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ditengah banyaknya umat muslim yang masih banyak mempercayakan kegiatan perekonomiannya kepada bank konvensional dan lokasi juga berpengaruh pada minat nasabah dalam bertransaksi di bank syariah.

Banyak yang mempengaruhi minat masyarakat dalam melakukan dan menitipkan tabungannya pada bank syariah. Faktor tersebutlah yang akan menjadikan para masyarakat untuk mempercayakan dimana mereka akan melakukan transaksi, baik itu menabung, transfer, meminjam uang, dan berbagai hal lainnya. Berdasarkan tujuan penelitian, tinjauan pustaka dan hasil penelitian sebelumnya telah menguji analisis faktor yang mempengaruhi ketertarikan masyarakat melakukan transaksi di bank syariah RantauPrapat yaitu : lokasi, brand image, dan pelayanan. Kerangka berpikir yaitu sebagai berikut :



Gambar 2.4
Kerangka Berpikir

D. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dipopulasikan sebagai berikut :

- $H_{0.1}$: Terdapat pengaruh faktor lokasi terhadap minat masyarakat muslim menabung di bank syariah Rantauprapat
- $H_{1.1}$: Tidak terdapat pengaruh faktor lokasi terhadap minat masyarakat muslim menabung di bank syariah Rantauprapat
- $H_{0.2}$: Terdapat pengaruh faktor brand image terhadap minat masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah Rantauprapat
- $H_{1.2}$: Tidak terdapat pengaruh faktor brand image terhadap minat masyarakat muslim menjadi nasabah bank syariah Rantauprapat
- $H_{0.3}$: Terdapat pengaruh faktor pelayanan terhadap minat masyarakat muslim melakukan transaksi simpanan di bank syariah Rantauprapat
- $H_{1.3}$: Tidak terdapat pengaruh faktor pelayanan terhadap minat masyarakat muslim melakukan transaksi simpanan di bank syariah Rantauprapat
- $H_{0.4}$: Terdapat pengaruh faktor lokasi, brand image, dan pelayanan terhadap minat masyarakat Rantauprapat
- $H_{1.4}$: Tidak Terdapat pengaruh faktor lokasi, brand image, dan pelayanan terhadap minat masyarakat Rantauprapat

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, penelitian ini menggunakan angka-angka dengan metode asosiatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang banyak menggunakan angka, yaitu pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta tampilan hasilnya. Metode kuantitatif ini digunakan apabila masalah yang merupakan titik tolak penelitian sudah jelas, masalah merupakan penyimpangan antara yang seharusnya dengan yang terjadi, antara teori dengan pelaksanaan. Metode asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab akibat, yaitu antara variabel bebas dan variabel terikat (Djollong, 2014).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di masyarakat sekitaran Rantauprapat. Penelitian ini direncanakan di bulan April 2022 sampai dengan juni 2022 dengan perencanaan waktu seperti yang tertera di bawah ini :

**Tabel 3.1
Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	2022																															
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																															
2	Penyusunan Proposal		■	■	■	■	■	■	■																								
3	Bimbingan Proposal									■	■	■	■	■	■	■	■																
4	Seminar Proposal																					■	■										
5	Penyusunan Skripsi																									■	■	■	■				
6	Bimbingan Skripsi																									■	■	■	■				
7	Sidang Meja Hijau																													■	■		

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang terdiri dari benda yang nyata, abstrak, peristiwa, ataupun gejala yang merupakan sumber data dan memiliki karakter tertentu dan sama, sehingga objek-objek tersebut dapat menjadi sasaran sumber data penelitian. Populasi yang secara kuantitatif jumlahnya yang cukup besar sering tidak mungkin untuk dijangkau seluruhnya. Kendala yang mengakibatkan hal tersebut yaitu terbatasnya dana, waktu dan tenaga di samping hasilnya belum tentu objektif. Keadaan seperti ini yang mengharuskan dari sejumlah populasi ditetapkan menjadi sejumlah sampel. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat atau nasabah pada bank Sumut Syariah Rantauprapat yang berjumlah 17.155 orang (Achmadi, 2011).

Populasi yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan, populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di daerah sekitaran Rantauprapat.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari objek yang merupakan sumber data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis sampel yang termasuk dalam nonprobability sampling yaitu teknik sampling accidental. Accidental sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang berada di lokasi tersebut dan dikira bisa untuk dijadikan sampel maka orang tersebutlah yang akan menjadi sampel dan juga data atau sumbernya (Sugiyono, 2016). Jumlah sampel yang akan digunakan yaitu secukupnya dan seberapa orang yang didapat secara kebetulan dalam waktu tertentu. Dari hasil yang ditemukan secara kebetulan maka jumlah sampel yaitu berjumlah 30 orang.

3. Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nonprobability sampling. Nonprobability sampling ini merupakan teknik yang

digunakan untuk mengambil sampel tetapi tidak semua orang bisa untuk dijadikan sebagai sampel dalam penelitian.

D. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan adalah variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan dari adanya suatu variabel dependen (terikat), variabel bebas yang biasanya dinotasikan dengan (X) juga merupakan kondisi-kondisi atau karakteristik yang dimanipulasi oleh peneliti dalam rangka untuk menerangkan hubungannya dengan fenomena yang diobservasi, fungsi variabel ini biasa disebut dengan variabel pengaruh, sebab berfungsi mempengaruhi variabel lain secara bebas. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi akibat adanya variabel bebas, variabel terikat ini dinotasikan dengan (Y).

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah pengertian yang didasarkan atas sifat-sifat atau hal yang dapat diamati/diobservasi. Konsep yang dapat diamati yaitu hal-hal yang sangat penting karena yang diamati tersebut membuka kemungkinan bagi orang lain, tentunya selain peneliti itu sendiri untuk dapat melakukan hal yang serupa, sehingga nantinya hal-hal yang dilakukan oleh peneliti terbuka untuk di uji kembali oleh orang lain. Definisi variabel ini merupakan variabel yang diungkap dalam definisi konsep secara operasional, secara praktik, dan secara nyata dalam lingkup obyek penelitian atau obyek yang diteliti.

Tabel 3.2
Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
Minat Masyarakat (Y)	Minat konsumen dapat dilihat dari seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lain. Minat juga merupakan sumber motivasi yang akan	1. Minat transaksional, Mempertahankan dan menjadikan bank syariah sebagai prioritas dalam menabung. 2. Minat referensial, Merekomendasikan produk kepada masyarakat.

	mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang ingin mereka lakukan (Apriana, 2021).	
Lokasi (X_1)	Lokasi merupakan tempat yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusannya untuk menabung karena ada unsur kedekatan dan kemudahan yang dijangkau oleh transportasi (Mahendra, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses, Mudah dijangkau atau diakses oleh transportasi umum. 2. Visibilitas, dapat dilihat dan diamati, tidak jauh dari tepat tinggal. Memiliki area yang aman dan nyaman.
Brand Image (X_2)	Brand image (citra merek) merupakan sebuah simbol yang menggambarkan sebuah perusahaan atas kualitasnya dalam memberikan pelayanan yang berkualitas (Mahendra, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Citra korporat, mempertahankan reputasi perusahaan dengan baik. 2. Citra produk/ konsumen,
Pelayanan (X_3)	Kualitas pelayanan sangat dibutuhkan oleh bank syariah untuk menarik minat nasabah karena kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan sebuah usaha (Mahendra, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kehandalan, Melayani dengan ramah kepada seluruh nasabah bank syariah. 2. Daya tanggap

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan data-data dalam penelitiannya. Dalam pengumpulan data memiliki beberapa cara yaitu seperti kuesioner atau angket, wawancara, pengamatan atau observasi, tes, dan dokumentasi.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian atau pengumpulan data ialah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah diolah. Jenis instrumen pengumpulan data tersebut dapat berupa kuesioner, checklist, pedoman wawancara dan pengamatan.

Setelah menentukan jenis-jenis tersebut, maka langkah selanjutnya dalam pelaksanaan penelitian yaitu membuat atau menetapkan instrument penelitian. Seorang peneliti harus menetapkan dan mempertimbangkan beberapa keadaan seperti halnya jenis variabel yang hendak di ukur, jumlah sampel penelitian, lokasi responden, ada atau tidaknya staf peneliti yang terlatih, dana dan waktu yang tersedia serta metode pengumpulan data yang terpilih.

Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

a. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang dia ketahui. Dalam hal ini peneliti menggunakan skala likert dalam bentuk checklist. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial dengan jawaban pertanyaan yang memiliki beberapa opsi (Achmadi, 2011).

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini dapat dilakukan secara kuantitatif, yaitu proses analisis data dalam bentuk angka. Teknik analisis data adalah suatu metode untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi dalam sebuah permasalahan, yang terutama pada masalah yang terdapat pada sebuah penelitian. Penelitian ini di uji dengan uji asumsi klasik.

1. Statistik Deskriptif

Dalam statistik deskriptif ini gambaran suatu data yang ditunjukkan dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, dan minimum. Statistik

deskriptif juga memberikan gambaran distribusi dan perilaku data sampel tersebut.

