

**SKRIPSI**

**PENGARUH LABEL “SYARIAH” TERHADAP MINAT NASABAH PADA  
BNI SYARIAH BANDA ACEH**



**Disusun Oleh:**

**MEGA YULIANA PUTRI  
NIM. 140603101**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2019M / 1440H**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Mega Yuliana Putri  
NIM : 140603101  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

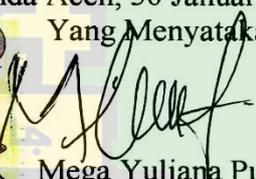
1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 30 Januari 2019

Yang Menyatakan



  
Mega Yuliana Putri

AR - RANIRY

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

**Pengaruh Label “Syariah” Terhadap Minat Nasabah Pada BNI  
syariah Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Mega Yuliana Putri  
NIM. 140603101

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya  
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi  
pada Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,

  
Ayumiati, SE, M. Si

NIP. 19780615 200912 2 002

Pembimbing II,

  
Yulindawati, SE., MM

NIP. 19790713 201411 2 002

Mengetahui

Ketua Program Perbankan Syariah,

  
Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M. Ec., M Sc

NIP. 19720907 200003 1 001

**LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL  
SKRIPSI**

Mega Yuliana Putri  
NIM: 140603101

Dengan Judul:

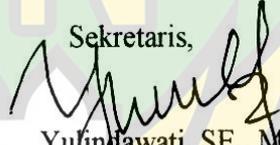
**Pengaruh Label “Syariah” Terhadap Minat Nasabah Pada BNI  
Syariah Banda Aceh**

Telah Diseminarkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan  
Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata I dalam bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal : Kamis, 30 Januari 2019M  
24 Jumaidil Awal 1440H

Banda Aceh  
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

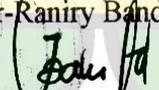
Ketua,  
  
Ayumiati, SE., M.Si  
NIP . 197806152009122002

Sekretaris,  
  
Yulindawati, SE., MM  
NIP. 197907132014112002

Penguji I,  
  
Dr. Zainuddin, SE., M.Si  
NIDN. 0108107105

Penguji II,  
  
Ana Fitri, SE., M.Sc  
NIDN. 2005099002

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

  
Dr. Zaki Fuad, M. Ag.  
NIP. 19640314199203 1 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922  
Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Mega Yuliana Putri  
NIM : 140603101  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : [myulianaputri07@gmail.com](mailto:myulianaputri07@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....

Yang berjudul:

**Pengaruh Label “Syariah” Terhadap Minat Nasabah Pada BNI Syariah Banda Aceh**

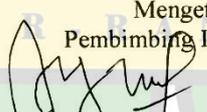
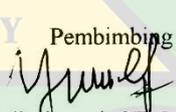
Berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 12 Februari 2019

Mengetahui,  
Penulis Pembimbing I Pembimbing II  
    
Mega Yuliana Putri Ayumiaty, SE., M.Si Yulindawati, SE., MM  
NIM: 140603101 NIP: 197806152009122002 NIP: 197907132014112002

## KATA PENGANTAR



Syukur *Alhamdulillah* kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Label “Syariah” Terhadap Minat Nasabah Pada BNI Syariah Banda Aceh”**.

Shalawat beserta salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini, dan juga keluarga dan sahabat beliau sekalian. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak, *alhamdulillah* penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec.,M.Ec.,M.Sc selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ayumiati, S.E.,M.Si selaku skretias program studi perbankan syariah, serta Mukhlis, SH.,I.,S.E.,M.,H selaku operator program Studi Perbankan Syariah UIN AR-Raniry.
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua laboratorium dan seluruh staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Ar- Raniry Banda Aceh.
4. Penguji I Dr. Zainuddin, SE.,M.Si dan juga kepada penguji II Ana Fitria, SE.,M.Sc yang telah memberikan saran dan masukan, dukungan dan ilmu kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Ayumiati SE.,M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia menjadi orang tua kedua dalam membimbing saya dengan sangat sabar, meluangkan waktu serta memberi arahan dan motivasi dari awal penulisan hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Yulindawati, SE.,MM selaku dosen

pembimbing II yang telah bersedia menjadi orang tua kedua dalam membimbing saya dengan sangat sabar, meluangkan waktu serta memberi arahan dan motivasi dari awal penulisan hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

6. Cut Dian Fitri, S.E.,M.Si.,Ak.,CA selaku PA ( Penasehat Akademik) dan seluruh dosen Program Studi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry yang telah memberi ilmu pengetahuan kepada saya dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar- Raniry Banda Aceh, tempat penulis memperoleh berbagai informasi dan sumber-sumber yang berkaitan dalam penulisan skripsi
8. Kedua orang tua tercinta, Ibunda Roslaini dan ayahanda Alm, Anizar yang selalu memberikan kasih sayang, cinta, doa yang tiada hentinya agar penulis memperoleh yang terbaik, dukungan serta semua jasa yang tidak ternilai harganya yang diberikan selama ini. Kakak tersayang Iin Farlinda, dan Anggia Sariwahyuni dan abang saya tercinta Rudi Kurniawan yang telah memberikan semangat serta motivasi.
9. Sahabat-sahabat penulis kepada Ulfa Rizki Ummami, Oktatul Sandowil, Nazili, Indah Zara Putri, Siti Alia, Wiswiatul Aini, Indah Sriwidyastuti, Nurjannah, Oriza Nofita, Sri Yuliani, Reza Mulyani yang selalu memberikan semangat, masukan dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari betul bahwa penulisan ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini.

Banda Aceh, 30 Januari 2019  
Penulis,

Mega Yuliana Putri

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor:158 Tahun1987–Nomor:0543 b/u/1987

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	t
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ž	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	Ş	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fatḥah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fatḥah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fatḥah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

### 3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ / اِ	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :*qāla*

رَمَى :*ramā*

قِيلَ :*qīla*

يَقُولُ :*yaqūlu*

### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah (ة)hidup

Ta marbutah (ة)yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*

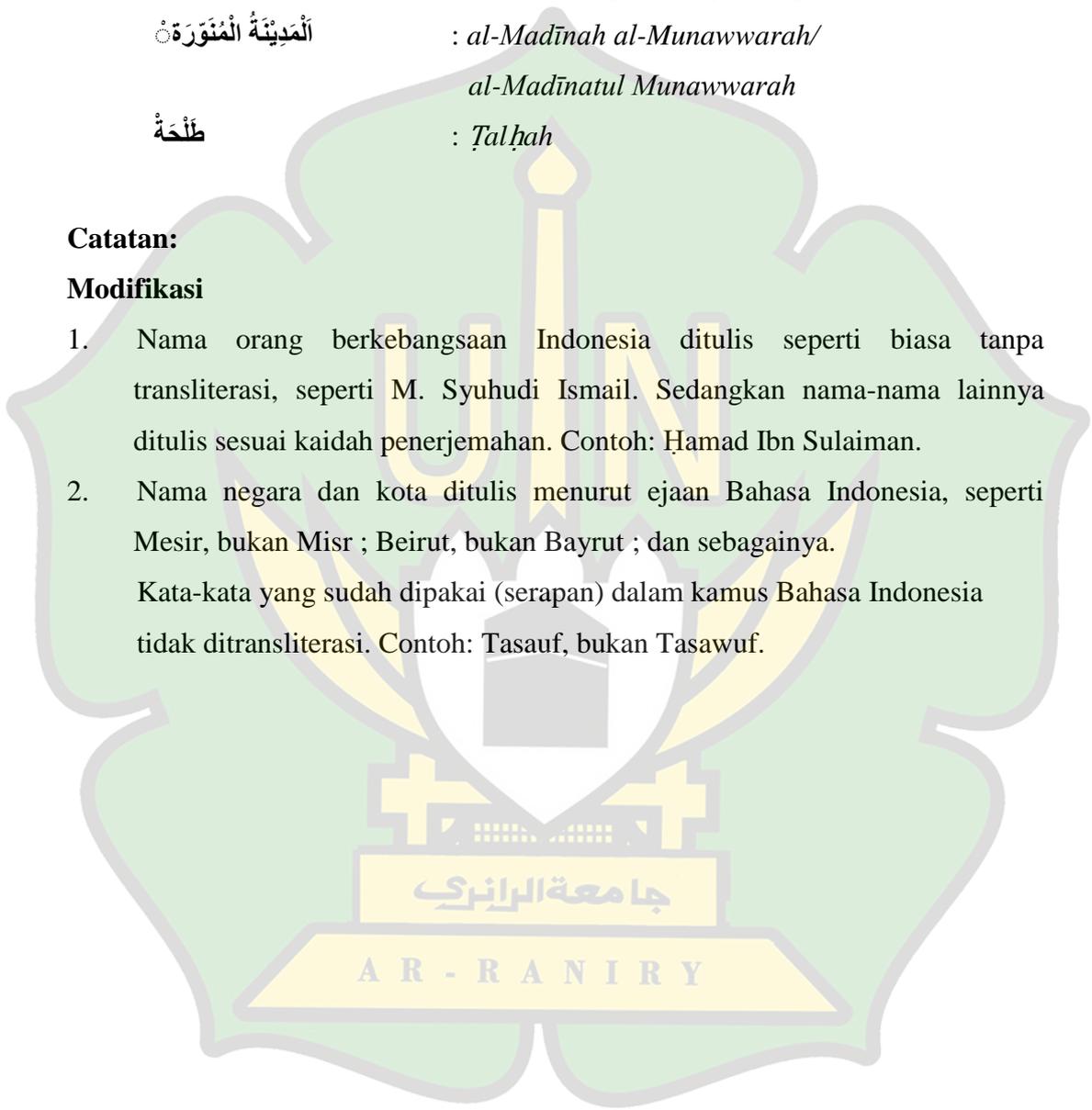
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/  
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr ; Beirut, bukan Bayrut ; dan sebagainya.  
Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



## ABSTRAK

Nama : Mega Yuliana Putri  
NIM : 140603101  
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/  
Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Label “Syariah” Terhadap Minat  
Nasabah Pada BNI Syariah Banda Aceh  
Tebal Skripsi : 135Halaman  
Pembimbing I : Ayumiati, SE., M.Si  
Pembimbing II : Yulindawati, SE., MM

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia sangat pesat, terutama di Aceh. Sudah banyak bank yang memakai label syariah, ini membuktikan bahwa label syariah sangat diminati oleh masyarakat dan memberi peluang bagi perusahaan-perusahaan dalam meningkatkan minat nasabahnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label syariah terhadap minat nasabah yang menabung pada Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu nasabah Tabungan Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dengan menggunakan teknik *Probability Sampling* secara *random*. Metodologi yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, dan uji t parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, begitu pula dengan koefisien determinasi dimana label syariah berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu minat nasabah. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa angka  $R Square (0,308)^2$  yang diperoleh sebesar 0,951 variabel minat nasabah dapat dijelaskan oleh variabel label syariah sedangkan 4,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Label Syariah, Minat Nasabah

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>LEMBARAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>HALAMAN TRANSLITERASI</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xviii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xxi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Pembahasan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN TERDAHULU</b> .....	9
2.1 Pengertian label .....	9
2.1.1 Fungsi label .....	10
2.1.2 Tujuan Label .....	10
2.1.3 Jenis-Jenis Label .....	11
2.1.4 Indikator Label .....	12
2.1.5 Tantangan Yang Dihadapi Label Syariah .....	13
2.1.6 Konsekuensi Label Syariah .....	14
2.1.7 Pengertian Syariah .....	15
2.2 Pengertian Minat Nasabah .....	16
2.2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat Nasabah .....	17
2.2.2 Macam-Macam Minat .....	18
2.2.3 Jenis-Jenis Nasabah Nasabah .....	19
2.2.4 Karakter Nasabah .....	20
2.2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah .....	21
2.2.6 Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Meningkatnya Minat Nasabah .....	22