2. Uji Validitas

Uji yang digunakan untuk memperlihatkan suatu ukuran untuk mengukur tingkat kebenaran alat ukur. Uji ini juga digunakan untuk mengetahui apakah valid atau tidak kuesioner yang digunakan. Uji ini dilakukan melalui instrument penelitian dengan angket atau kuesioner yang kita buat sendiri.

Rumus pengujian Validitas:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum xi)(\sum yi)}{\sqrt{\{n \cdot \sum xi^2 - (\sum xi)^2\} \{n \cdot \sum yi^2 - (\sum yi)^2\}}}$$

Sumber : “Sugiyono, 2019”

Keterangan :

r_{xy} = Item instrument variabel dengan totalnya

n = Jumlah sampel

$\sum xi$ = Jumlah pengamatan variabel (x)

$\sum yi$ = Jumlah pengamatan variabel (y)

$(\sum xi^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel (x)

$(\sum yi^2)$ = jumlah kuadrat pengamatan variabel (y)

$(\sum xi)^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel (x)

$(\sum yi)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel (y)

$\sum xiyi$ = Jumlah hasil kali variabel x dan y

Kriteria pengujian validitas:

Tolak H_0 atau terima H_a , jika nilai korelasi adalah positif dan probabilitas yang dihitung < nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 (sig 2 – tailed <^a 0.05).

Terima H_0 jika nilai korelasi adalah negative dan atau probabilitas yang dihitung \geq nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 (sig 2 – tailed >^a 0.05).

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang dilakukan secara konsisten dan untuk mengukur berapa jumlah pengukuran yang dilakukan. Reliabilitas ini

biasa ditulis dengan angka, uji ini dilakukan untuk mengetahui kuesioner digunakan secara konsisten atau tidak.

Rumus pengujian reliabilitas :

$$a = \frac{k}{k-1} \left(\frac{\sum S^2 j}{S^2 x} \right)$$

Keterangan :

a = koefisien reabilitas alpha

k = jumlah item

Sj = varians responden untuk item I

Sx = jumlah varians skor total

Kriteria pengujian reliabilitas :

- a. Jika nilai Cronbach Alpha ≥ 0.60 maka reliabilitas terbilang cukup baik
- b. Jika nilai Cronbach Alpha ≤ 0.60 maka reliabilitas terbilang cukup baik

4. Uji asumsi klasik

Yang mana hasil uji klasik ini terdiri dari uji normalis, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti lokasi, brand image, pelayanan, dan minat menabung terbebas dari uji asumsi klasik (Akhmad Darmawan, S.E.,M.si, Ninik Dewi Indah Sari, Sri Rejeki, 2019).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu sebuah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas berdistribusi normal atau tidak antara variabel bebas dan variabel terikat. Model regresi yang baik adalah normal dan mendekati normal.

b. Uji multikolonieritas

Uji dalam penelitian ini akan digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi yang kuat diantara variabel independen yang digunakan dalam pembentukan jenis.

c. Uji Autokorelasi

Uji ini yang menguji apakah suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Hipotesis yang akan di uji, yaitu:

H_o = tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_a = ada autokorelasi ($r \neq 0$)

d. Uji heteroskedastisitas

Uji yang akan digunakan untuk menguji apakah jenis regresi linier kesalahan pengguna (e) memiliki variasi yang sama atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

5. Regresi Linier Berganda

Terdapat dalam analisis regresi linier berganda, yaitu dalam penelitian variabel Y akan mempengaruhi variabel X, maka hasil pengujian regresi berganda menghasilkan persamaan seperti :

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

Keterangan :

Y = tingkat kepercayaan

α = Nilai konstanta (α)

β_1 = Nilai koefisien regresi variabel lokasi

β_2 = Nilai koefisien regresi variabel produk

β_3 = Nilai koefisien regresi variabel pelayanan

e = error

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini berkaitan dengan ada atau tidak pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen baik itu secara parsial maupun simultan.

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetes atau menguji regresi ada tidaknya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial maupun individu.

Langkah-langkah dalam uji t yaitu sebagai berikut.

- 1) Menyusun formulasi H_o dan H_a
- 2) Menentukan α -nya
- 3) Kriteria pengujian
- 4) Cara menghitung nilai t, yaitu:

$$t = \frac{b-b_0}{sb_i}$$

5) Menyimpulkan apakah H_0 diterima atau ditolak

b. Uji F

Uji f ini digunakan untuk menguji koefisien regresi pengaruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen.

Langkah-langkah dalam uji F yaitu sebagai berikut.

- 1) Menyusun formulasi H_0 dan H_a
- 2) Dipilih α -nya (level of significance)
- 3) Kriteria pengujian
- 4) Cara menghitung nilai F

$$F = \frac{\text{variance between means}}{\text{variance within group}}$$

- 5) Menyimpulkan apakah H_0 diterima H_0 ditolak

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Institusi

a) Sejarah Bank Sumut Syariah

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan sebutan BPSU. Sesuai dengan ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah Tingkat I Sumatera Utara maka pada tahun 1962 bentuk usaha dirubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan modal dasar pada saat itu sebesar Rp.100 juta dengan sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Daerah Tingkat II se Sumatera Utara. Pada tahun 1999, bentuk hukum BPDSU dirubah menjadi perseroan terbatas dengan nama PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara atau Disingkat PT. Bank Sumut yang berkedudukan dan berkantor pusat di Medan , JL. Imam Bonjol No 18 Medan. Laju pertumbuhan Bank Sumut kian menunjukkan perkembangan yang sangat pesat signifikan diliat dari kinerja dan prestasi yang diraih dari tahun ke tahun. Sebagai bank yang memiliki visi untuk menjadi bank andalan bagi membantu mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat, bank Sumut senantiasa berusaha mengikuti perkembangan yang ada termasuk mendirikan Unit Usaha Syariah. Gagasan dan wacana untuk mendirikan unit atau divisi usaha syariah ini sebenarnya telah berkembang cukup lama dikalangan stakeholder bank Sumut, khususnya direksi dan komisaris atau lebih tepatnya sejak dikeluarkannya UU No.10 Tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah. Bank Syariah yang berkomitmen di atas maka, bank Sumut konvensional membuka bank Sumut Syariah dengan 1 divisi usha syariah, 3 kantor cabang syariah, dan perihal membuka cabang pembantu syariah yaitu salah satunya PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah RantauPrapat dan kemudian menyusul cabang pematang siantar dan cabang padang sidempuan pada tahun 1970.

PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah telah didukung oleh sistem operasional perbankan yang disebut OLIB'S. PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah

menggunakan sistem operasional perbankan yang menguat pada prinsip syariah. Pada sistem operasional Bank Sumut Unit Usaha Syariah, pemilik dana menanamkan uangnya di Bank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil.

Arti dan lambang bank Sumut Syariah, yaitu:



Bentuk Logo menggambarkan dua elemen dalam bentuk huruf “U” yang saling berkait ber-sinergi membentuk huruf “S” yang merupakan kata awal “Sumut” . sebuah penggambaran bentuk kerjasama yang sangat erat antara bank SUMUT dengan masyarakat Sumatera Utara sebagaimana Visi bank SUMUT. Warna oranye sebagai symbol suatu hasrat untuk terus maju yang dilakukan dengan energik yang dipadu dengan warna biru yang sportif dan professional seagaimana misi Bank SUMUT.

Warna putih sebagai ungkapan ketulusan hati untuk melayani sebagaimana statement Bank SUMUT. Jenis huruf “Palatino Bold” sederhana dan mudah dibaca. Penulisan Bank dengan huruf kecil dan SUMUT dengan huruf capital guna lebih mengedepankan Sumatera Utara sebagai gambaran keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara.

b) Visi Dan Misi

Berikut ini adalah visi dan misi dari PT. Bank Sumut Syariah.

a. Visi

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

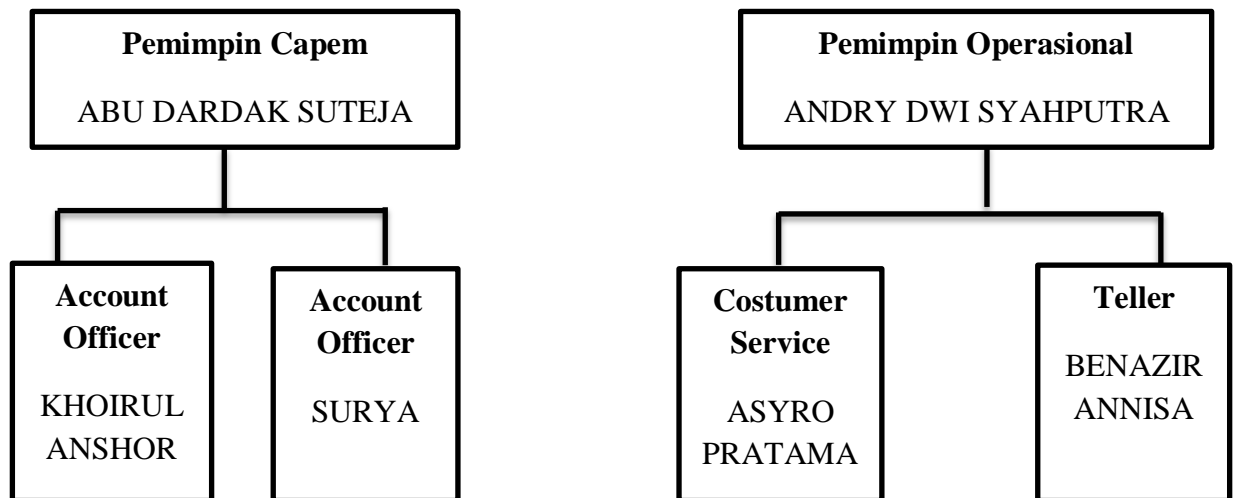
b. Misi

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

c) Tujuan Bank Syariah

Bank ini memiliki tujuan yaitu untuk membantu masyarakat yang sedang membutuhkan, bank juga sebagai pembangun perekonomian serta kestabilan ekonomi. Pada dasarnya banyak masyarakat yang masih membutuhkan bantuan dari sebuah bank, baik itu berupa pinjaman, pengiriman uang, menabung, dan lain sebagainya. Saat ini memang bank sudah dikenal oleh banyak orang dan tentunya berkembang dengan pesat, maka dari itu bank telah mempermudah masyarakat.

d) Struktur Organisasi



Pembagian tugas dan tanggung jawab :

- 1) Pimpinan PT. Bank Sumut Capem Syariah RantauPrapat, tugas pimpinan yaitu :
 - a. Menyusun, menetapkan dan mengarahkan program kerja mencapai target kinerja kantor.
 - b. Mengarahkan pembuatan peta potensi bisnis produk pembiayaan, dana dan jasa.
 - c. Merencanakan, mengkoordinasikan dan menetapkan program kerja pemasaran dana, jasa dan pembiayaan.
 - d. Mengarahkan dan mengkoordinasikan kegiatan pemasaran dana, jasa, dan pembiayaan.
 - e. Mengarahkan, memonitor, dan mengevaluasi proses analisa pembiayaan.
 - f. Mengarahkan, memonitor, dan mengevaluasi proses analisa restrukturisasi pembiayaan.
 - g. Melaksanakan kegiatan pemutusan permohonan pembiayaan sesuai limit kewenangannya.
 - h. Mengkoordinasi dan memonitor penyusunan laporan berkenaan dengan pelaksanaan bidang tugasnya.
 - i. Memonitor dan menindaklanjuti temuan audit.
 - j. Memonitor pelaksanaan program kerja untuk mencapai kinerja di bidangnya.

Tanggung jawab pimpinan yaitu :

- a. Tercapainya program kerja kantor
- b. Tersedianya dan terlaksananya program pemasaran
- c. Tersedianya target kualitas dan kuantitas pembiayaan
- d. Terselenggaranya kegiatan analisa pembiayaan
- e. Terlaksananya proses analisa restrukturisasi pembiayaan performing
- f. Tercapainya target penghimpunan dana pihak ketiga dan jasa
- g. Terlaksananya monitoring dan evaluasi pencapaian target
- h. Tersedianya laporan yang akurat dan tepat waktu berkenaan dengan pelaksanaan bidang tugasnya
- i. Terlaksananya pengelolaan manajemen sumber daya manusia
- j. Memegang teguh rahasia jabatan dan rahasia bank

2) Pimpinan Operasional

Tugas pimpinan operasional yaitu :

- a. Memonitor sistem pendataan nasabah agar memenuhi aspek kehati-hatian dan regulasi
- b. Memonitor sistem/proses pelayanan nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah
- c. Mengkoordinasikan pemenuhan saldo kas dalam rangka memenuhi kebutuhan likuiditas kantor
- d. Memonitor dan mengevaluasi aktifitas transaksi keuangan sesuai ketentuan berlaku
- e. Memonitor penerapan sistem APU-PPT dan anti froud agar sesuai regulasi
- f. Memonitor kelancaran sistem manajemen teknologi sistem informasi untuk mendukung kelancaran operasional
- g. Memonitor dan meningkatkan tata kelola operasional dan rekanan/vendor dalam rangka terciptanya kegiatan operasional yang efektif dan efisien

Tanggung jawab piminan operasional :

- a. Tercapainya program kerja kantor cabang
- b. Terlaksananya kegiatan pelayanan nasabah
- c. Tersedianya data base nasabah yang akurat
- d. Terlaksananya layanan kepada pemerintah daerah dalam transaksi RKUD
- e. Terjaganya kebutuhan likuiditas kantor cabang
- f. Terselenggaranya proses accounting dan operational control di unitnya
- g. Terlaksananya tata kelola operasional kantor
- h. Terlaksananya penerapan APU-PPT dalam kegiatan pelayanan transaksi nasabah
- i. Terlaksananya program CSR
- j. Terlaksananya pengelolaan dan promosi

3) Customer Office

Tugas Costumer Service yaitu :

- a. Melaksanakan standard layanan di front office
- b. Menyediakan informasi dan pelayanan mengenai produk dan jasa bank

- c. Melaksanakan cross selling mengenai produk jasa bank kepada nasabah atau calon nasabah
- d. Melayani pembukaan, pemeliharaan, dan penutupan rekening giro, tabungan, deposito serta produk jasa lainnya
- e. Melakukan pengkinian data CIF
- f. Melayani dan memberikan informasi kepada nasabah yang membutuhkan informasi data transaksi dan saldo rekening kepada yang berhak
- g. Melayani pembukuan, pemeliharaan dan penutupan kartu ATM
- h. Menata usahakan penarikan cek/bilyet giro kosong
- i. Menerima dan melayani pengaduan nasabah

Tanggung jawab costumer service yaitu :

- a. Tercapainya program kerja kantor
 - b. Terlaksananya pelayanan nasabah dan informasi produk jasa perbankan
 - c. Terlaksananya tata kelola administrasi pelayanan nasabah
 - d. Tersedianya data nasabah yang akurat
 - e. Terlaksananya proses transaksi nasabah
 - f. Terlaksananya pelayanan transaksi pemerintah daerah
 - g. Terlaksananya penerbitan surat keterangan bank dan surat keterangan dukungan dana
 - h. Terlaksananya standing instruction
 - i. Terlaksananya penanganan dan penyelesaian pengaduan nasabah
- 4) Teller

Tugas teller yaitu :

- a. Melaksanakan standard layanan di front office
- b. Mengelola kas saldo teller sesuai dengan limit yang ditentukan
- c. Memperoleh transaksi tunai dan non tunai termasuk warkat-warkat sesuai dengan batas kewenangan
- d. Melakukan verifikasi dan menandatangani warkat transaksi
- e. Meyakini kebenaran dan keaslian uang tunai/bank notes dan warkat berharga
- f. Melakukan pengisian uang tunai ke kaset mesin ATM
- g. Menyortir uang yang tidak layak beredar (rusak)
- h. Meyakini kesesuaian jumlah fisik uang dengan warkat transaksi

- i. Melayani permohonan transfer/kiriman uang dan inkaso
- j. Melakukan cash count akhir hari

Tanggung jawab teller yaitu :

- a. Tercapainya program kerja kantor
- b. Terlaksananya transaksi tunai dan overbooking
- c. Terlaksananya pengisian uang tunai ke kaset mesin ATM
- d. Terlaksananya standard kualitas pelayanan teller
- e. Tersedianya laporan transaksi
- f. Terlaksananya penerapan APU-PPT dalam kegiatan transaksi nasabah
- g. Tersedianya laporan yang berkaitan dengan bidang tugasnya
- h. Terlaksananya kebijakan, sistem dan prosedur di lingkungan kerjanya
- i. Memegang teguh rahasia jabatan dan rahasia bank
- j. Terlaksananya penerapan kebijakan sistem dan prosedur, penerapan good corporate governance, penerapan manajemen risiko, dan budaya anti fraud awareness.