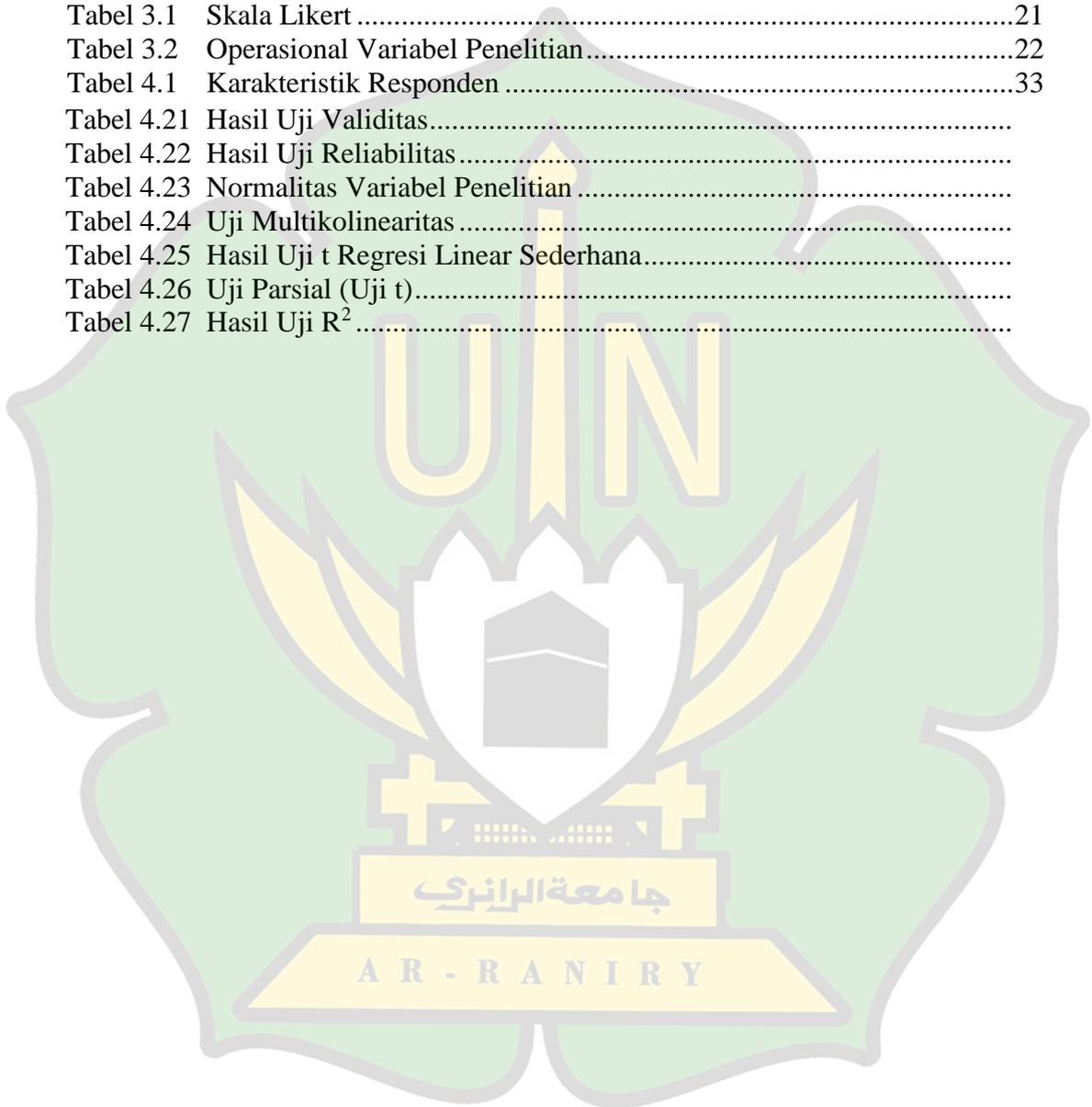
2.2.7 Indikator Minat Nasabah .....	23
2.2.8 Minat Nasabah Dalam Konsep Syariah.....	24
2.3 Temuan Peneliti Terkait.....	25
2.4 Kerangka Berpikir.....	29
2.5 Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Data dan Teknik Pemrolehannya.....	31
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
3.3.1 Populasi Penelitian .....	32
3.3.2 Sampel Penelitian .....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.5 Skala Pengukuran .....	35
3.6 Variabel Penelitian .....	36
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
3.7.1 Uji Validitas.....	38
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.8 Uji Asumsi Klasik .....	39
3.8.1 Uji Normalitas .....	39
3.9 Metode Analisis Data .....	39
3.10 Pengujian Hipotesis .....	40
3.10.1 Uji Parsial (Uji t) .....	40
3.11 Uji Koefisien Determinasi.....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.1.1 Sejarah Berdirinya BNI Syariah.....	42
4.1.2 Sistem Operasional BNI Syariah.....	43
4.1.3 Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri.....	44
4.1.4 Produk dan Jasa Bank Syariah Mandiri.....	45
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	54
4.2.1 Karakteristik Responden.....	54
4.2.2 Analisa Deskriptif Variabel.....	56
4.3 Hasil Pengujian Data .....	71
4.3.1 Uji Validitas Instrumen.....	71
4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	73
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	74
4.4.1 Uji Normalitas.....	74
4.5 Pengujian Hipotesis .....	75
4.5.1 Uji Parsial (Uji t).....	77
4.6 Uji Koefisien Deteminasi.....	78
4.7 Hasil Penelitian .....	79
4.7.1 Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Nasabah.....	79

<b>BAB VPENUTUP</b> .....	80
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	82
<b>LAMPIRAN</b> .....	88



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Tahun 2015-2017 .....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1	Skala Likert .....	21
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian .....	22
Tabel 4.1	Karakteristik Responden .....	33
Tabel 4.21	Hasil Uji Validitas .....	
Tabel 4.22	Hasil Uji Reliabilitas .....	
Tabel 4.23	Normalitas Variabel Penelitian .....	
Tabel 4.24	Uji Multikolinearitas .....	
Tabel 4.25	Hasil Uji t Regresi Linear Sederhana .....	
Tabel 4.26	Uji Parsial (Uji t) .....	
Tabel 4.27	Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	



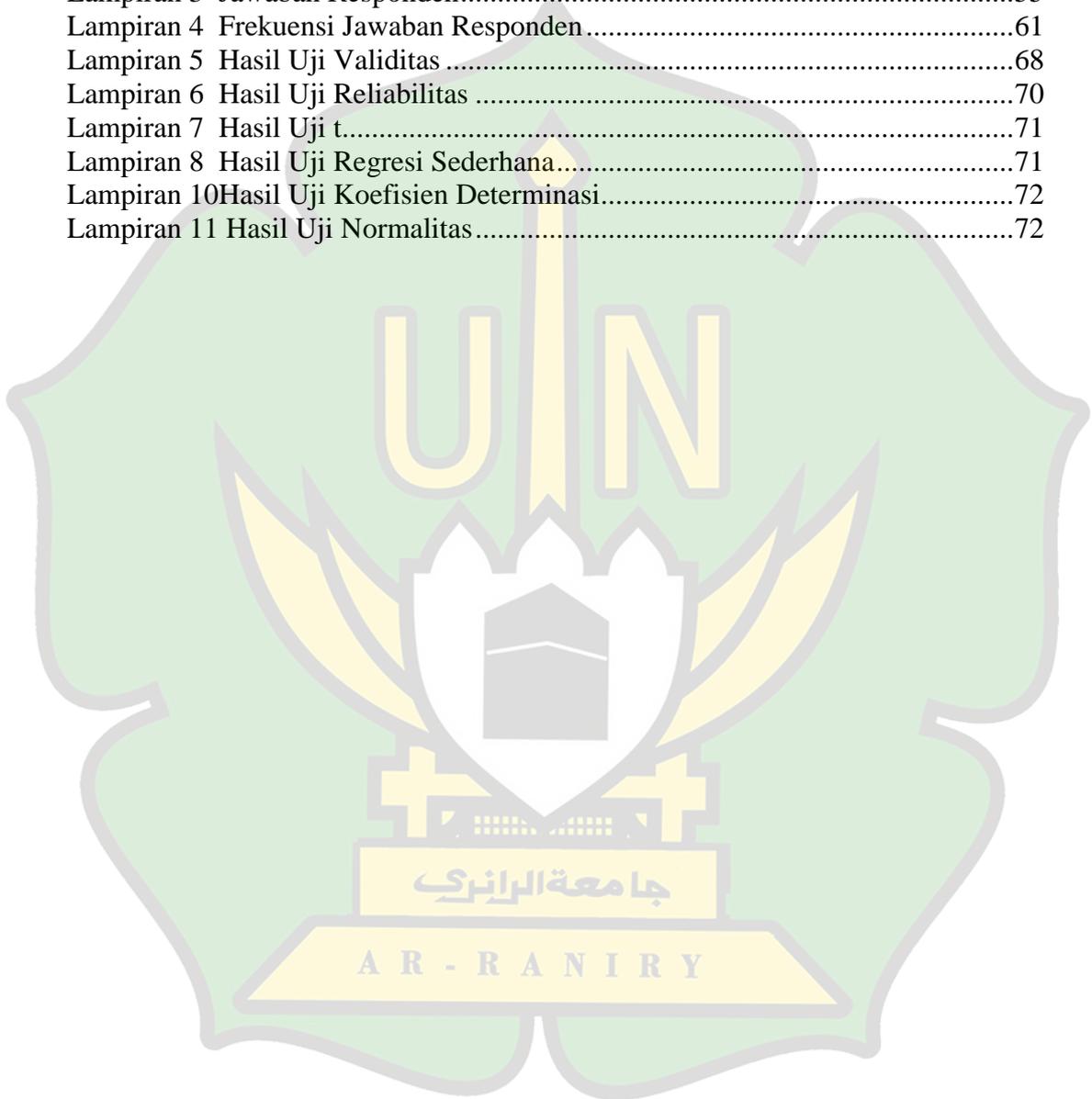
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....18



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	51
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	52
Lampiran 3 Jawaban Responden.....	55
Lampiran 4 Frekuensi Jawaban Responden.....	61
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas.....	68
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Lampiran 7 Hasil Uji t.....	71
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Sederhana.....	71
Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	72
Lampiran 11 Hasil Uji Normalitas.....	72



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perbankan sebagai salah satu lembaga keuangan yang mempunyai nilai strategis dalam perekonomian Indonesia. Perbankan merupakan sebagai perantara antara pihak yang memiliki kelebihan dengan pihak yang membutuhkan dana. Perbankan sebagai lembaga keuangan berorientasi bisnis melakukan berbagai transaksi. Transaksi utama pada bank yaitu menghimpun dana (*funding*) dan menyalurkan dana (*lending*), selain itu perbankan juga memberikan jasa-jasa bank lainnya. Sistem perbankan di Indonesia disebut dengan *dual banking system* maksudnya adalah adanya dua sistem perbankan yaitu bank konvensional dan bank syariah (Usanti dan Shomad, 2016:1).

Bank syariah merupakan bank yang secara operasionalnya berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebani bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang telah ditentukan. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist (Ismail, 2011:29). Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan (Antonio, 2001:25).

Saat ini perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan, berawal dari berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992, sampai dengan tahun 2015 ada sekitar 12 Bank Umum Syariah (BUS), 22 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 161 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), pertumbuhan ini membuktikan bahwa daya tarik perbankan syariah di Indonesia sangat tinggi dibandingkan dengan perbankan konvensional. Syariah merupakan peraturan atau hukum yang diturunkan oleh Allah. Apabila syariah disandingkan dengan kata bank atau perbankan syariah biasa disebut juga dengan bank Islam atau bank tanpa bunga. Maka bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha

pokoknya memberikan pembiayaan serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah Islam (Muhammad, 2014:2).

Meningkatnya pertumbuhan bank syariah di Indonesia dikarenakan meningkatnya minat nasabah untuk menabung pada lembaga perbankan tersebut. Perlahan namun pasti, minat nasabah mulai terbuka terhadap lembaga perbankan syariah sebagai salah satu media untuk memudahkan nasabah dalam mengelola dan menyimpan keuangannya. Nasabah merupakan salah satu indikator keberhasilan maju tidaknya suatu perusahaan atau nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening, baik rekening simpanan atau pinjaman kepada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa dengan bank (Rianto, 2012:189). Untuk menarik minat nasabah bank harus bisa membuat strategi guna merebut hati nasabah, seperti strategi produk, bank harus dapat memodifikasi produk yang sudah ada menjadi lebih menarik, ataupun bank menciptakan produk baru. Produk baru biasanya dimulai dari penciptaan logo dan moto yang dibuat semenarik mungkin, kemudian menciptakan merek terhadap produk yang ditawarkan (Kasmir, 2005:5). Hal itu dilakukan melalui konsep perbankan syariah dan sistem promosi bank syariah yang mencantumkan label “syariah” pada banknya (Agusman, 2018).

Persaingan bisnis dalam perkembangannya di era globalisasi menuntut perusahaan untuk bersikap dan bertindak cepat dan tepat. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan nasabah yang loyal (Ranto, 2013:1). Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu akan memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung pada suatu bank. Selain itu nasabah juga memperhatikan produk yang ditawarkan, sehingga nasabah akan memutuskan tertarik atau tidak untuk menggunakannya (Maski, 2010:44).

Bank yang berlabel “syariah” sudah menjadi *trend* dikalangan negara Indonesia, sudah banyak bisnis yang menggunakan label “syariah” seperti pegadaian syariah, asuransi syariah, pasar modal syariah, obligasi syariah, dan

bisnis lainnya. Itu membuktikan bahwa label “syariah” sangat berpengaruh terhadap suatu bisnis atau perusahaan (Alma dan Priansa, 2014:36). Pentingnya membangun label sudah menjadi keharusan bagi perusahaan untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain, persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, membuat perusahaan mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produknya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Agusman (2018) dengan judul skripsi “Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Sunggal” yang tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label syariah terhadap minat menabung masyarakat. Selain itu, peneliti juga. Selain peneliti ini, masih banyak penelitian yang lain yang bisa mendorong dan memotivasi penulis untuk melakukan studi ulang mengenai label “syariah” dan minat nasabah.

Pentingnya label “syariah” khususnya pada BNI Syariah Banda Aceh dapat dilihat dari perkembangan nasabah dari tahun 2015-2017. PT. BNI Syariah merupakan bank yang menekankan terhadap kontribusi positif bagi masyarakat, memberikan solusi, memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor, dan menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

Adapun penulis meninjau data jumlah nasabah di BNI syariah cabang kota Banda Aceh, data tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1 :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Tahun 2015-2017**

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Pertumbuhan
1	2015	23.408	-
2	2016	31.026	7.618
3	2017	33.425	2.399
Total Jumlah Nasabah		87.859	

Sumber : Jumlah Nasabah BNI Syariah Banda Aceh (2015-2017)

Berdasarkan tabel 1.1 bisa dilihat bahwa setiap tahunnya nasabah BNI Syariah meningkat. Dimulai dari tahun 2015 berjumlah 23.408 nasabah, kemudian

mengalami pertumbuhan sebanyak 7.618 sehingga pada tahun 2016 berjumlah 31.026 nasabah. Selanjutnya tahun 2017 berjumlah 33.425 nasabah dengan peningkatan sebanyak 2.399 nasabah. Sehingga total nasabah pada Tahun 2015-2017 yaitu 87.859 nasabah. Dari uraian di atas, terlihat jelas bahwa jumlah nasabah terhadap bank BNI yang berlabel “syariah” setiap tahunnya mengalami peningkatan, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut bagaimana pengaruh label “syariah” tersebut terhadap jumlah nasabahnya, untuk itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul :**“Pengaruh Label “Syariah” Pada Lembaga Perbankan Terhadap Jumlah Nasabah BNI Syariah Cabang Kota Banda Aceh”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh label “syariah” terhadap jumlah nasabah di BNI syariah Banda Aceh.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penulisan berdasarkan pemikiran dan latar belakang masalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh label “syariah” terhadap jumlah nasabah pada BNI Syariah Banda Aceh.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi
  - a. Diharapkan dapat menambah pengetahuan dibidang teoritis dan praktis yang berkaitan dengan label “syariah” di bank syariah.
  - b. Sebagai tambahan referensi bagi kalangan akademisi, baik dosen maupun mahasiswa mengenai label “syariah” pada lembaga perbankan.
2. Bagi Praktisi

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk pengembangan perbankan syariah selanjutnya.
  - b. Dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan bagi pihak BNI syariah dan bank syariah lainnya dalam menyusun strategi yang tepat untuk menarik jumlah nasabah di bank syariah.
3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada masyarakat tentang bank syariah dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam memilih bank syariah untuk menabung.

### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Agar pembahasan skripsi ini nantinya tidak keluar dari jalur yang telah ditentukan dan lebih berarti susunannya, maka penulis membagi skripsi ini kedalam lima bab yaitu sebagai berikut:

- BAB I** : Merupakan bab pendahuluan yang membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.
- BAB II** : Merupakan bab landasan teori dan kajian terdahulu yang membahas mengenai teori yaitu teori label syariah dan nasabah. Selanjutnya juga membahas mengenai kajian kepustakaan atau penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, kerangka berpikir, dan hipotesis.
- BAB III** : Merupakan bab metode penelitian yang membahas mengenai jenis penelitian, data dan teknik pemrolehannya, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, variabel penelitian, uji validitas dan reliabilitas, metode analisis data dan pengujian hipotesis.
- BAB IV** : Merupakan bab hasil penelitian dan pembahasan yang membahas gambaran umum tentang profil BNI Syariah, karakteristik responden, tanggapan responden terhadap kuesioner yang telah disebarkan, uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji regresi sederhana, uji asumsi klasik, uji t, uji koefisien determinasi dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Merupakan bab penutup dimana pada bab terakhir ini peneliti akan merumuskan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini dan merekomendasikan beberapa saran berkaitan dengan pembahasan dalam skripsi ini.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Pengertian Label**

Label adalah bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pula etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk (Bulan dan Rizal, 2016:434).

Label adalah yang mempunyai kaitan erat dengan suatu pembungkusan dan merek yaitu dengan pemberian atau penentuan label. Secara definisi dapat dikatakan bahwa label adalah bagian dari sebuah barang yang berupa suatu keterangan-keterangan atau kata-kata tentang penjualannya, jadi sebuah label yaitu pembungkusan atau label yaitu suatu etiket yang ditempel secara langsung pada sebuah barang (Irawan dan Wijaya, 1998:91).

Menurut Kotler (2000:477) label adalah bagian dari suatu barang yang berupa kata-kata tentang barang tersebut atau penjualannya, atau sebuah label itu mungkin merupakan bagian dari pembungkusan, atau mungkin merupakan suatu etiket yang ditempel langsung pada sebuah barang. Sedangkan menurut Angipora (2007:154) mengatakan bahwa label pada dasarnya dapat merupakan bagian dari sebuah kemasan (pembungkus) atau dapat etiket lepas yang ditempelkan pada produk.

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa label adalah suatu bagian dari produk yang berupa keterangan atau kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Dengan adanya label, konsumen dapat membedakan produk yang satu dengan yang lain diharapkan akan memudahkan konsumen dalam menentukan produk atau jasa yang akan dipilih berdasarkan berbagai pertimbangan serta menimbulkan kesetiaan terhadap suatu label.

### 2.1.1 Fungsi Label

Label bukan hanya sebagai alat penyampai informasi, namun juga berfungsi sebagai iklan dan *branding* sebuah produk. Menurut Gitosudarmono (2000:200), fungsi label adalah sebagai berikut:

- a. Label mengidentifikasi produk atau merek.
- b. Label menentukan kelas produk.
- c. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk
- d. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

### 2.1.2 Tujuan Label

Menurut Kotler dan Keller(2014:332),tujuan dari label adalah sebagai berikut:

- a. Label mengidentifikasi sumber.
- b. Label menyederhanakan penanganan atau penelusuran produk.
- c. Label membantu untuk mengatur catatan persediaan dan catatan laporan keuangan.
- d. Label menawarkan perlindungan hukum yang kuat fitur atau aspek produk yang unik.
- e. Label adalah bantu untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dengan produk pesaing.
- f. Masa depan bisnis yang aman.
- g. Menciptakan kesetiaan.
- h. Menciptakan preferensi.
- i. Menciptkan citra.
- j. Meningkatkan mutu perusahaan dan penjualan.

### 2.1.3 Jenis-Jenis Label

Menurut Simamora(2000:502), label diklasifikasikan menjadi:

- a. Label produk (*Product label*) adalah bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.

- b. Label merek (*brand label*) adalah nama merek yang diletakkan pada pengemasan produk.
- c. Label tingkat (*grade label*) adalah mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka, atau metode lainnya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri.
- d. Label deskriptif (*descriptive label*) adalah menggambarkan isi, pemakaian dan ciri-ciri produk. Pemberian label (*labelling*) merupakan elemen yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen.

#### **2.1.4 Indikator Label**

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 269), indikator label ada beberapa macam, yaitu:

- a. Aspek kehalalan, dilihat dari segi kehalalan nya, apakah produk, kegiatan, praktik pada bank syariah sudah sesuai dengan syariat Islam atau sudah bebas dari riba.
- b. Kesesuaian ajaran agama, biasanya bank yang disandingkan dengan kata syariah, berarti bank tersebut telah sesuai dengan ajaran yang dianut.
- c. Dapat diingat, seberapa mudah kata label itu dapat diingat dan dikenal.
- d. Mempunyai arti, setiap label yang diberikan sudah pasti mempunyai arti masing-masing dan maksud tertentu, apakah elemen label menyiratkan suatu produk, perusahaan atau orang yang bersangkutan didalamnya.
- e. Dapat disukai, seberapa menarik elemen label, apakah label dapat disukai secara visual, atau cara lainnya.

#### **2.1.5 Tantangan yang Dihadapi Dalam Label Syariah**

Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam perkembangannya label-label yang menggunakan istilah Islam atau label-label yang menerapkan prinsip-prinsip syariah mendapat banyak hambatan dalam proses memasarkan produk-produk yang berlabel “syariah”. Salah satu kendala yang paling mendasar bagi pertumbuhan label-label dari dunia muslim adalah bagaimana mereka dapat

mencapai preferensi keuntungan konsumen untuk label yang mereka ciptakan agar dapat menarik perhatian para konsumen atau nasabah.

Tantangan selanjutnya adalah bahwa label-label yang ada saat ini tidak diragukan kekuatannya dalam membangun kesadaran label mereka. Serangan kompetitif dari label yang bergerak cepat ke pasar dan telah memiliki posisi yang kuat, nama label yang kuat, proposisi nilai yang baik, dan sudah dikenal. Keberhasilan label yang berada di pasar muslim bukanlah karena mereka memiliki keunggulan teknis dalam produk mereka, dan memenuhi kualitas yang sangat tinggi, tetapi lebih karena label mereka begitu terkenal dan terpercaya serta memiliki jaminan keberhasilan apabila dipasarkan. Tenaga pemasar yang dibutuhkan tentunya harus mengetahui aspek-aspek syariah yang digunakan oleh produk yang bersangkutan. Sebagai contoh dalam dunia perbankan, perusahaan yang menawarkan jasa keuangan syariah harus menyiapkan sumber daya manusia yang mampu menjelaskan produk atau jasa yang dijual (Ranto, 2013:8).

#### **2.1.6 Konsenkuensi Label Syariah**

Bank syariah berani menggunakan label syariah, sementara bank konvensional tidak berani menggunakan label syariah. Konsenkuensinya tidak mudah, setelah menggunakan label syariah maka bank syariah harus mengacu pada ketentuan sesuai dengan syariah. Ibarat orang muslim yang beragama Islam, maka akan ada label Islam yang melekat pada dirinya. Secara tidak langsung ada janji bahwa dia akan menjalankan sesuai dengan syariah dan ajaran Islam, terlepas dari sesungguhnya dia mampu menjalankan ajaran Islam secara keseluruhan. Jadi, karena menggunakan label syariah sebagai konsenkuensinya bank tersebut harus menjalankan kegiatannya, baik praktek, transaksi, produk dan lain-lain yang berhubungan dengan bank tersebut sesuai dengan ajaran Islam atau syariah.

Sebagaimana seorang muslim, maka bank syariah secara tidak langsung berikrar janji akan selalu menjalankan sistem perbankan syariah sesuai dengan ketentuan Al-qur'an dan Hadist. Hal ini bukan perkara mudah, artinya setiap manajemen, pegawai, regulator, dan bahkan infrastruktur bank syaria diposisikan harus sesuai dengan ketentuan syariah Islam. Masyarakat akan memiliki harapan yang tinggi terhadap bank syariah sebagai sistem perbankan yang mencerminkan

nilai-nilai Islam atau Syariah yang luhur dan dianggap adil serta menyejahterakan (Ifham, 2015:3).

### 2.1.7 Pengertian Syariah

Terdapat istilah Syariah dalam hukum Islam yang harus dipahami sebagai sebuah intisari dari ajaran Islam itu sendiri. Syari'at atau ditulis juga dengan syariah secara etimologis (bahasa) sebagaimana dikemukakan oleh Hasbi as-Shiddiqiey adalah Jalan tempat keluarnya sumber mata air atau jalan yang dilalui air terjun (Haroen, 2000:5).

Syariah adalah segala titah Allah yang berhubungan dengan tingkah laku di luar yang mengenai akhlak, dengan demikian syariah itu adalah nama bagi hukum-hukum yang bersifat amaliah (Syarifuddin, 2003:2).

Menurut Amir (2011:24) syariah adalah komponen ajaran Islam yang mengatur tentang kehidupan seorang muslim baik dalam bidang Ibadah (*hablumminallah*) maupun dalam bidang muamalah (*hablumminannas*) yang merupakan aktualisasi akidah yang menjadi keyakinannya.

Menurut Muslich (2010:90), syari'at mengandung makna jalan yang semestinya diikuti oleh manusia dalam hidup mereka, karena ia meliputi segalanya dengan segenap aspek kehidupan dari ruang lingkup keagamaan (ibadah) dan muamalat.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa label syariah yaitu merek yang tugasnya adalah menunjukkan informasi produk sesuai dengan syariat Islam yang merujuk pada Al- Qur'an dan Hadist. Adapun surat Al-Jatsiyah : 18 mengenai Syariah yaitu :

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيْعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا

Artinya : “Kemudian Aku jadikan kamuberada diatas suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama itu), Maka itulah syariat itu...” (Q.S. Al-Jasiyah [45]: 18).