5) Account Officer

Tugas account officer yaitu :

- a. Menyusun program kerja pemasaran pembiayaan secara individual
- b. Memasarkan produk pembiayaan
- c. Melakukan cross selling terhadap produk dan jasa bank lainnya
- d. Memastikan kelengkapan dokumen permohonan pembiayaan
- e. Melakukan inspeksi on the spot ke lokasi usaha pemohon pembiayaan dan mencari segala informasi yang dibutuhkan untuk memproses permohonan pembiayaan
- f. Memproses pembiayaan yang memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan hingga sampai tahap akan diputuskan oleh pemutus pembiayaan
- g. Melaksanakan maintenance supervisi dan monitoring pembiayaan yang dikelola
- h. Melaksanakan penagihan pembiayaan performing
- i. Melaksanakan koordinasi dengan unit kerja lain, dalam pengelolaan, proses, dan monitoring

Tanggung jawab account officer yaitu :

- a. Tercapainya program kerja kantor
- b. Tersedianya program kerja pemasaran pembiayaan secara individual
- c. Tercapainya target kualitas dan kuantitas pembiayaan yang ditetapkan secara individual
- d. Terlaksananya proses analisa pembiayaan
- e. Kebenaran data yang disajikan dalam nota analisa untuk proses pemutusan pembiayaan oleh pemutus pembiayaan
- f. Memastikan proses pencairan pembiayaan sesuai keputusan pemutus pembiayaan
- g. Terlaksananya kegiatan maintenance, monitoring, fsn diperviisi terhadap pembiayaan yang dikelola
- h. Terlaksananya kebutuhan covenant pembiayaan sesuai dengan batas waktu yang ditetapkan dalam akad pembiayaan
- i. Mengelola account assignment yang telah ditetapkan

e) Sarana dan Prasarana

PT. Bank Sumut Cabang Pemantu Syariah RantauPrapat memiliki pekerja yaitu yang berjumlah 12 orang, standar jam kerja yang digunakan adalah mulai dari jam 08.00 WIB s/d 17.00 WIB. Apabila jam kerja melebihi dari waktu yang telah ditentukan maka dihitung lembur sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Adapun jumlah tenaga kerja yang terlepas pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah RantauPrapat terdiri atas :

1. Banking Staff : 6 orang

Terdiri atas :

- a. Dua pimpinan kantor cabang yaitu pemimpin capem dan pemimpin operasional
- b. Empat orang bagian pelaksana

2. Non Banking Staff : 6 orang

Terdiri dari :

- a. Satu driver
- b. Satu office boy

c. Empat orang satpam

Bank yang memiliki lokasi strategis akan memudahkan masyarakat untuk mendatanginya, sebagian masyarakat akan mendatangi bank tersebut dengan menggunakan transportasi umum yaitu seperti mobil, bus, sepeda motor, dan lain sebagainya.

2. Deskripsi Karakteristik Responden

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Perbedaan jenis kelamin dapat menunjukkan perilaku responden dalam memakai jasa. Pengelompokan ini bertujuan untuk mengetahui jenis kelamin yang lebih berpotensi dalam memakai jasa Bank Sumut Syariah. Berikut tampilan komposisi responden berdasarkan kelompok jenis kelamin:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	6	20
2	Perempuan	24	80
Jumlah		30	100

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Berdasarkan keterangan pada Tabel 4.1 di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin nasabah yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 24 orang atau 80%. Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah Bank Sumut Syariah yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah perempuan. Keberminatan para perempuan terhadap Bank Sumut Syariah adalah teraturnya pembayaran angsuran bulanan yang dilakukan oleh para nasabah dan tidak ada penunggakan angsuran melebihi batas sebulan, karena umumnya perempuan sering melakukan kegiatan angsuran.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Perbedaan kondisi individu seperti usia dapat menunjukkan perilaku responden dalam menggunakan jasa. Pengelompokan ini bertujuan untuk mengetahui kelompok usia yang lebih berpotensi dalam menggunakan jasa Bank

Sumut Syariah. Berikut tampilan komposisi responden berdasarkan kelompok usia:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	17-29 Tahun	22	73
2	30-40 Tahun	7	23
3	>40 Tahun	1	4
Jumlah		30	100

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Berdasarkan keterangan pada Tabel 4.2 di atas dapat diketahui tentang usia nasabah yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa mayoritas usia responden pengguna jasa bank syariah adalah 17-29 Tahun, yaitu sebanyak 22 orang atau 73%. Usia 17-29 tahun kondisi produktifitas tertinggi. Hal ini mengindikasikan tingginya potensi nasabah segmen ini. Usia juga menunjukkan bahwa mereka dalam jangka panjang dapat dipertahankan menjadi nasabah yang setia. Oleh sebab itu kepuasan nasabah dan keunggulan bersaing bank umum/unit usaha syariah adalah dua hal kunci dalam membangun nasabah loyal dan keberlangsungan Bank Sumut Syariah.

3. Penyajian Data

1) Variabel Faktor Lokasi (X1)

Untuk pengukuran variabel faktor lokasi digunakan pendapat responden mengenai tempat di mana lokasi bank yang paling banyak diminati responden. Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.3 Faktor Lokasi (X1)

Alternatif Jawaban												
No	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	2	7	7	23	12	40	9	30	30	100
2	2	7	0	0	7	23	10	33	11	37	30	100
3	0	0	0	0	5	17	12	40	13	43	30	100
4	0	0	1	3	9	30	12	40	8	27	30	100
5	0	0	2	7	4	13	11	37	13	43	30	100
6	0	0	1	3	9	30	14	47	6	20	30	100

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Dari pertanyaan pertama mengenai lokasi bank yang mudah untuk dijangkau, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 30%.
 - 2) Dari pertanyaan kedua mengenai adanya transportasi umum yang mempermudah menuju bank, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 37%.
 - 3) Dari pertanyaan ketiga mengenai Bank berada di area yang strategis, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 43%.
 - 4) Dari pertanyaan keempat mengenai Bank memiliki lahan parkir yang luas, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 27%.
 - 5) Dari pertanyaan kelima mengenai Bank terletak di lokasi yang jelas, aman, dan nyaman, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 43%.
 - 6) Dari pertanyaan keenam mengenai Bank berada di dekat area perkantoran, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 20%.
- 2) Variabel Faktor *Brand Image* (X2)

Pada variabel *Brand Image*, *Brand Image* (citra merek) merupakan suatu komponen dalam perusahaan yang memiliki rasa ketertarikan sendiri bagi para konsumen. Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden mengenai *Brand Image* dari kuesioner yang penulis sebarakan sebagai berikut:

Tabel 4.4 Faktor *Brand Image* (X2)

Alternatif Jawaban												
No	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	0	0	5	17	17	57	8	26	30	100
2	0	0	1	4	3	10	13	43	13	43	30	100
3	0	0	0	0	4	13	17	57	9	30	30	100
4	0	0	0	0	6	21	16	53	8	26	30	100
5	0	0	1	4	6	21	12	40	11	35	30	100

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Dari pertanyaan pertama mengenai Mengutamakan kualitas dan kondisi bank , responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 26%.
 - 2) Dari pertanyaan kedua mengenai Bank selalu mempertahankan nama baik di kalangan masyarakat, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 43%.
 - 3) Dari pertanyaan ketiga mengenai Melakukan promosi kepada masyarakat, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 30%.
 - 4) Dari pertanyaan keempat mengenai Bank mewujudkan yang dibutuhkan oleh nasabah, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 26%.
 - 5) Dari pertanyaan kelima mengenai Bank memberikan arahan positif kepada nasabah, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 35%.
- 3) Variabel Faktor Pelayanan (X3)

Pada variabel pelayanan, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden mengenai produk dari kuesioner yang penulis sebarakan sebagai berikut:

Tabel 4.5 Faktor Pelayanan (X3)

Alternatif Jawaban												
No	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	0	0	3	10	16	53	11	37	30	100
2	0	0	0	0	8	26	11	37	11	37	30	100
3	0	0	2	7	4	13	6	20	18	60	30	100
4	0	0	1	4	3	10	13	43	13	43	30	100
5	0	0	0	0	4	13	10	33	16	63	30	100
6	0	0	2	7	2	7	12	40	14	46	30	100

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Dari pertanyaan pertama mengenai Bank memberikan pelayanan yang terbaik, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 37%.
- 2) Dari pertanyaan kedua mengenai Bank mengatasi masalah dengan cepat dan akurat, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 37%.
- 3) Dari pertanyaan ketiga mengenai Bank melayani dengan sopan, ramah, dan tamah, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 60%.
- 4) Dari pertanyaan keempat mengenai Menanggapi dan menyelesaikan permasalahan dengan baik dan benar, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 43%.
- 5) Dari pertanyaan kelima mengenai Pelayanan yang dilakukan dapat memberikan manfaat bagi nasabah, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 63%.
- 6) Dari pertanyaan kelima mengenai Melakukan komunikasi yang baik antara petugas dengan nasabah, responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 46%.

4. Analisis Data

1) Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuesioner atau skala yang ingin diukur. Dalam penentuan valid atau tidaknya item digunakan, kegiatan yang harus dilakukan adalah dengan membandingkan

r_{hitung} dengan r_{tabel} dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan $N = 30$ maka r_{tabel} bernilai 0.361.

Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir, pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan valid. (Ghozali, 2018). Adapun hasil output menggunakan SPSS 25.0 dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Lokasi (X1)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0.772*	0.361	Valid
X1.2	0.791	0.361	Valid
X1.3	0.724	0.361	Valid
X1.4	0.733	0.361	Valid
X1.5	0.706	0.361	Valid
X1.6	0.591	0.361	Valid
Brand Image (X2)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0.525	0.361	Valid
X2.2	0.864	0.361	Valid
X2.3	0.808	0.361	Valid
X2.4	0.828	0.361	Valid
X2.5	0.881	0.361	Valid
Pelayanan (X3)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0.760	0.361	Valid
X3.2	0.745	0.361	Valid
X3.3	0.914	0.361	Valid
X3.4	0.837	0.361	Valid
X3.5	0.901	0.361	Valid
X3.6	0.884	0.361	Valid
Minat Masyarakat (Y)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1	0.759	0.361	Valid
Y2	0.747	0.361	Valid
Y3	0.628	0.361	Valid
Y4	0.772	0.361	Valid
Y5	0.681	0.361	Valid

Sumber: SPSS 25.0

Dari hasil uji validitas yang disajikan pada tabel menunjukkan bahwa semua nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} (0.361), artinya tiap pertanyaan berkorelasi dengan skor totalnya dan data yang dikumpulkan dinyatakan valid dan siap untuk dianalisis.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukurannya diulang. Dalam hal ini uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan membandingkan alpha dengan r_{tabel} dimana tarif signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan $N = 30$ maka r_{tabel} bernilai 0.361.