## 2.2 Pengertian Minat Nasabah

Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai dengan sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan.

Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas, seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan perasaan senang (Djamarah, 2008:132).

Minat berkaitan dengan perasaan suka dan senang dari seseorang terhadap sesuatu objek, seperti suatu rasa yang lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh (Slameto, 2010:180). Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.

Menurut Simamora (2003:131), minat adalah sesuatu pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu objek akan mempunyai dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut.

Menurut Komarudin (1994:94), minat nasabah adalah suatu rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen.

### **2.2.1 Jenis-Jenis Nasabah**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Putra (2017:51) menjelaskan ada dua jenis nasabah, yaitu:

1. Nasabah penyimpan, adalah nasabah yang mendapatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian yang telah disepakati.
2. Nasabah debitur, adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Sedangkan menurut Rangkuti (2009: 318), nasabah dibagikan dalam dua jenis yaitu :

1. Nasabah internal, adalah orang-orang yang terlibat dalam kegiatan penyediaan jasa dan produk. Sejak dari perencanaan penciptaan jasa atau pembuatan barang. Sampai dengan pemasaran dan penjualan serta dalam administrasi. Mereka adalah jajaran direksi, manajer, pimpinan bagian, pimpinan seksi, dan para pegawai lainnya pada suatu perusahaan.
2. Nasabah eksternal, adalah semua orang yang berada diluar organisasi atau organisasi non komersil, yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa dari organisasi atau perusahaan.

### **2.2.2 Faktor-Faktor yang Menyebabkan Meningkatnya Jumlah Nasabah**

Menurut Kasmir (2011:341) yang menyebabkan meningkatnya jumlah nasabah, yaitu:

1. Karyawannya harus menarik, baik dari segi penampilan, gaya bicara, maupun gerak-geriknya, sehingga membuat nasabah tidak bosan berhadapan dengan karyawan.
2. Cepat menanggapi keinginan nasabah dan cepat melayani nasabah, pelayanan yang diberikan harus benar dan tepat waktu.
3. Ruang tunggu yang tenang dan nyaman, sehingga membuat nasabah dapat merasakan kenikmatannya.
4. Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan secara detail segala sesuatu sehingga nasabah bisa tahu apa yang diinginkannya.
5. Keragaman dan kelengkapan produk membuat nasabah tertarik untuk tetap menabung pada bank tersebut.
6. Lokasi yang strategis dan juga parkir yang memadai juga membuat nasabah merasa puas.

Sedangkan menurut Sumarni (2002:227), yang menyebabkan meningkatnya jumlah nasabah yaitu:

1. Nilai produk, dapat dievaluasi oleh nasabah melalui manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk tersebut dibandingkan dengan produk bank lain.
2. Nilai pelayanan, bagi nasabah jasa tersebut sangatlah penting seperti jasa profesional, sistem online, tabungan dengan ATM.
3. Nilai personil, karyawan bank merupakan aset tersembunyi yang pemanfaatannya harus dimaksimalkan oleh bank.
4. Nilai citra, nasabah akan memilih dan menilai kondisi perusahaan, nasabah juga cermat mencari informasi untuk memilih bank yang reputasinya baik.
5. Biaya moneter, nasabah akan melihat tarif-tarif bunga yang ditetapkan, biaya ataupun harga administrasi.
6. Biaya waktu, nasabah akan melihat lamanya proses transaksi produk dan jasa yang dibelinya.

### **2.2.3 Indikator Jumlah Nasabah**

Menurut Siregar (2016:28) indikator jumlah nasabah, yaitu:

1. Kepuasan, persepsi nasabah dimana telah terpenuhi harapannya diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan yang cukup memuaskan.
2. Kenyamanan bertransaksi, yaitu persepsi pelanggan terhadap waktu dan biaya untuk mengadakan sebuah transaksi.
3. Informasi yang disampaikan teman atau saudara.
4. Fasilitas pelayanan, dimana membuat nasabah merasa tertarik dengan berbagai fasilitas yang disediakan, yang membuat nasabah merasa puas dan nyaman menbaung pada bank tersebut.

### **2.2.4 Karakter Nasabah**

Karakter atau watak dari calon peminjam adalah salah satu pertimbangan yang terpenting dalam memutuskan pemberian pinjaman. Bank sebagai pinjaman harus yakin dalam menilai seorang peminjam atau nasabah, bahwa nasabah tersebut termasuk orang yang bertingkah laku baik, dalam arti selalu menepati janji, selalu berusaha dan bersedia melunasi utang-utangnya pada waktu yang

telah ditentukan. Oleh karena itu, dalam penyidikan watak atau karakter nasabah, bank haruslah mengumpulkan data dan informasi-informasi dari pihak yang dapat dipercaya. Dalam melakukan peminjaman ada dua nasabah yang memiliki karakter berbeda, yaitu:

1. Nasabah debitur

Dalam praktiknya untuk samapi kepada pengetahuan nasabah debitur harus mempunyai watak yang baik dan memenuhi syarat sebagai peminjam tidaklah semudah yang diduga, karena seorang nasabah harus bisa bertanggungjawab atas pinjaman yang dia lakukan, agar mengembalikan kepada bank sesuai jangka waktu yang telah ditetapkan.

2. Nasabah lama yang akan mengulang peminjamannya

Dapat dilihat dari penampilan atau kinerja pinjaman pada masa yang lalu, apakah pengembaliannya cukup lancar atau pernah mengalami hambatan dan kemacetan. Jika semua informasi telah terkumpul, bank bisa mengetahui apakah dari segi wataknya, peminjam atau calon peminjam memenuhi syarat atau tidak (Firdaus, Aryanti , 2008: 83).

### **2.2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah**

Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah adalah (Yupitri, Sari, 2012 : 50) :

1. Tidak adanya bunga atau *riba*.
2. Seluruh produk sesuai syariah.
3. Sistem bagi hasil yang adil dan menentramkan.
4. Diinvestasikan pada pekerjaan yang halal dan berkah.
5. Diinvestasikan untuk peningkatan ekonomi yang lemah.
6. Pelayanan yang cepat dan efisien.
7. Sumber daya manusia yang profesional dan transparan.
8. Sikap perilaku karyawan yang ramah dan sopan.
9. Adanya jaminan keamanan dana nasabah.
10. Produk yang beragam, menarik, dan inovatif.
11. Lokasi yang mudah dijangkau dan strategis.

### 2.3 Temuan Peneliti Terkait

Untuk menunjukkan keaslian dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti sendiri sebagai sarana banding dengan para peneliti sebelumnya yang masih memiliki kaitan dengan judul yang sedang peneliti teliti untuk menghindari kesamaan dengan peneliti sebelumnya.

Hidir (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Label Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Pasar Babakan Kanwil IX Jakarta 2, Jakarta). Dari hasil-hasil atau pengujian secara serentak terhadap variabel-variabel penelitian dibuktikan bahwa kedua variabel penelitian yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel label syariah sama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Pasar Babakan Kanwil IX Jakarta 2, Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Aguman (2018) Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Sunggal, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Sandimula (2016) Pengaruh Syariah Label atau *Brand Personality* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Dengan *Trust* Sebagai Variabel *Intervening* Dan Tingkat Religiusitas Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus pada BPRS Jabal Nur Surabaya). Dari hasil penelitian yang dilakukan, *brand personality* label syariah tidak signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Mufarrohah (2018) Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim (Studi kasus di Kecamatan Cipocok Jaya). Dari hasil penelitian ini menyimpulkan dan mendiskripsikan bahwa keberadaan perbankan berlabel syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim, menggunakan metode kuantitatif.

Lutfiyah (2016) Pengaruh Label Syariah, Harga dan Fasilitas terhadap Niat Pembelian Ulang di Pasar Syariah Az-Zaitun 1 Surabaya. Dari hasil penelitian ini label syariah, harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh

signifikan terhadap niat pembelian ulang di Pasar Syariah Az-Zaitun 1 Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terkait**

No	Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Hidir (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Label Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Pasar Babakan Kanwil IX Jakarta 2, Jakarta)	terhadap variabel-variabel penelitian dibuktikan bahwa kedua variabel penelitian yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel label syariah sama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Pasar Babakan Kanwil IX Jakarta 2, Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Sama-sama menggunakan variabel label syariah dan juga menggunakan metode kuantitatif	Perbedaan dengan skripsi yang akan penulis buat, pada tulisan tersebut membahas tentang apakah pelayanan dan label syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sementara penulis membahas label syariah berpengaruh tidak terhadap jumlah nasabahnya
2	Agusman (2018)	Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Sunggal	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama menggunakan variabel label syariah dan menggunakan metode kuantitatif	Perbedaan dengan skripsi yang akan penulis buat, pada tulisan tersebut membahas tentang apakah label syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Mandiri Syariah, Sedangkan penulis membahas

Table 2.2 Lanjutan

No	Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					tentang pengaruh label bagaimana syariah terhadap jumlah nasabah
3	Sandimula (2016)	Pengaruh Syariah Label atau <i>Brand Personality</i> Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Dengan <i>Trust</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i> Dan Tingkat Religiusitas Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus pada BPRS Jabal Nur Surabaya)	Dari hasil penelitian yang dilakukan, <i>brand personality</i> label syariah tidak signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	Sama-sama menggunakan variabel label syariah dan juga menggunakan metode kuantitatif	Perbedaan dengan skripsi yang akan penulis buat, tulisan ini membahas apakah syariah <i>brand personality</i> dan <i>trust</i> berpengaruh terhadap minat nasabah menabung dibank syariah. Sedangkan penulis
4	Muffaroh (2018)	Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Masyarakat Muslim (Studi kasus di Kecamatan Cipocok Jaya)	Dari hasil penelitian ini menyimpulkan dan mendiskripsikan bahwa keberadaan perbankan berlabel syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim, menggunakan metode kuantitatif.	Sama-sama menggunakan variabel label syariah dan menggunakan metode kuantitatif	Perbedaan dengan skripsi yang akan penulis buat, tulisan ini membahas adakah pengaruh label syariah terhadap minat bertransaksi masyarakat muslim diperbankan Kecamatan Cipocok Jaya. Sedangkan penulis membahas tentang bagaimana pengaruh label

Tabel 2.2 Lanjutan

No	Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					syariah terhadap jumlah nasabah
5	Lutfiyah (2016)	Pengaruh Label Syariah, Harga dan Fasilitas Terhadap Niat Pembelian Ulang di Pasar Syariah Az-Zaitun 1 Surabaya	Dari hasil Penelitian ini label syariah, harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang di pasar syariah Az-Zaitun 1 Surabaya menggunakan metode kuantitatif.	Dalam Persamaannya dengan skripsi peneliti yaitu, pada peneliti ini juga menggunakan variabel label syariah dan menggunakan metode kuantitatif	Perbedaan dengan skripsi yang akan penulis buat, tulisan ini membahas apakah terdapat pengaruh langsung antara label syariah, harga dan fasilitas terhadap niat pembelian ulang di Pasar Syariah Az-Zaitun 1 Surabaya dan menguji apakah terdapat pengaruh tidak langsung antara label syariah, harga dan fasilitas terhadap niat pembelian ulang di Pasar Syariah Az-Zaitun 1 Surabaya. Sedangkan penulis membahas tentang bagaimana pengaruh label syariah terhadap jumlah nasabah

Sumber : Data Telah Diolah Kembali

## 2.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal yang penting. Dalam kerangka berfikir ini, menggambarkan adanya pengaruh label “syariah” (X) terhadap jumlah nasabah (Y) BNI syariah. Berdasarkan uraian dan

penjelasan tersebut maka kerangka berpikir teoritis penulis ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**

## 2.5 Hipotesis

Adapun hipotesis penelitian ini adalah:

1.  $H_0$  : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara label “syariah” terhadap jumlah nasabah BNI Syariah.
- $H_a$  : terdapat pengaruh yang signifikan antara label “syariah” terhadap jumlah nasabah BNI Syariah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Kasiram, 2008:149). Bentuk penelitian ini adalah dengan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah suatu penelitian tentang sejauh mana hubungan antara satu variabel dengan variabel yang saling berhubungan.

#### **3.2 Data dan Teknik Pemrolehannya**

Sumber data dan teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti (responden). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yang menggunakan data pernyataan (kuisisioner) yang disampaikan langsung kepada responden. Kuisisioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui pasti variabel yang akan diukur dan apa yang bisa diharapkan dari para responden, dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab (Bungin, 2005:132).

##### **2. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua secara tidak langsung dari data yang kita butuhkan (Bungin, 2005: 132). Data yang bersumber dari kajian pustaka, berupa teks buku, laporan-laporan, internet, artikel, jurnal, contoh penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau gejala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Anggota populasi disebut dengan elemen populasi. Masalah populasi timbul terutama pada penelitian opini yang menggunakan metode survei sebagai teknik

pengumpulan data (Sidik dan Muis, 2009:103). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BNI Syariah Cabang Kota Banda Aceh dengan jumlah sebanyak 87.859 nasabah.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sampel yang digunakan untuk penelitian harus bersifat representatif atau dapat mewakili populasi tersebut melalui ciri dan karakteristik yang dapat mewakili populasi tersebut (Sidik dan Muis, 2009:103).

Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Sampel adalah bagian dari kumpulan objek penelitian yang dipelajari dan diamati. Teknik pengambilan sampel dan pengumpulan data dilakukan dengan *Probability Sampling* secara *random*, yaitu dengan penetapan jumlah anggota sampel secara kuota atau jumlah terhadap konsumen yang mudah ditemui pada saat survei dilakukan secara acak.

Perhitungan sampel dengan menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau diinginkan 10% (Umar, 2005 : 78).

Dalam penelitian ini jumlah populasi (N) = 87.859 orang sedangkan *error* (e) = 10% maka ukuran sampel:

$$\begin{aligned} n &= \frac{87.859}{1 + (87.859)(0,10)^2} \\ &= 99,88 \text{ nasabah} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, sampel yang didapat yaitu sebesar 99,88 untuk lebih memudahkan maka dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi dalam penelitian ini ukuran sampelnya sebanyak 100 orang nasabah.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

#### 1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan (*field research*) merupakan penelusuran pustaka terutama dimaksudkan sebagai langkah awal untuk menyiapkan kerangka penelitian (*research design*) atau proposal guna memperoleh informasi penelitian sejenis, memperdalam kajian teoretis atau mempertajam metodologi. Adapun pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian lapangan yaitu melalui kuisisioner, yaitu secara langsung dan *online*. Kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan pernyataan tertulis tentang data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden (Anwar, 2009:168).

#### 2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) merupakan penelusuran pustaka lebih daripada sekedar melayani fungsi. Riset pustaka sekaligus memanfaatkan sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitiannya. Tegasnya riset pustaka membatasi kegiatannya hanya pada bahan-bahan koleksi perpustakaan saja tanpa memerlukan riset lapangan, seperti artikel, jurnal, buku-buku, internet dan lain-lain (Anwar, 2009:168).

### 3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang akan digunakan pada kuisisioner yang disebar dengan menggunakan skala nominal dan skala *likert*. Skala nominal yaitu skala yang paling sederhana disusun menurut jenis (kategorinya) atau fungsi bilangan hanya sebagai simbol untuk membedakan sebuah karakteristik dengan karakteristik lainnya. Sedangkan skala *likert* yaitu skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan (Djaali, 2008:28).

Kuisisioner dengan skala *likert* sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Skala Likert**

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiono (2012 : 134)

### 3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:60). Variabel dalam penelitian sering digambarkan dengan X dan Y, biasanya X adalah variabel bebas dan Y adalah variabel terikat. Pada variabel penelitian ini, ada beberapa indikator dimana peneliti mengambil indikator tersebut pada peneliti terdahulu untuk diolah kembali (Fathiatul, 2018). Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah Label Syariah (X)
2. Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi oleh keberadaan variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Jumlah Nasabah (Y). Kedua Variabel tersebut menggunakan skala pengukuran *likert*

Operasional variabel penelitian ini adalah seperti pada tabel 3.2:

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Label “Syariah” (X)	yang tugasnya menunjukkan potongan-potongan informasi sesuai dengan syariat Islam yang merujuk pada Al-Qur’an dan hadits.	1. Aspek kehalalan 2. Kesesuaian ajaran agama 3. Mempunyai arti	Likert

		4. Dapat disukai 5. Dapat diingat	
Jumlah nasabah (Y)	Banyaknya nasabah yang menabung dibank syariah karena keinginan sendiri untuk memilih produk dan jasa yang diinginkan.	1. Kepuasan bertransaksi 2. Kenyamanan yang disampaikan teman/saudara 3. Informasi yang disampaikan teman/saudara 4. Fasilitas pelayanan	Likert

Sumber : Data telah diolah kembali

### 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah ketetapan alat penilaian terhadap konsep yang dinilai sehingga betul-betul menilai apa yang harus dinilai (Sudjana, 2004:12). Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner dan dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Validitas dapat diukur dengan membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Sementara jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel maka butir dan pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansinya yaitu 0,05 artinya sesuatu dianggap valid jika berkorelasi terhadap skor total.

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ketepatan alat tersebut dalam menilai apa yang dinilainya. Artinya kemampuan alat penilaian tersebut digunakan, akan memberikan hasil yang relatif sama (Sudjana, 2004:16). Dalam penelitian ini, untuk menentukan kuisioner reliabel atau tidak reliabel menggunakan *composite reliability*. Kuisioner dikatakan reliabel jika *composite reliability* > 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan dibawah 0,60 (Sunyoto, 2012:114).

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi, variabel bebas, variabel terikat atau keduanya itu mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan pendekatan *Kolmogroff Smirnov*, data dikatakan telah terdistribusi normal apabila nilai signifikannya  $> 0,05$  (Kurniawan, 2014:123).

### 3.9 Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2012: 244). Metode analisis yang digunakan penelitian ini adalah dengan melakukan analisis secara kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka dalam perhitungannya menggunakan metode analisis deskriptif statistik dibantu dengan program pengolah data statistik SPSS versi 22. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana, yaitu hubungan linear satu variabel X dan variabel Y. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel positif atau negatif, dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bx \quad (3.2)$$

Keterangan :

X = Pengaruh Label Syariah (variabel bebas)

Y = Jumlah Nasabah (variabel terikat)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

### 3.10 Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji parsial (T)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2012: 56). Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya signifikan.

b. Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya tidak signifikan.

### 1.11 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah besaran yang menunjukkan perubahan variabel terikat ( $Y$ ) yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas ( $X$ ). Koefisien determinasi dinyatakan dalam persen (%), sehingga harus dikalikan dengan 100 %. Tepatnya jika koefisien korelasi antara variabel  $X$  (*independen*) dan  $Y$  (*dependen*) adalah 1.00, koefisien determinasi adalah atau  $1 \times 100 \% = 100\%$ . Artinya, 100 % dari variasi perubahan dalam variabel  $Y$  (*dependen*) disebabkan oleh variasi perubahan dalam variabel  $X$  (*independen*). Semakin kuat koefisien korelasi, maka semakin kuat koefisiendeterminasi atau sebaliknya (Ghozali, 2012:57).



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 4.1.1 Sejarah Berdirinya BNI Syariah

Pada saat krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip syariah dengan tiga pilarnya, yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berdasarkan pada Undang-Undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang Pembantu (BNI Syariah, 2018).

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 *outlet* yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan BNI syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah (BNI Syariah, 2018).

Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI syariah. Dan di dalam *Corporate Plan* UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat (BNI Syariah, 2018).

Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point (BNI Syariah, 2018).

#### **4.1.2 Sistem Operasional BNI Syariah**

BNI Syariah saat ini didukung oleh sistem Informasi Teknologi yang *modern* dan jaringan transaksi yang sangat luas di seluruh Indonesia dengan memanfaatkan jaringan Kantor Cabang BNI dengan pola *Dual System Bank*. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Hal ini dibuktikan dengan penghargaan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 2004 sebagai Perbankan Syariah terbaik (BNI Syariah, 2018).

Melalui dukungan teknologi, bank syariah bersinergi dengan cabang-cabang BNI konvensional untuk membrikan layanan pembukaan rekening syariah. Cabang-cabang BNI tersebut dinamakan *Syariah Chanellin Outlet (SCO)*. BNI syariah menjalankan operasional bank berdasarkan prinsip syariah, seperti jual beli dan bagi hasil serta memiliki beragam produk dan jasa perbankan yang mampu memenuhi kebutuhan nasabah (BNI Syariah, 2018).

BNI syariah menyadari bahwa masyarakat yang menghendaki layanan syariah tidak terbatas pada masyarakat muslim namun juga dibutuhkan oleh seluruh golongan masyarakat yang menghendaki layanan dan fasilitas perbankan yang nyaman, adil, dan modern. Untuk itulah BNI syariah senantiasa melakukan peningkatan produk, baik produk dana maupun produk pembiayaan, serta terus-menerus melakukan penyempurnaan pada fitur-fiturnya (BNI Syariah, 2018).

#### **4.1.3 Visi dan Misi Bank BNI Syariah**

Bank BNI syariah, memiliki visi dan misi sebagai berikut (BNI Syariah, 2018) :

1. Visi Bank BNI syariah

Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

## 2. Misi Bank BNI Syariah

- a. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

### 4.1.4 Produk Dan Jasa Bank BNI Syariah

Produk dan jasa BNI Syariah dapat dikategorikan menjadi tiga produk dan jasa (Bank BNI Syariah, 2018). Produk dan jasa tersebut adalah:

#### 1. Produk Pendanaan

Produk-produk pendanaan yang ditawarkan oleh BNI Syariah adalah sebagai berikut (BNI Syariah, 2018):

- a. BNI Giro *IB* Hasanah adalah simpanan transaksional dalam mata uang *IDR* dan *USD* yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad *mudharabah mutlaqah* atau *wadiah yadh dhamanah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek *bilyet giro*. Sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan.
- b. BNI Deposito *IB* Hasanah adalah investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan akad *mudharabah*.
- c. BNI Tabungan *IB* Hasanah
  1. BNI *DollarIB* Hasanah adalah tabungan dikelola dengan akad *wadiah* dan *mudharabah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah perorangan dan non perorangan dalam mata uang *USD*.
  2. BNI Simpel *IB* hasanah adalah tabungan dengan akad *wadiah* untuk siswa berusia dibawah 17 tahun dengan persyaratan mudah dan

sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

3. BNI Baitullah *IB* Hasanah adalah tabungan dengan akad *mudharabah* atau *wadiah* yang dipergunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah Haji (Reguler/Khusus) dan merencanakan ibadah umrah sesuai keinginan penabung dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang Rupiah dan *USD*.
4. BNI Prima *IB* Hasanah adalah tabungan dengan akad *mudharabah* atau *wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah segmen *high networth individuals* secara perorangan dalam mata uang Rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif.
5. BNI Tunas *IB* Hasanah adalah tabungan dengan akad *mudharabah* atau *wadiah* yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun.
6. BNI Bisnis *IB* Hasanah adalah adalah tabungan dengan akad *mudharabah* atau *wadiah* yang dilengkapi dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif dalam mata uang Rupiah.
7. BNI *IB* Hasanah adalah tabungan dengan akad *mudharabah* atau *wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan dalam mata uang Rupiah.
8. BNI Tapenas *IB* Hasanah adalah tabungan berjangka dengan akad *mudharabah* untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umroh, pendidikan, ataupun rencana masa depan lainnya.
9. BNI Tabunganku *IB* Hasanah adalah produk simpanan dana Bank Indonesia yang dikelola sesuai dengan prinsip syariah dengan akad *wadiah* dalam mata uang Rupiah untuk meningkatkan kesadaran menabung masyarakat.

## 1. Produk Pembiayaan

Adapun produk-produk pembiayaan yang terdapat pada Bank BNI Syariah antara lain sebagai berikut (Bank BNI Syariah, 2018):

### a. Konsumer

1. BNI Griya *IB* Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah, dan membeli tanah *kavling* serta rumah *indent*, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah.
2. BNI Multiguna *IB* Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dan/atau jasa sesuai prinsip syariah dengan disertai agunan berupa tanah dan bangunan yang ditinggali berstatus SHM (Sertifikat Hak Milik) atau SHGB (Sertifikat Hak Guna Bangunan) yang bukan barang dibiayai.
3. BNI Oto *IB* Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif *murabahah* yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor yang dibayar dengan pembiayaan ini.
4. BNI Emas *IB* Hasanah adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur setiap bulannya melalui akad *murabahah* (jual beli).
5. BNI CCF *IB* Hasanah adalah pembiayaan yang dijamin dengan agunan likuid, yaitu dijamin dengan simpanan dalam bentuk Deposito, Giro dan Tabungan yang diterbitkan BNI syariah.
6. BNI Fleksi Umroh *IB* Hasanah adalah pembiayaan konsumtif bagi anggota masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pembelian Jasa Paket Perjalanan Ibadah Umroh melalui BNI syariah yang telah bekerja sama dengan *Travel Agent* sesuai dengan prinsip syariah.

b. Mikro

1. Rahn mikro adalah pembiayaan dengan tujuan untuk modal usaha/ produktif, biaya pendidikan, kesehatan, dan konsumtif lainnya juga keperluan lainnya.
2. Mikro 2 *IB* Hasanah adalah pembiayaan dengan tujuan pembelian barang modal kerja, investasi produktif dan pembelian barang lainnya (konsumtif).
3. Mikro 3 *IB* Hasanah adalah pembiayaan untuk tujuan pembelian barang modal kerja, investasi produktif dan pembelian barang lainnya (konsumtif).

c. korporasi

1. BNI Syariah *Multifinance* adalah penyaluran pembiayaan langsung dengan pola *executing* untuk usahanya dibidang perusahaan pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah.
2. BNI Syariah *Linkage* Program adalah fasilitas pembiayaan dimana BNI syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) BMT, BPRS, KJKS, dan lain-lain untuk diteruskan ke *end user* (pengusaha mikro, kecil dan menengah syariah) dapat dilakukan secara langsung atau melalui Lembaga Pendamping.
3. BNI Syariah Kopkar/Kopeg adalah fasilitas pembiayaan *mudharabah* produktif dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada koperasi karyawan kopkar/koperasi pegawai (kopeg) untuk disalurkan secara prinsip syariah.
4. BNI Syariah Usaha Besar adalah pembiayaan syariah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha pada segmentasi besar berdasarkan prinsip-prinsip pembiayaan syariah.