Jika alpha lebih besar dari r_{tabel} maka data yang diujikan memiliki tingkat reliabilitas yang baik atau konsisten. (Ghozali, 2018). Adapun hasil output menggunakan SPSS 25.0 dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Lokasi (X1)	0.812	Reliabel
<i>Brand Image</i> (X2)	0.845	Reliabel
Pelayanan (X3)	0.915	Reliabel
Minat Masyarakat (Y)	0.765	Reliabel

Sumber: SPSS 25.0

Tabel di atas dapat dilihat dari *Cronbach Alpha* untuk semua variabel nilai lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian telah reliable atau konsisten dengan kata lain bisa diandalkan atau dipercaya.

3) Uji Asumsi Klasik

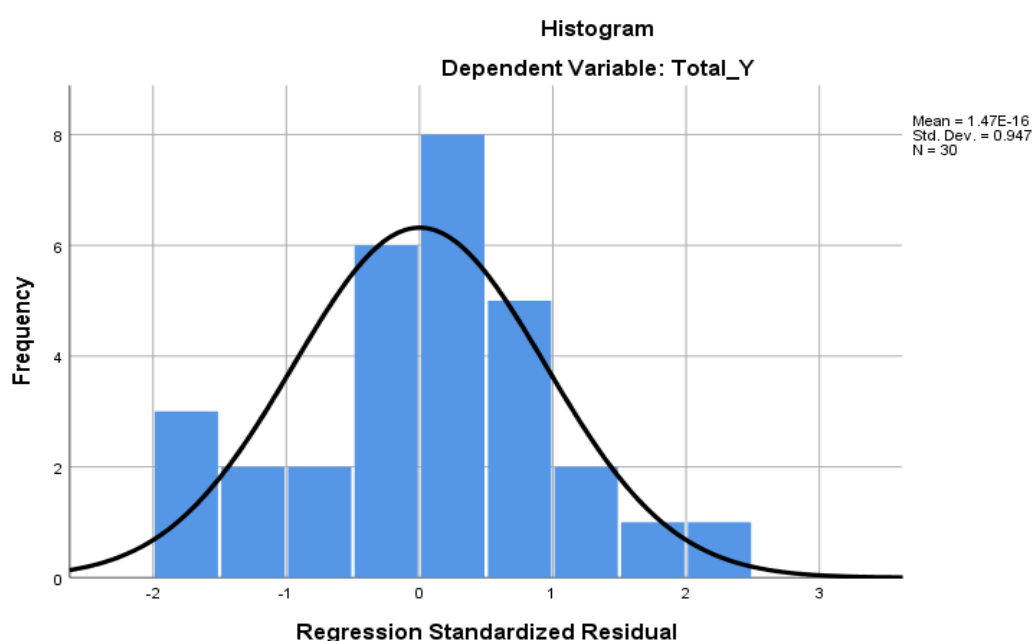
Uji asumsi klasik dilakukan dalam upaya untuk memperoleh hasil analisis yang valid sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, agar dapat perkiraan yang efisien dan tidak bias maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian ini dimaksudkan untuk mendeteksi adanya penyimpangan asumsi klasik pada regresi linier berganda. Ada beberapa kriteria persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi untuk bisa menggunakan regresi linier berganda, yaitu :

a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Dasar pengembalian keputusan dalam deteksi

normalitas yaitu jika data menyebar disekitar garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Tetapi jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan Grafik Histogram, Uji P-plot of Regression Standardized Residual. Uji ini bertujuan agar dalam penelitian ini dapat mengetahui berdistribusi normal atau tidaknya antara variabel independen dengan variabel dependen ataupun keduanya menggunakan SPSS versi 25.0

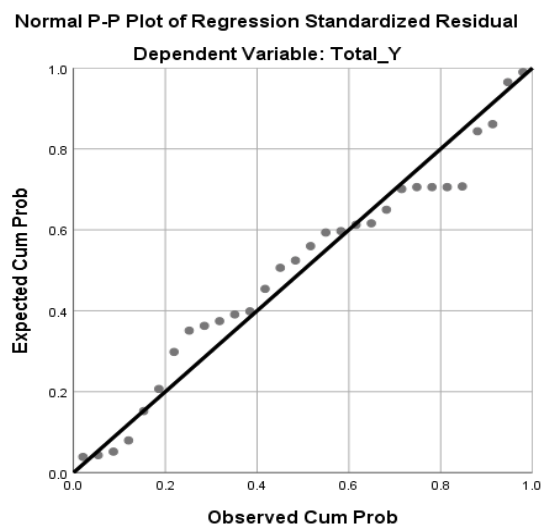
1) Uji Histogram



Gambar 4.1 Histogram

Hasil dari pengolahan data tersebut dapat dilihat kurva memiliki kecenderungan yang berimbang, baik pada sisi kiri maupun kanan dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang hampir sempurna. Maka data dapat berdistribusi normal.

2) Uji P-P plot



Gambar 4.2 Grafik P-P Plot

Pada grafik normal P-plot terlihat pada gambar diatas bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk dianalisis.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel dependen. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan lawannya, dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas pada data yang akan diolah.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.196	3.452		2.374	.025		
	Total_X1	.082	.173	.110	.474	.639	.459	2.181
	Total_X2	.508	.240	.509	2.112	.044	.427	2.341
	Total_X3	.011	.199	.016	.056	.956	.313	3.192

a. Dependent Variable: Total_Y

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai tolerance untuk masing-masing variabel sebagai berikut :

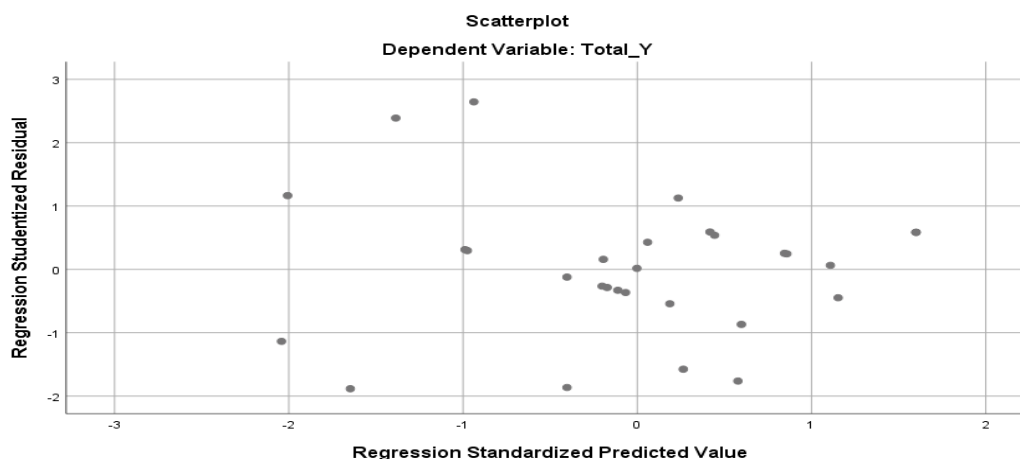
- 1) Nilai tolerance Lokasi (X1) sebesar $.459 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $2,181 < 10$, maka variable Lokasi dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Nilai tolerance *Brand Image* (X2) sebesar $.427 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $2,341 < 10$, maka variabel *Brand Image* dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- 3) Nilai tolerance Pelayanan (X3) sebesar $.313 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $3,192 < 10$, maka variabel Pelayanan dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi penelitian ini analisis yang digunakan yaitu dengan metode informal. Metode informal dalam pengujian heterokedastisitas yaitu metode grafik scatterplot. Dasar analisis heterokedastisitas sebagai berikut :

- 1) Jika pola tertentu, seperti titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi Heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Hasil Uji Heterokedastisitas



Gambar 4.3 Scatterplot

Dari gambar diatas Scatterplot terlihat bahwa jika tidak ada pola yang jelas, serta memperlihatkan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk melihat Minat Masyarakat pada Bank Sumut Syariah Rantauprapat berdasarkan masukan variabel independen Lokasi, *Brand Image* dan Pelayanan.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode ke t dengan kesalahan pada periode ke $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W):

- 1) Jika nilai D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- 2) Jika nilai D-W di antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Jika nilai D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.595 ^a	.354	.280	2.426	1.993

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

b. Dependent Variable: Total_Y

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Durbin-Watson yang didapat sebesar 1,993 yang berarti termasuk pada kriteria poin 2, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

4) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Tetapi sebelum menganalisis regresi linier berganda telah dilakukan uji asumsi klasik. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen, yaitu Lokasi, *Brand Image* dan Pelayanan serta satu variabel dependen yaitu Minat Masyarakat.

Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.196	3.452		2.374	.025
	Total_X1	.082	.173	.110	.474	.639
	Total_X2	.508	.240	.509	2.112	.044
	Total_X3	.011	.199	.016	.056	.956

a. Dependent Variable: Total_Y

Dari hasil data berdasarkan tabel di atas maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

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

$$Y = 8,196 + 0,082X_1 + 0,508X_2 + 0,011X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persamaan regresi berganda di atas menunjukkan nilai konstanta sebesar 8,196 dengan tanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika tidak ada Lokasi (X1), *Brand Image* (X2) dan Pelayanan (X3) maka Minat Masyarakat akan berkurang nilainya.
2. Koefisien regresi variabel Lokasi (X1) bernilai positif sebesar 0,082 hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi bertambah 1 poin, sementara variabel independen lainnya tetap, maka Minat Masyarakat akan mengalami peningkatan sebesar 0,082 dengan kata lain nilai koefisien regresi untuk variabel lokasi bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin tinggi lokasi maka semakin tinggi pula tingkat keputusan Minat Masyarakat.
3. Koefisien regresi variabel *Brand Image* (X2) bernilai positif sebesar 0,508 hal ini menunjukkan bahwa variabel *Brand Image* bertambah 1 poin, sementara variabel independen lainnya tetap, maka Minat Masyarakat akan mengalami peningkatan sebesar 0,508 dengan kata lain nilai koefisien regresi untuk variabel *Brand Image* bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin tinggi *Brand Image* maka semakin tinggi pula tingkat keputusan Minat Masyarakat.
4. Koefisien regresi variabel Pelayanan (X3) bernilai positif sebesar 0,011 hal ini menunjukkan bahwa variabel Pelayanan bertambah 1 poin, sementara variabel independen lainnya tetap, maka Minat Masyarakat akan mengalami peningkatan sebesar 0,011 dengan kata lain nilai koefisien regresi untuk variabel Pelayanan bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin tinggi Pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat keputusan Minat Masyarakat.

5) Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan atau tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25.0 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11 Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.196	3.452		2.374	.025
	Total_X1	.082	.173	.110	.474	.639
	Total_X2	.508	.240	.509	2.112	.044
	Total_X3	.011	.199	.016	.056	.956

a. Dependent Variable: Total_Y

Jika nilai Sig. < 0,05 maka artinya variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Dependen (Y). (Ghozali, 2011)

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka artinya variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Rumus mencari $t_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k)$.

$$t_{tabel} = (0,05/2 ; 30-3)$$

$$= (0,025 ; 27)$$

$$= 2,051$$

Dari data di atas, maka diperoleh hasil analisis berikut ini:

- 1) Variabel Lokasi memiliki nilai $t_{hitung} 0,474 < t_{tabel} 2,051$ dan nilai signifikansi sebesar $0,639 > 0,05$ bertanda positif, yang artinya bahwa variabel Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat.
- 2) Variabel *Brand Image* memiliki nilai $t_{hitung} 2,112 > t_{tabel} 2,051$ dan nilai signifikansi sebesar $0,044 < 0,05$ bertanda positif, yang artinya bahwa variabel *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat.

3) Variabel Pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} 0,056 < t_{tabel} 2,051$ dan nilai signifikansi sebesar $0,956 > 0,05$ bertanda positif, yang artinya bahwa variabel Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas Lokasi, *Brand Image* dan Pelayanan secara bersama sama memiliki hubungan atau tidak terhadap Minat Masyarakat. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 25.0 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.12 Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83.982	3	27.994	4.758	.009 ^b
	Residual	152.985	26	5.884		
	Total	236.967	29			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka artinya variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Dependen (Y). (Ghozali, 2011)

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka artinya variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Rumus mencari $t_{tabel} = (k ; n-k-1)$.

$$F_{tabel} = (3 ; 30-3-1)$$

$$= (3 ; 26)$$

$$= 2,98$$

Berdasarkan data diatas diketahui nilai Sig. = 0,009. Nilai Sig. tersebut selanjutnya dibandingkan nilai $\alpha 0,05$ sehingga $0,009 < 0,05$. Dan jika dilihat dari nilai $F_{hitung} = 4,758$ dan $F_{tabel} = 2,98$ maka nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga variabel Lokasi, *Brand Image* dan Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Masyarakat dikarenakan nilai Sig. $<$ dari 0,05 dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang nilainya berada di arah positif.

c. Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Apabila nilai R Square semakin mendekati satu maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil pengujian statistik dengan menggunakan SPSS 25.0 :

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.595 ^a	.354	.280	2.426	1.993

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

b. Dependent Variable: Total_Y

Berdasarkan hasil uji determinasi pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R Square 0,354. Maka untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh Lokasi, *Brand Image* dan Pelayanan dapat diketahui melalui uji koefisien determinasi sebagai berikut :

$$D = R^2 \times 100\%$$

$$D = 0,354 \times 100\%$$

$$D = 35,4 \%$$

Nilai R Square diatas adalah sebesar 35,4% hal ini berarti menunjukkan bahwa 35,4% variansi nilai harga saham ditentukan oleh peran dari variansi nilai Lokasi, *Brand Image* dan Pelayanan. Dengan kata lain kontribusi Lokasi, *Brand Image* dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat sebesar 35,4% sedangkan sisanya 64,6% dipengaruhi oleh variable-variabel lain yang tidak diteliti.

B. Pembahasan

1. Interpretasi Hasil Analisis Data

1) Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat

Berdasarkan penelitian diatas mengenai pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat, hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa Variabel Lokasi memiliki nilai $t_{hitung} 0,474 < t_{tabel} 2,051$ dan nilai signifikansi sebesar $0,639 > 0,05$ bertanda positif, yang artinya bahwa variabel Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat. Hal ini menunjukkan kecenderungan meningkatnya faktor Lokasi tidak diikuti dengan meningkatnya Minat Masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat.

Hasil penelitian tidak selaras dengan teori kotler mengenai konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mengatakan lokasi merupakan salah satu faktor untuk menarik minat masyarakat menjalin hubungan dengan bank. Dalam memilih lokasi diharapkan berada pada tempat yang mudah dijangkau oleh konsumen sehingga mereka tertarik untuk melakukan pembelian. Lokasi yang strategis memengaruhi minat masyarakat untuk bertansaksi di bank Syariah. Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya.

Lokasi Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat yang sudah strategis ternyata tidak mempengaruhi minat masyarakat pada penelitian ini untuk bertransaksi di Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat. Dalam penelitian ini, lokasi tidak terlalu menjadi pertimbangan dalam memilih bank untuk bertransaksi.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Jannah (2017), Arifin dan Khotimah (2014), kemudian Hardiansyah dan Rasulong (2019) yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Masyarakat.

2) Pengaruh *Brand Image* Terhadap Minat Masyarakat

Berdasarkan penelitian diatas mengenai pengaruh *Brand Image* Terhadap Minat Masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat, hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa Variabel *Brand Image* memiliki nilai $t_{hitung} 2,112 > t_{tabel} 2,051$ dan nilai signifikansi sebesar $0,044 < 0,05$ bertanda positif, yang

artinya bahwa variabel *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat.

Brand Image merupakan anggapan tentang merek yang direfleksikan konsumen yang berpegang pada ingatan konsumen. Dengan kata lain, apa yang diketahui konsumen tentang suatu lembaga maka itulah yang mereka yakini. Citra baik bagi Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat akan dapat menambah kepercayaan nasabah untuk memilihnya. Namun sebaliknya apabila citra yang dimiliki Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat tersebut tidak baik, maka nasabah pun enggan untuk bertransaksi pada bank tersebut. Karena nasabah Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat memiliki persepsi bahwa *Brand Image* Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat cukup baik, dilihat dari keadaan dimana selama nasabah menggunakan produk dari bank tersebut, mereka diberikan kemudahan dalam hal penarikan tunai dan tidak ada batasan-batasan tertentu mengenai nominal menabung sehingga nasabah menjadi leluasa dalam memanfaatkan produk tersebut.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Rachman dkk (2014), Jotopurnomo (2014), dan Herliza dkk (2016) yang menyatakan bahwa *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.

3) Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat

Berdasarkan penelitian diatas mengenai pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat, hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa Variabel Pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} 0,056 < t_{tabel} 2,051$ dan nilai signifikansi sebesar $0,956 > 0,05$ bertanda positif, yang artinya bahwa variabel Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat.

Hasil penelitian ini tidak selaras dengan dengan teori yang dikemukakan oleh Subagio dan Saputra yang berpendapat bahwa pelanggan akan puas karena kualitas pelayanan yang baik, hal ini juga akan meningkatkan citra perusahaan dimata konsumen khususnya dinasabah perbankan.