5. BNI Syariah Valas adalah pembiayaan yang diberikan oleh unit operasional dalam negeri kepada nasabah pembiayaan dalam negeri, dalam bentuk mata uang valuta asing.
  6. BNI Syariah Ekspor adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada eksportir (perusahaan ekspor), baik dalam rupiah maupun valuta asing untuk keperluan modal kerja dalam rangka pengadaan barang-barang yang akan diekspor (sebelum barang dikapalkan/*preshipment*) dan/atau untuk keperluan pembiayaan proyek investasi dalam rangka produksi barang ekspor.
  7. BNI Syariah *Onshore* adalah pembiayaan yang diberikan oleh unit operasional dalam negeri kepada nasabah pembiayaan dalam negeri, dalam bentuk mata uang valuta asing untuk membiayai usaha yang dikategorikan kegiatan ekspor (penghasil devisa).
  8. BNI Syariah Sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh dua atau lebih Lembaga Keuangan untuk membiaya suatu proyek/usaha dengan syarat-syarat dan ketentuan yang sama, menggunakan dokumen yang sama dan diadministrasikan oleh Agen yang sama pula.
- d. Usaha Kecil dan Menengah
1. BNI Syariah Wirausaha adalah fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi) yang tidak bertentangan dengan syariah dan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.
  2. BNI Syariah Valas adalah pembiayaan yang diberikan oleh unit operasional dalam negeri kepada nasabah pembiayaan dalam negeri, dalam bentuk mata uang valuta asing.
  3. BNI Syariah Kopkar/Kopeg adalah fasilitas pembiayaan mudharabah produktif dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada Koperasi Karyawan (Kopkar)/Koperasi Pegawai (kopeg) untuk disalurkan secara prinsip syariah ke *end user*/pegawai.

4. BNI Syariah Dealer *IB* Hasanah adalah Pola kerjasama pemasaran *dealer* dilatarbelakangi oleh adanya potensi pembiayaan kendaraan bermotor secara kolektif yang melibatkan *end user* dalam jumlah yang cukup banyak. Hal tersebut membutuhkan tenaga yang cukup besar dalam hal penyaluran, pemantauan, atau penyelesaian pembiayaannya.
5. BNI Syariah Usaha Kecil adalah pembiayaan syariah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha kecil berdasarkan prinsip-prinsip pembiayaan syariah.
6. BNI Syariah *Linkage* adalah fasilitas pembiayaan dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) (BMT, BPRS, KJKS, dll) untuk diteruskan ke *end user* (pengusaha mikro, kecil, dan menengah syariah). Kerjasama dengan LKS dapat dilakukan secara langsung ataupun melalui Lembaga Pendamping

#### 4. Produk Layanan

Adapun produk-produk layanan yang ditawarkan oleh Bank BNI Syariah antara lain sebagai berikut (Bank BNI Syariah, 2018):

- a. ATM merupakan layanan perbankan 24 jam yang memungkinkan Anda untuk melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa Anda harus datang ke kantor cabang.
- b. SMS Banking adalah layanan perbankan 24 jam yang Kami sediakan bagi Anda yang mobilitasnya tinggi. Anda bisa melakukan transaksi perbankan melalui handphone, semudah melakukan SMS ke rekan atau mitra bisnis Anda.
- c. Internet Banking merupakan layanan perbankan 24 jam. Dengan menggunakan komputer dan terkoneksi dengan jaringan internet, Anda sudah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan dengan mudah, nyaman dan aman.

- d. Kartu *TapCash* iB Hasanah adalah kartu pembayaran elektronik *co-branding* antara BNI Syariah dan BNI dengan menggunakan logo BNI Syariah dan BNI yang diterbitkan oleh BNI dengan disain khusus BNI Syariah, serta dipasarkan oleh BNI Syariah. Kartu *TapCash* iB Hasanah dipergunakan untuk transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah dan halal.
- e. *Mobile Banking* merupakan layanan perbankan 24 jam yang Kami sediakan bagi Anda yang mobilitasnya tinggi. Anda bisa melakukan transaksi perbankan melalui handphone yang terkoneksi jaringan internet.
- f. *Phone Banking* adalah layanan perbankan 24 jam lainnya yang membuat Anda tidak harus beranjak dari tempat duduk Anda. *Customer Representative* kami akan membantu memberikan berbagai informasi serta melakukan transaksi untuk Anda.
- g. Layanan Gerak yang berfungsi sebagai *One-Stop Mini-Banking* yang dengan leluasa dapat bergerak mendekati komunitas Anda dan akan semakin memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan yang diinginkan.

## 4.2 Deskripsi Data Penelitian

### 4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dilakukan untuk 100 responden yang merupakan nasabah BNI Syariah Banda Aceh. Karakteristik responden dibagikan mengikuti jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan dan rata-rata pendapatan per bulan.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden**

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	P	57	57%
	L	43	43%
	Total	100	100%
2	Usia		
	20-25	47	47%
	26-30	16	16%

Tabel 4.1 Lanjutan

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
	31-35	14	14%
	36-40	9	9%
	41-45	5	5%
	>45	9	9%
2	Usia		
	20-25	47	47%
	26-30	16	16%
	31-35	14	14%
	36-40	9	9%
	41-45	5	5%
	>45	9	9%
	Total	100	100%
3	Pekerjaan		
	PNS	18	18%
	Pegawai Swasta	17	17%
	Pelajar/mahasiswa	39	39%
	Ibu Rumah Tangga	7	7%
	Lainnya	19	19%
	Total	100	100%
4	Pendidikan		
	SD	2	2%
	SMP	2	2%
	SMA	64	64%
	Perguruan Tinggi	32	32%
	Total	100	100%
5	Penghasilan		
	Perbulan	25	25%
	<500	25	23%
	500-1,5jt	27	27%
	1,5 jt-3 jt	1	19%
	3jt-5jt	6	6%
	>5jt		
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui jenis kelamin nasabah Bank BNI Syariah Banda Aceh yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa jenis kelamin mayoritas nasabah berjenis kelamin perempuan berjumlah 57 orang (57%). Sedangkan sisanya berjenis kelamin laki-laki berjumlah 43 orang (43%). Usia nasabah Bank BNI Syariah Banda Aceh menunjukkan mayoritas responden berusia 20-25 tahun berjumlah 47 orang (47%). Sedangkan sisanya 26-30 tahun berjumlah 16 orang (16%), 31-35 tahun berjumlah 14 orang (14%), 36-40 berjumlah 9 orang (9%), 41-45 tahun berjumlah 5 orang (5%) dan >45 tahun berjumlah 9 orang (9%). Mayoritas pekerjaan nasabah bank BNI syariah adalah

pelajar berjumlah 39 orang (39%), PNS berjumlah 18 orang (18%), pegawai swasta berjumlah 17 orang (17%), ibu rumah tangga 7 orang (7%) dan selebihnya adalah pekerjaan lainnya berjumlah 19 orang (19%). Mayoritas pendidikan nasabah bank BNI syariah adalah SMA berjumlah 64 orang (64%), SD berjumlah 2 orang (2%), SMP berjumlah 2 orang (2%) dan perguruan tinggi berjumlah 32 orang (30,2%). Mayoritas pendapatan nasabah bank BNI syariah Banda Aceh adalah 1,5 juta sampai 3 juta adalah sejumlah 27 orang (27%), 500 ribu berjumlah 25 orang (25%), 500 ribu sampai 1,5 juta berjumlah 23 orang (23%), 3 juta sampai 5 juta berjumlah 19 orang (19%) dan >5 juta berjumlah 6 orang (6%).

**Tabel 4.2**  
**Identitas Responden Berdasarkan Pengatahuan Tentang Label**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Tahu	95	9,8%
Tidak Tahu	5	5,2%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

#### 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden terdiri dari 18 butir pernyataan. Pada variabel label syariah (X) terdapat 10 butir pernyataan, dan pada variabel jumlah nasabah (Y) terdapat 8 butir pernyataan, Berikut distribusi jawaban responden terhadap seluruh variabel X dan Variabel Y:

##### 1. Label Syariah (X)

**Tabel 4.3**  
**Saya memilih bank BNI Syariah karena bank tersebut halal sesuai dengan syariah Islam**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	12	12%
Setuju	53	53%
Netral	28	28%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	2	2%

Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa 53 responden (53%) menjawab setuju, 28 responden (28%) menjawab netral, 12 responden (12%) sangat setuju, 5 responden (5%) menjawab tidak setuju, dan 2 responden (2%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju memilih bank BNI syariah karena bank tersebut halal sesuai dengan syariah Islam.

**Tabel 4.4**  
**Dalam melakukan kegiatan muamalah atau bertransaksi ekonomi harus menghindari praktek riba**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	23	23%
Setuju	36	36%
Netral	36	36%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa 36 responden (36%) menjawab netral dan setuju, 23 responden (23%) menjawab sangat setuju, 3 responden (12%) tidak setuju, dan 2 responden (2%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab netral dan setuju dalam melakukan kegiatan muamalah atau bertransaksi ekonomi harus menghindari praktek riba.

**Tabel 4.5**  
**Label Syariah pada BNI Syariah Banda Aceh memiliki aturan yang telah sesuai dengan ajaran agama Islam**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	8	8%
Setuju	39	39%
Netral	48	48%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa 48 responden (48%) menjawab netral, 39 responden (39%) menjawab setuju, 8 responden (8%) menjawab sangat setuju, 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, dan 2 responden (2%) menjawab tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab netral terhadap label syariah pada BNI Banda Aceh memiliki aturan yang telah sesuai dengan ajaran agama Islam.

**Tabel 4.6**  
**Saya memilih bank BNI yang berlabel syariah karena sesuai dengan agama yang saya anut**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	18	18%
Setuju	44	44%
Netral	30	30%
Tidak Setuju	6	6%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa 44 responden (44%) menjawab setuju, 30 responden (30%) menjawab netral, 18 responden (18%) menjawab

sangat setuju, 6 responden (6%) menjawab tidak setuju, dan 2 responden (2%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju terhadap label syariah pada BNI Banda Aceh memiliki aturan yang telah sesuai dengan ajaran agama Islam.

**Tabel 4.7**  
**Tulisan label syariah pada BNI Syariah Banda Aceh dapat diingat karena jelas dibaca dan dipahami**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	13	13%
Setuju	51	51%
Netral	32	32%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa 51 responden (51%) menjawab setuju, 32 responden (32%) menjawab netral, 13 responden (13%) menjawab sangat setuju, dan 4 responden (4%) menjawab tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju terhadap tulisan label syariah pada BNI Banda Aceh dapat diingat karena jelas dibaca dan dipahami.

**Tabel 4.8**  
**Label syariah pada BNI Syariah Banda Aceh memudahkan masyarakat untuk menemukan bank tersebut**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	11	11%
Setuju	48	48%
Netral	33	33%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa 48 responden (48%) menjawab setuju, 33 responden (33%) menjawab netral, 11 responden (11%) menjawab sangat setuju, 5 responden (5%) menjawab tidak setuju, dan 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju terhadap label syariah pada BNI Banda Aceh memudahkan masyarakat untuk menemukan bank tersebut.

**Tabel 4.9**  
**Dengan adanya label syariah, berarti bank BNI Syariah Banda Aceh tersebut tidak ada bunga atau riba dan lebih menguntungkan calon nasabah**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	7	7%
Setuju	48	48%
Netral	33	33%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa 48 responden (48%) menjawab setuju, 33 responden (33%) menjawab netral, 7 responden (7%) menjawab sangat setuju, 10 responden (10%) menjawab tidak setuju, dan 2 responden (2%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan adanya label syariah, berarti bank BNI Syariah Banda Aceh tersebut tidak ada bunga atau riba dan lebih menguntungkan calon nasabah.