Berdasarkan perhitungan-perhitungan, penelitian ini menggunakan *SPSS* sehingga kecil kemungkinan bila terjadi kesalahan dalam perhitungan. Berdasarkan variabel lain yang mendasari penolakan hipotesis ini adalah adanya

variabel-variabel luaran yang lebih berpengaruh, misalnya ada variabel *intervening* antara pelayanan dengan minat masyarakat. Penelitian ini didukung oleh penelitian Aziz dan Hendrasto (2019), dan Prabowo (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

4) Pengaruh Lokasi, *Brand Image*, dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai Lokasi, *Brand Image*, dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat Dari uji F dapat dilihat bahwa nilai Sig. = 0,009. Nilai Sig. tersebut selanjutnya dibandingkan nilai α 0,05 sehingga $0,009 < 0,05$. Dan jika dilihat dari nilai $F_{hitung} = 4,758$ dan $F_{tabel} = 2,98$ maka nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga variabel Lokasi, *Brand Image* dan Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Masyarakat dikarenakan nilai Sig. < dari 0,05 dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang nilainya berada di arah positif.

Kontribusi Lokasi, *Brand Image*, dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat sebesar 35,4% sedangkan sisanya 64,6% dipengaruhi oleh variable-variabel lain yang tidak diteliti.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh Lokasi, *Brand Image*, dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat pada Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat adalah sebagai berikut:

1. Variabel Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Masyarakat menjadi nasabah pada Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat.
2. Variabel *Brand Image* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Masyarakat menjadi nasabah pada Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat.
3. Variabel Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Masyarakat menjadi nasabah pada Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat.
4. Variabel Lokasi, *Brand Image*, Pelayanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Masyarakat menjadi nasabah pada Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat.

B. Saran

1. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian pada tempat dan variabel yang sama diharapkan dapat menambahkan jumlah sampel dan variabel lain yang akan digunakan agar penelitian yang dilakukan lebih mendalam.
2. Bagi universitas diharapkan dapat memberikan manfaat dan motivasi terhadap mahasiswa yang melihat atau membaca tulisan ini yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi Di PT. Bank Sumut Kcp Syariah Rantauprapat.
3. Bagi perusahaan diharapkan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para nasabah. Sehingga dapat memberikan pengaruh positif kepada nasabah yang kemudian menjadi bahan pertimbangan dalam keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di Bank Sumut Syariah KCP Rantauprapat.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A. & N. (2011). Teori Metodologi Penelitian. *Teori Metodologi Penelitian*, 1–21.
- Akhmad Darmawan, S.E.,M.si, Ninik Dewi Indah Sari, Sri Rejeki, M. R. A. dan R. Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah”.Penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah. *Fokus Bisnis*, 18(01), No.1.
- Apriana, E. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Koto Taluk menabung di Bank Syariah Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi. *Juhanperak*, 2(2), 434–445.
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. 4, 1–10.
- Bobby Hartanto, S.Kom, M. M., & Indriyani, L. (2022). *Minat Beli Di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Dayyan, M., & Fahriansah, J. (2017). Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus di Gampong Pondok Kemuning). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, 1(1), 1–19.
- Djollong, A. F. (2014). Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif. *Istiqra` : Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2(1), 86–100.
- Dr. Alexander Thian, M. S. (2021). *Dasar-Dasar Perbankan*. ANDI (Anggota IKAPI).
- Dr. Eva Sundari, S.E., M.M., C. R. B. . (2020). *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam*. Penerbit Adab CV. Adanu Abimata.
- Dr. H. Darmadi, S. A. (2021). *Strategi Menumbuhkan Minat Baca Pada Anak Usia Dini*. Guepedia.
- Dwiyianto, A. (2021). *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik*. Gadjah Mada University Press.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Indonesia, I. B. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- John Budiman Bancin, S.Pd., M. . (2021). *Citra Merek Dan Word Of Mouth*. CV. Jakad Media Publishing.

- Kambolong, M., Nurjannah, & Ambarwati, L. (2021). *Metode Riset Dan Analisis Saluran Distribusi*. Penerbit Qiara Media.
- Kasmir, S.E., M. . (2018). *Pemasaran Bank*. Kencana.
- Mahendra, Y. I. (2022). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Ketertarikan Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Bsi Kc Lubuk Pakam)*. 2, 1–14.
- Masyarakat, J. P. (2021). *PENGUATAN PEMAHAMAN KEUANGAN SYARIAH BAGI GURU*. 4(2), 160–173.
- Meki Pamekas, M. S. (2021). *Pelayanan Prima*. Lakeisha.
- Melinda Siregar, S.E, M. ., & Siti Aisyah Nasution, S.E, M. S. (2022). *Teknologi Informasi Sekolah Dasar Implementasi Peningkatan Mutu Belajar Siswa Dan Kreativitas Guru*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Mindarti, L. I. (2016). *Manajemen Pelayanan Publik*. UB Press.
- Purnama, N. I., Rialdy, N., & Bisnis, E. (2021). *No Title*. 2(1).
- Putri, D. eka, Sudirman, A., Suganda, A. dadan, Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., & Bambang. (2021). *Brand Marketing*. Widini Bhakti Persada Bandung.
- Rahmad Syukur Siregar, S.P., M. ., & Nana Trisna Mei Kabeakan, S.P., M. S. (2020). *Pengaruh Persepsi Petani atas pelayanan Penyuluh Pertanian (Kehandalan dan Perhatian) Terhadap Kepuasan Petani*. UMSU Press.
- Rofiah, K., Bashori, Y. A., & Wahid, S. H. (2021). *Menguji Loyalitas Umat terhadap Fatwa: Studi Kasus Persepsi Masyarakat Muslim Ponorogo terhadap Fatwa Haram Bunga bank*. Publika Indonesia Utama.
- Runtunuwu, P. C. H. (2020). *Analisis SAVING Decisions Pada Bank Pemerintah Di Indonesia*. Ahlimedia Press.
- Sari, A. A. A. R. P., & Yasa, N. N. K. (2020). *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas pelanggan*. Lakeisha.
- Simamora, B. (2003). *Aura Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Susanto, A. B., & Wijarnako, H. (2004). *Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Quantum Bisnis & Manajemen.
- Sutrisno. (2020). *Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar Tik Materi Topologi Jaringan Dengan Media Pembelajaran*. Ahlimedia Press.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategi*. C.V Andi Offset.

- Tirtayasa, S., & Daulay, Y. A. (2021). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kecil Menengah Sektor Kontruksi Bengkel Las di Moderasi Kebijakan Pemerintah Pada Masa Pandemi Covid 19 MANEGGIO : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. 4, 106–122.
- Trygu. (2021). *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan Hubungannya dengan Minat Belajar Matematika Siswa* (Guepedia (ed.)). Guepedia.
- Vol, I., Penggunaan, P., Di, A., Islam, B., Dengan, H., Operasional, S., Syariah, P., Medan, D., Pohan, S., Kunci, K., Islam, B., Operasional, S., Perbankan, A. P., & Allah, F. (2016). *إِنَّ اللَّهَ*. 8(2), 102–119.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI UMAT MUSLIM MELAKUKAN TRANSAKSI DI PT. BANK SUMUT KCP SYARIAH RANTAUPRAPAT

Saya Nur Asri Rahayu (1801270005) Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sedang melaksanakan penelitian (Tugas Akhir/Skripsi) dengan judul **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi Di PT. Bank Sumut Kcp Syariah Rantauprapat**. Oleh karena itu saya memerlukan dukungan dan partisipasi dari teman-teman untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan sebaik mungkin, informasi yang diberikan akan digunakan untuk kepentingan akademis. Terima kasih atas dukungan dan partisipasi teman-teman dalam pengisian kuesioner ini.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis Kelamin : a. Laki-laki
b. Perempuan
Usia :

B. PERNYATAAN

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Netral
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
		5	4	3	2	1
Minat Masyarakat						
Minat Transaksional						
1	Kualitas produk menjadi salah satu sumber ketertarikan masyarakat untuk melakukan transaksi					
2	Bank memberikan dan menunjukkan fasilitas terbaik kepada nasabah					
3	Bank memiliki teknologi yang canggih					
Minat Refrensial						
1	Bank selalu mengupdate informasi terbaru					
2	Adanya media sosial sebagai tempat promosi secara online					
Lokasi						
Akses						
1	Lokasi bank yang mudah untuk dijangkau					
2	Adanya transportasi umum yang mempermudah menuju bank					
3	Bank berada di area yang strategis					
Visibilitas						
1	Bank memiliki lahan parkir yang luas					
2	Bank terletak di lokasi yang jelas, aman, dan nyaman					
3	Bank berada di dekat area perkantoran					
Brand Image						
Citra Merek (Citra Perusahaan)						
1	Mengutamakan kualitas dan kondisi bank					
2	Bank selalu mempertahankan nama baik di kalangan masyarakat					

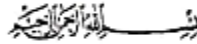
3	Melakukan promosi kepada masyarakat					
Citra Produk/Konsumen						
1	Bank mewujudkan yang dibutuhkan oleh nasabah					
2	Bank memberikan arahan positif kepada nasabah					
Pelayanan						
Kehandalan						
1	Bank memberikan pelayanan yang terbaik					
2	Bank mengatasi masalah dengan cepat dan akurat					
3	Bank melayani dengan sopan, ramah, dan tamah					
Daya Tanggap						
1	Menanggapi dan menyelesaikan permasalahan dengan baik dan benar					
2	Pelayanan yang dilakukan dapat memberikan manfaat bagi nasabah					
3	Melakukan komunikasi yang baik antara petugas dengan nasabah					

Lembar Persetujuan Skripsi



DIJELAS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SI/DAN-PT/Akre/P/TH/2019
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
 http://fal.umsu.ac.id | fal@umsu.ac.id | unsumedan | unsumedan | unsumedan | unsumedan



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
 Kepada :
 Yth : Dekan FAI UMSU

16 Rajab 1443 H
 17 Februari 2022 M

Di -
 Tempat



Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Nur Asri Rahayu
 Npm : 1801270005
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Kredit Kumalatif : 3,65

Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Pengaruh motivasi pelajar terhadap minat penghimpunan dana pada produk tabungan simpel iB			
2	Faktor-faktor yang mempengaruhi umat muslim melakukan transaksi di Pt. Bank Sumut KCP Syariah Rantau Prapat	21/2/22 	Rahmat Hidayat, MT	23/2/22
3	Pengaruh motivasi kerja karyawan pada Pt. Bank Sumut KCP Syariah Rantau Prapat			

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
 Hormat Saya

Nur Asri Rahayu

Keterangan :
 Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
 1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak

Berita Acara Bimbingan Skripsi



UIN Mengembangkan Diri, Menginspirasi Masyarakat,
Berprestasi dan Berkeadilan

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN FIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 49/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Bazzi No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631005
<http://fak@umsu.ac.id> fak@umsu.ac.id [umsurmedan](https://www.facebook.com/umsurmedan) [umsurmedan](https://www.instagram.com/umsurmedan) [umsurmedan](https://www.youtube.com/umsurmedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

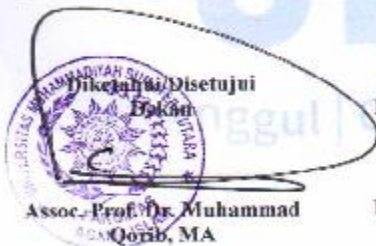
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, M.F.I
 Dosen Pembimbing : Rahmat Hidayat, ST.,M.M

Nama Mahasiswa : Nur Asri Rahayu
 Npm : 1801270005
 Semester : VIII
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi Di PT. Bank Sumut Kep Syariah Rantauprapat

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
Kamis / 25-08/20 Jumab / 26-08-20	- Pembahasan pembahasan koresponden - - Pembahasan rencana uji materi peradilan kasasi	✓ ✓	
Senin / 29-08-20	- portofolio peraul. Hore pendalam. - ps cas - prosedur kempulan sur saran - doc ..	✓ ✓ ✓	

Medan, 2020



Diketahui/ Disetujui
 Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati, M.F.I
 Dr. Rahmayati, M.F.I

Pembimbing Skripsi

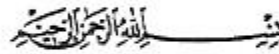
Rahmat Hidayat, ST.,M.M
 Rahmat Hidayat, ST.,M.M

Berita Acara Bimbingan Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 105K/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsuamedan](https://www.instagram.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.facebook.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.youtube.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.tiktok.com/umsuamedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : SI (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, SE, I. M. EI
 Dosen Pembimbing : Rahmat Hidayat, ST., M. M

Nama Mahasiswa : Nur Asri Rahayu
 Npm : 1801270005
 Semester : VIII
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi Di PT. Bank Sumut Kep Syariah Rantauprapat

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
Kamis, 24/03/2022	- perbaikan buku isi, penulisan Bab ke 2 sub	/	
Jumat, 29/05/2022	- perbaikan latar belakang dari Bab I - variabel-variabel yang digunakan - perbaikan sistematika penulisan - perbaikan sub bab dari masalah dan solusinya	/	
Sabtu, 31/05/2022	- perbaikan pada Bab II landasan teori variabel-variabel tersebut	/	
Kamis, 09/06/2022	- perbaikan gambar terkait dgn variabel	/	
Sabtu, 19/06/2022	- perbaikan Bab III, hipotesisnya - perbaikan Bab skala Likert - fill - melengkapi dokumen	/	

Medan, 2022



Diketahui/Disetujui
 Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
 Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati, ST., I. M. EI

Pembimbing Proposal

Rahmat Hidayat, ST., M. M

Surat Izin Riset



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menuliskan surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<http://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 340/II.3/UMSU-01/F/2022
Lamp : -
Hal : Izin Riset

27 Dzulhizah 1443 H
26 Juli 2022 M

Kepada Yth :
Pimpinan Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat
di-

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Nur Asri Rahayu
NPM : 1801270005
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi Di PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh



A.n Dekan,
Wakil Dekan III

Dr. Muqawir Pasaribu, MA
AG. NIDN : 0116078305

CC. File



Surat Balasan Riset

	
KANTOR CABANG SYARIAH :	Pematangsiantar
KANTOR PUSAT	Jl. Insam Bonjol No. 18, Medan Phone : (051) 415 5100 - 451 5100 Facsimile : (051) 414 2937 - 451 2652
Nomor : 0418/KCSy05-Ops/L/2022	Pematangsiantar, 16 Agustus 2022
Lampiran : -	
Kepada Yth: Wakil Dekan III Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara di: Medan	
Hal : Izin Pelaksanaan Riset	
Assalamu'alaikum Wr. Wb,	
Sehubungan dengan surat dari Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara No. 340/II.3/UMSU-01/F/2022 tanggal 26 Juli 2022 perihal Izin Pelaksanaan Riset, dengan ini disampaikan sebagai berikut :	
1. Izin Riset atas Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatra Disetujui dilaksanakan di Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat, adapun Mahasiswa tersebut :	
Nama :	Nur Aeri Rahayu
NIM :	1801270005
Judul Skripsi :	Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melalui Transaksi Di PT. Bank Sumut KCP. Syariah Rantau Prapat
2. Selesai melaksanakan Riset yang bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Laporan Hasil Riset kepada di PT. BANK SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat.	
Demikian disampaikan atas kerjasama yang baik diucapkan terimakasih	
Wassalamu'alaikum Wr. Wb., Kantor Cabang Syariah Pematangsiantar Pemimpin Operasional	
 NAJAMUDDIN NPP. 1249.21090.110804	
Cc : 1. PT. Bank Sumut Syariah Pematangsiantar 2. Sdr. Nur Aeri Rahayu	

Pengesahan Proposal



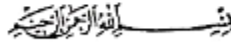
UMSU

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jalan M. Yamin No. 100, Medan 20138 Telp. (061) 66234567 - 6631003

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 15/SK.BAN-PT/Akred/PT-01/2019
Fasilitas Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20138 Telp. (061) 66234567 - 6631003

Website: <http://faia.umsu.ac.id> Email: faia@umsu.ac.id [umsu.medan](https://www.facebook.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.instagram.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.youtube.com/channel/UC...)



Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah yang diselenggarakan pada Hari Sabtu, 02 Juli 2022 dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nur Asri Rahaya
Npm : 1801270005
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi di PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 02 Juli 2022

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Dr. Rahmayati, M.Ed.)

Sekretaris Program Studi

(Riyan Pradesyah, SE. Sy, M.El.)

Pembimbing

(Rahmat Hidayat, ST, MM)

Pembahas

(Sri Fitri Wahyuni, SE, MM)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan
Wakil Dekan I



(Dr. Zulfani, MA)

Berita Acara Penilaian Seminar Proposal



BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

Pada hari Sabtu, Tanggal 02 Juli 2022 telah diselenggarakan Seminar Program Studi Perbankan Syariah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nur Asri Rahayu
 Npm : 1801270005
 Semester : VIII
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Proposal : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Umat Muslim Melakukan Transaksi di PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	✓
Bab I	Perbankan syariah berkembang, bukan hanya dana syariah namun juga melibatkan syariahnya, x, y, dan z.
Bab II	Perbankan syariah bukan hanya syariah, namun juga melibatkan aspek lain seperti hukum, ekonomi, dan sosial.
Bab III	Perbankan syariah memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian syariah, terutama dalam aspek operasional, manajemen, dan lain-lain.
Lainnya	Perbankan syariah dan bank lain.
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 02 Juli 2022

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Dr. Rahmayati, M.E.I)

Sekretaris Program Studi

(Riyan Pradesyah, SE, Sy, M.E.I)

Pembimbing

(Rahmat Hidayat, ST, MM)

Pembahas

(Sri Fitri Wahyuni, SE, MM)

Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Nur Asri Rahayu
Tempat & Tanggal Lahir : Marbau, 15 Oktober 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Mahasiswa
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Jl. Bukit Barisan I No.31
No. Hp : 085218787122

Nama Orang Tua

Ayah : Saliono
Ibu : Wagini
Alamat : PT. Marbau Jaya

Pendidikan Formal

Tahun 2005-2006 : TK Paramita
Tahun 2006-2012 : SD Negeri 6 Baruga
Tahun 2012-2015 : MTs N Lohsari
Tahun 2015-2018 : SMA Negeri 1 Aek Kuo
Tahun 2018-2022 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan 30 Agustus 2022

NUR ASRI RAHAYU