**Tabel 4.10**  
**Label syariah pada BNI Syariah memiliki arti sesuai dengan syariat Islam**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	10	10%
Setuju	51	51%
Netral	25	25%
Tidak Setuju	12	2%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa 51 responden (51%) menjawab setuju, 25 responden (25%) menjawab netral, 12 responden (12%) menjawab tidak setuju, 10 responden (10%) menjawab sangat setuju, dan 2 responden (2%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju label syariah pada BNI Syariah Banda Aceh memiliki arti sesuai dengan syariat Islam.

**Tabel 4.11**  
**Label syariah pada BNI Syariah Banda Aceh menjadi daya tarik dan disukai bagi nasabah atau masyarakat untuk menabung karena dianggap baik dan bersih**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	11	11%
Setuju	45	45%
Netral	37	37%
Tidak Setuju	6	6%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa 45 responden (45%) menjawab setuju, 37 responden (37%) menjawab netral, 11 responden (11%) menjawab

sangat setuju, 6 responden (6%) menjawab tidak setuju, dan 1 responden (1%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju label syariah pada BNI syariah Banda Aceh menjadi daya tarik dan disukai bagi nasabah atau masyarakat untuk menabung karena dianggap baik dan bersih.

**Tabel 4.12**  
**Label syariah pada BNI Syariah Banda Aceh membuat nasabah paham akan jenis bank tersebut sehingga nasabah merasa cocok dengan bank tersebut**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	11	11%
Setuju	52	52%
Netral	30	30%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa 52 responden (52%) menjawab setuju, 30 responden (30%) menjawab netral, 11 responden (11%) menjawab sangat setuju, 5 responden (5%) menjawab tidak setuju, dan 2 responden (2%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju Label syariah pada BNI Syariah Banda Aceh membuat nasabah paham akan jenis bank tersebut sehingga nasabah merasa cocok dengan bank tersebut.

## 2. Variabel Jumlah Nasabah (Y)

**Tabel 4.13**  
**Kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan serta kecepatan dalam penanganan keluhan nasabah**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	14	14%
Setuju	45	45%
Netral	32	32%
Tidak Setuju	7	7%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa 45 responden (45%) menjawab setuju, 32 responden (32%) menjawab netral, 14 responden (14%) menjawab sangat setuju, 7 responden (7%) menjawab tidak setuju, dan 2 responden (2%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju Kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan serta kecepatan dalam penanganan keluhan nasabah.

**Tabel 4.14**  
**Kepercayaan antara nasabah dan BNI Syariah selalu terjaga dengan baik**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	13	13%
Setuju	53	53%
Netral	32	32%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat bahwa 53 responden (53%) menjawab setuju, 32 responden (32%) menjawab netral, 13 responden (13%) menjawab

sangat setuju, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 1 responden (1%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju kepercayaan antara nasabah dan BNI syariah selalu terjaga dengan baik.

**Tabel 4.15**  
**Kenyamanan nasabah dalam melakukan kegiatan bertransaksi**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	12	12%
Setuju	47	47%
Setuju	39	39%
Netral	2	2%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat bahwa 47 responden (47%) menjawab setuju, 39 responden (39%) menjawab netral, 12 responden (12%) menjawab sangat setuju dan 2 responden (2%) menjawab tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju kenyamanan nasabah dalam melakukan kegiatan bertransaksi.

**Tabel 4.16**  
**Selalu mengutamakan kepentingan nasabah dalam proses transaksi keuangan**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	14	14%
Setuju	50	50%
Netral	31	31%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dilihat bahwa 50 responden (50%) menjawab setuju, 31 responden (31%) menjawab netral, 14 responden (14%) menjawab sangat setuju, 3 responden (3%) menjawab tidak setuju dan 1 responden (1%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju selalu mengutamakan kepentingan nasabah dalam proses transaksi keuangan.

**Tabel 4.17**

**Saya menabung di bank BNI Syariah Banda Aceh atas informasi yang disampaikan teman atau saudara bahwa bank tersebut sangat nyaman dan baik**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Setuju	10	10%
Setuju	52	52%
Netral	35	35%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.17 dapat dilihat bahwa 52 responden (52%) menjawab setuju, 35 responden (35%) menjawab netral, 10 responden (10%) menjawab sangat setuju, 5 responden (5%) menjawab tidak setuju dan 1 responden (1%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju bahwa menabung di bank BNI Syariah Banda Aceh atas informasi yang disampaikan teman atau saudara bahwa bank tersebut sangat nyaman dan baik.

**Tabel 4.18**  
**Saya menerima informasi dari teman, terkait produk yang ada pada BNI Syariah tersebut sangat lah memuaskan**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	10%
Setuju	52	52%
Netral	30	30%
Tidak Setuju	7	7%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.18 dapat dilihat bahwa 52 responden (52%) menjawab setuju, 30 responden (30%) menjawab netral, 10 responden (10%) menjawab sangat setuju, 7 responden (7%) menjawab tidak setuju dan 1 responden (1%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju bahwa menerima informasi dari teman, terkait produk yang ada pada BNI Syariah tersebut sangat lah memuaskan.

**Tabel 4.19**  
**Fasilitas pelayanan pada bank BNI Syariah Banda Aceh seperti ruang tunggu yang nyaman dan tempat parkirnya yang memadai**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14%
Setuju	44	44%
Netral	32	32%
Tidak Setuju	7	7%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.19 dapat dilihat bahwa 44 responden (44%) menjawab setuju, 32 responden (32%) menjawab netral, 14 responden (14%) menjawab sangat setuju, 7 responden (7%) menjawab tidak setuju dan 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas

responden menjawab setuju fasilitas pelayanan pada bank BNI Syariah Banda Aceh seperti ruang tunggu yang nyaman dan tempat parkirnya yang memadai.

**Tabel 4.20**  
**BNI Syariah Banda Aceh selalu mempromosikan BNI Syariah tersebut melalui brosur sehingga nasabah dapat dengan mudah melihat fasilitas yang tersedia**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	9	9%
Setuju	42	42%
Netral	44	44%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.20 dapat dilihat bahwa 44 responden (44%) menjawab netral, 42 responden (42%) menjawab setuju, 9 responden (9%) menjawab sangat setuju, 4 responden (4%) menjawab tidak setuju dan 1 responden (1%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju BNI Syariah Banda Aceh selalu mempromosikan BNI syariah tersebut melalui brosur sehingga nasabah dapat dengan mudah melihat fasilitas yang tersedia.

### 4.3 Hasil Pengujian Data

#### 4.3.1 Uji Validitas Instrumen

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan uji *Pearson Product-Moment Coefficeint of Correlation* dengan bantuan SPSS. Berdasarkan output yang diperoleh menunjukkan seluruh pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid karena memiliki tingkat signifikan 5%. Untuk mengetahui soal valid dan tidak valid dapat dilihat nilai  $r$  hitung dibandingkan dengan tabel  $r$  *Product Moment* untuk  $df$  (Derajat Kebebasan) =  $n-2= 100-2=68$  untuk  $\alpha$  sebesar 5% atau signifikansi 0,05

adalah 0,196. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka soal tersebut valid dan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka soal tersebut dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Validitas**

No. Pertanyaan		Variabel	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Ket
1	X1	X	0.550	0,196	Valid
2	X2		0.619	0,196	Valid
3	X3		0.485	0,196	Valid
4	X4		0.536	0,196	Valid
5	X5		0.392	0,196	Valid
6	X6		0.426	0,196	Valid
7	X7		0.427	0,196	Valid
8	X8		0.522	0,196	Valid
9	X9		0.464	0,196	Valid
10	X10		0.294	0,196	Valid
11	Y1	Y	0.570	0,196	Valid
12	Y2		0.491	0,196	Valid
13	Y3		0.603	0,196	Valid
14	Y4		0.554	0,196	Valid
15	Y5		0.514	0,196	Valid
16	Y6		0.639	0,196	Valid
17	Y7		0.346	0,196	Valid
18	Y8		0.570	0,196	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.21 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing *item* pertanyaan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,196). Maka dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

### 4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Dalam penelitian ini rumus untuk menghitung koefisien reliabilitas instrumen dengan menggunakan *Alpha Crobach*. Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan layak jika *Cronbach's Alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach's Alpha* < 0,60

**Tabel 4.22**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Skala	Jumlah Item	Formula Alpha Cronbach's	Keterangan
1	Jumlah Nasabah	8	0,615	Reliabel
2	Label Syariah	10	0,616	Reliabel

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.22 dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan-pertanyaan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai Cronbach's Alpha dan hasilnya setiap nilai komponen pertanyaan lebih besar dari 0,60.

## 4.4 Uji Asumsi Klasik

### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam variabel yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Hal ini berarti uji normalitas yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan apakah syarat sampel yang *representatif* terpenuhi atau tidak, sehingga dapat digeneralisasikan pada populasi (Hadi, 2000; 45). Uji normalitas ini menggunakan teknik *Kolmogrov Smirnov Test* yang dikatakan normal jika ( $P > 0,05$ ). Berdasarkan hasil uji normalitas variable label syariah dengan jumlah nasabah keduanya dikatakan normal karena  $809 > 0,05$ .

**Tabel 4.23**  
**Normalitas Variabel Penelitian**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.13870345
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.048
Kolmogorov-Smirnov Z		.639
Asymp. Sig. (2-tailed)		.809

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer diolah (2018)

#### 4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini menggunakan regresi sederhana karena hanya memiliki satu variabel bebas. Maka penelitian ini hanya melihat pengaruh pada uji t (parsial) tidak melihat pengaruh pada uji simultan, seperti pada tabel 4.24:

**Tabel 4.24**  
**Hasil Uji T Regresi Linier Sederhana**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.964	2.906		6.871	.000
	Label Syariah	.256	.080	.308	3.208	.002

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.24 dapat ditulis persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 19,964 + 0,256X \quad (4.1)$$

Koefisien Regresi ( $\beta$ ):

Konstanta sebesar 19,964. Artinya jika variabel label syariah (X) dianggap

konstan, maka besarnya jumlah nasabah (Y) adalah sebesar 19,964 pada satuan skala *likert* atau jumlah nasabah pada bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

#### 4.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2012). Maka hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.25**  
**Uji Parsial (Uji t)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	19.964	2.906		6.871	.000		
Label Syariah	.256	.080	.308	3.208	.002	1.000	1.000

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.25 menunjukkan nilai T statistik label syariah sebesar 6.871 lebih besar dari T tabel yaitu 1,984 dengan nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis ( $H_a$ ) yang diajukan diterima. Artinya label syariah secara parsial berpengaruh terhadap jumlah nasabah.

#### 4.6 Hasil Uji Determinan $R^2$

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai  $R^2$  yang

mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2012).

**Tabel 4.26**  
**Hasil Uji R<sup>2</sup>**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.308 <sup>a</sup>	.951	.086	3.15468	1.862

a. Predictors: (Constant), Label Syariah

b. Dependent Variable: Jumlah Nasabah

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.26 Nilai *R Square*  $(0,308)^2$  yang diperoleh sebesar 0,951, menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu label syariah berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu jumlah nasabah sebesar 95,1% sedangkan sisanya sebesar 4,9% dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian ini.

## 4.7 Hasil Penelitian

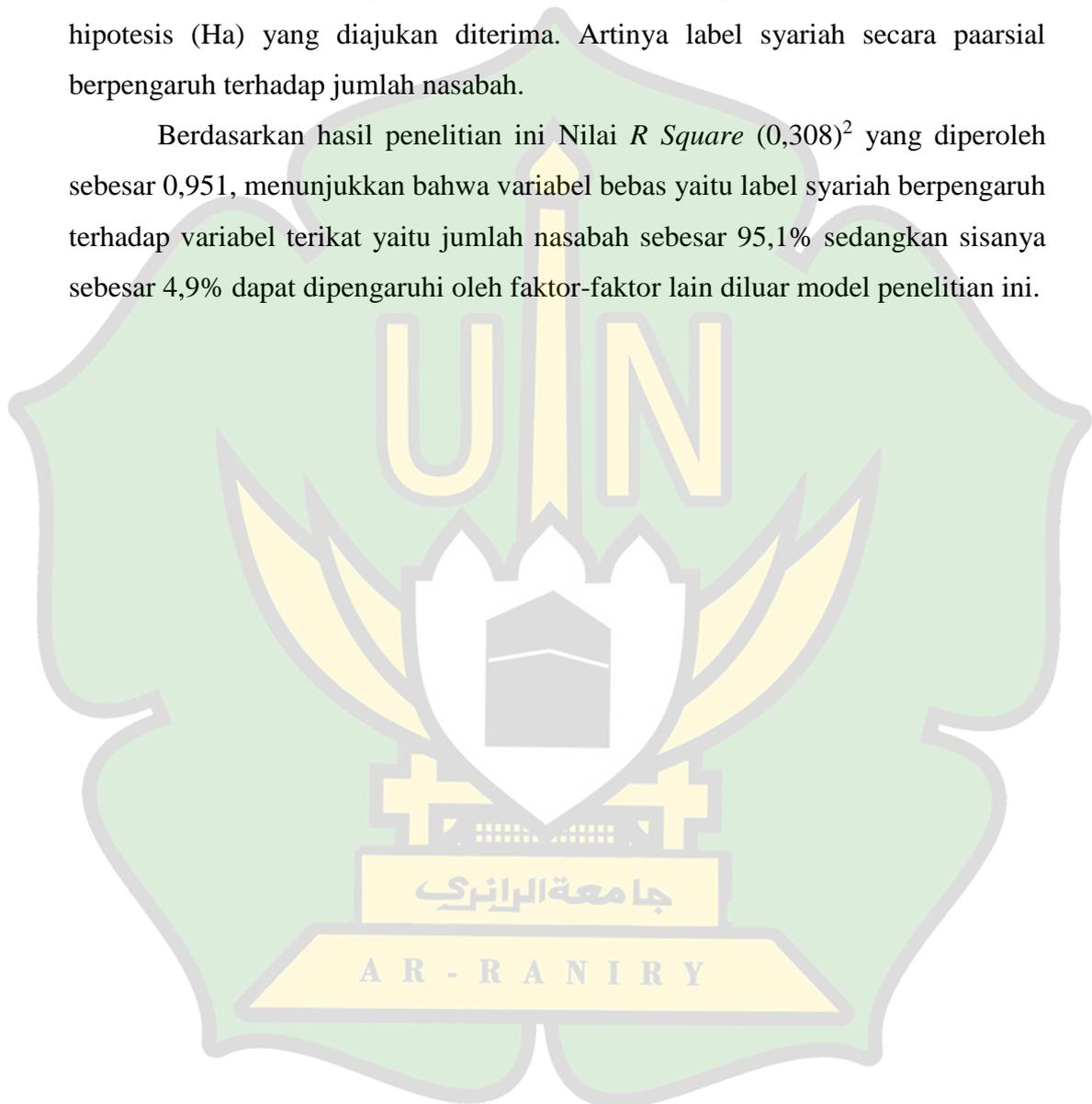
### 4.7.1 Pengaruh Label Syariah Terhadap Jumlah Nababah

Pelabelan merupakan salah satu cara yang sering digunakan untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk atau jasa, hal ini dianggap efektif untuk menjelaskan produk atau jasa yang ditawarkan kepada nasabah. Salah satu label di Indonesia adalah label syariah yang digunakan oleh beberapa bank di Indonesia dan salah satu bank yang menerapkan sistem syariah adalah BNI Syariah. Pencantuman label syariah pada BNI Syariah bertujuan untuk menjelaskan sistem dan produk yang ada sesuai dengan prinsip syariat Islam sehingga nasabah dan calon nasabah akan lebih mudah untuk memahaminya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstanta sebesar 19,964. Artinya jika variabel label syariah (X) dianggap konstan, maka besarnya jumlah nasabah (Y) adalah sebesar 19,964 pada satuan skala *likert* atau jumlah nasabah pada bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Hasil temuan ini didukung oleh hasil penelitian Ahmad Hidir (2016) yang menyatakan bahwa variabel label syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Nilai T statistik label syariah sebesar 6.871 lebih besar dari T tabel yaitu 1,984 dengan nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05. Hal ini juga menunjukkan bahwa label syariah berpengaruh terhadap jumlah nasabah. Nilai koefisien beta ukuran perusahaan tidak sama dengan nol ( $0.256 \neq 0$ ), maka hipotesis ( $H_a$ ) yang diajukan diterima. Artinya label syariah secara parsial berpengaruh terhadap jumlah nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian ini Nilai *R Square* ( $0,308$ )<sup>2</sup> yang diperoleh sebesar 0,951, menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu label syariah berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu jumlah nasabah sebesar 95,1% sedangkan sisanya sebesar 4,9% dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian ini.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh label syariah terhadap jumlah nasabah dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank BNI Syariah maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Hasil penelitian terdapat pengaruh yang signifikan antara label syariah dengan jumlah nasabah BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t, dimana nilai uji t :  $3.208 \geq$  nilai t tabel : 2.425 dengan taraf signifikan 5%. Hubungan tersebut dipengaruhi oleh indikator label syariah yang mudah diingat dan dapat disukai. Begitu pula dengan koefisien determinasi dimana pengaruh label syariah label syariah berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu jumlah nasabah sebesar 95,1% sedangkan sisanya sebesar 4,9% dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian ini.

#### **1.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

- a. Dalam rangka memperhatikan pengetahuan masyarakat diharapkan bank BNI Syariah bisa untuk terus memahamkan akan sistem yang dibangun dalam perusahaan tersebut sehingga masyarakat mampu memahami perbedaan antara bank Konvensional dengan bank BNI Syariah.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi mengenai label syariah yang meningkatkan jumlah nasabah bagi penelitian selanjutnya, terutama pada label yang dicantumkan pada bank tersebut, sehingga dapat memenuhi kebutuhan nasabah dan masyarakat lainnya atau calon nasabah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al , Arif Rianto Nur M. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta
- Angipora. (2007). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Antonio, Syafi'i Muhammad. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta : Gema Insani
- Anwar, Suroyo. (2009). *Pemahaman Individu: Observasi, Cheklist, Kuisisioner, Dan Sosiometri*. Semarang : Widiya Karya
- Alma, Buchari, dan Priansa, Juni Donni. (2014). *Manejemen Bisnis Syariah*. Bandung : Alfabeta
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group
- Danang, Sunyoto (2012). *Teori, Kuisisioner Dan Analisis Data Sumber Daya Manusia. Praktik Penelitian*, Jakarta : Center for Academic Publishing Service
- Djaali, *Skala Likert*, Jakarta: Pustaka Utama, 2008
- Djaslim,Saladin. (2004) *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta : CV Rajawali
- Firdaus, Rachmatdan Ariyanti, Maya. (2008). *Manajemen Perkreditan Bank Umum*. Bandung : Alfabeta
- Gitosudarmono. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi II. Yogyakarta: BPFE
- Ghozali, Imam. (2006). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Dipenogoro
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyani,Iswi. (2010). *Restrukturisasi dan Penghimpunan Kredit Macet*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Haroen, Nasrun. (2000). *Fiqh Muamalah*. Jakarta : Gaya Media Pratama

- H.Moh, Priadana Sidik dan Muis, Saludin. (2009) *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Ifham, Ahmad. (2015). *Ini Lho Bank Syariah*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Irawan dan Faried, Wijaya. (1998). *Pemasaran : Prinsip Dan Kasus*. Yogyakarta : BPFE
- Ismail. (2011). *Akuntansi Bank: Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*. Jakarta : Kencana
- Kasiram, Mohammad. (2008). *Metodologi Penelitian*. Malang : UIN Malang Pers
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan*. Jakarta : Rajawali Pers
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana
- Kurniawan, Albert. ( 2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*
- Komarudin. (2004). *Kamus Perbankan*. Jakarta : CV Rajawali
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Keller, Lane Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Bob Sabran. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Lane Kevin. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- Muhammad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Muslich, Wardi Ahmad. (2010). *Fiqh Muamalah*. Jakarta : Amzah
- Pramesti, Getut. (2015). *Kupas Tuntas Data Penelitian Dengan SPSS 22*. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Rangkuti, Fredy. (2009). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN – JP*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Sumarni, Murti. (2002). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty
- Sudjana, Nana. (2004). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung : Remaja Rosdakarya

- Simamora, Henry. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2012) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syarifuddin, Amir. (2003). *Garis-Garis Besar Fiqh*. Jakarta : Kencana
- Syarifuddin, Amir. (2011). *Ushul Fiqh*. Jakarta : Kencana
- Umar, Husain. (2005). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Usanti, P. Trisadini dan Shomad, Abd. (2016). *Hukum Perbankan*. Jakarta : Kencana
- Budi Gautama Siregar, Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Jumlah Peningka Nasabah Produk Giro Wadhi'ah Di PT Bank Umum SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman, Vol.2 No. 2 Desember 2016*
- Dwi Wahyu Pril Ranto, : Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen”, *JBMA Vol.1 No. 2 Februari 2013, h.1*
- Ghozali Maski, “Anaisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang “,*Journal Of Indonesian Applied Economics, Vol. 4 No. 1 Mei 2010, h.44*
- Yupitri Evi, Sari Linda Raina. “Analisis Faktor-Faktor Yang Memepengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan”*Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No. 1, Desember 2012*
- Hermansyah, “Merebaknya Kejahatan Perbankan: Cermin Lemahnya Penegakkan Hukum”,  
A R - R A N I R Y
- Tengku Putri Lindung Bulan dan Muhammad Rizal, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang”,*Jurnal Manjemen Dan Keuangan, Vol.5 No. 1, Mei 2016, h.434*
- Waliandi Putra, Pengaruh Strategi Pemasaran Produk BMT Terhadap Jumlah Nasabah BMT Dana Mulya Syariah Lampung Selatan (Studi Pada BMT Dana Mulya Syariah Lampung Selatan), Universitas UIN Raden Intan Lampung, 2017

## Lampiran 1

### KUESIONER



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRRY  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
DARUSSALAM BANDA ACEH

#### Responden Yth,

Saya Mega Yuliana Putri (140603101), mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Kuesioner ini disusun dalam rangka penelitian sebagai syarat kelulusan yang mengenai tentang **“Pengaruh Label “Syariah” Terhadap Minat Nasabah Pada BNI Syariah Banda Aceh”**.

Mengingat pentingnya data ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk dapat mengisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan hanya digunakan untuk penelitian dan dijamin kerahasiaanya.

---

#### Bagian I

##### KARAKTERISTIK RESPONDEN

Silahkan beri tanda [✓] pada jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr/i pilih pada kolom jawaban yang telah disediakan.

1. **Nama :** (boleh tidak diisi)
2. **Jenis Kelamin:**  
 Laki-laki                       Perempuan
3. **Umur:**  
 20-25 tahun                       36-40 tahun  
 26-30 tahun                       41-55 tahun  
 31-35 tahun                       >45 tahun
4. **Pendidikan Terakhir:**  
 SD                                       SMA  
 SMP                                      Perguruan Tinggi
5. **Pekerjaan:**  
 Pelajar/Mahasiswa               Pegawai Swasta  
 PNS                                      Ibu Rumah Tangga  
 Lainnya

## 6. Pendapatan per Bulan:

- < Rp 500.000
- Rp 500.000 - Rp 1.500.000
- Rp 1.500.000 - Rp 3.000.000
- Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000
- > Rp 5.000.000

## Bagian II

### PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Responden cukup memberikan tanda (√) pada pilihan yang tersedia dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Setiap pertanyaan hanya mengharapkan satu jawaban. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### A. Label Syariah (X)

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih bank BNI syariah karena bank tersebut halal sesuai dengan syariah Islam					
2	Dalam melakukan kegiatan muamalah atau bertransaksi ekonomi harus menghindari praktek riba					
3	Label Syariah pada BNI Syariah Banda Aceh memiliki aturan yang telah sesuai dengan ajaran agama Islam					
4	Saya memilih bank BNI yang berlabel syariah karena					

	sesuai dengan agama yang saya anut					
5	Tulisan label syariah pada BNI Syariah Banda Aceh dapat diingat karena jelas dibaca dan dipahami					
6	Label syariah pada BNI Syariah Banda Aceh memudahkan masyarakat untuk menemukan bank tersebut					
No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	N	TS	STS
7	Dengan adanya label syariah, berarti bank BNI					
	Syariah Banda Aceh tersebut tidak ada bunga atau riba dan lebih menguntungkan calon nasabah					
8	Label syariah pada BNI Syariah memiliki arti sesuai dengan syariat Islam					
9	Label syariah pada BNI syariah Banda Aceh menjadi daya tarik dan disukai bagi nasabah atau masyarakat untuk menabung karena dianggap baik dan bersih					
10	Label syariah pada BNI Syariah Banda Aceh membuat nasabah paham akan jenis bank tersebut sehingga nasabah merasa cocok dengan bank tersebut					

## B. Minat Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan serta kecepatan dalam penanganan keluhan nasabah					
2	Kepercayaan antara nasabah dan BNI syariah selalu terjaga dengan baik					

3	Kenyamanan nasabah								
	dalam melakukan kegiatan bertransaksi								
4	Selalu mengutamakan kepentingan nasabah dalam proses transaksi keuangan								
5	Saya menabung di bank BNI Syariah Banda Aceh atas informasi yang disampaikan teman atau saudara bahwa bank tersebut sangat nyaman dan baik								
6	Saya menerima informasi dari teman, terkait produk yang ada pada BNI Syariah tersebut sangat lah memuaskan								
7	Fasilitas pelayanan pada bank BNI Syariah Banda Aceh seperti ruang tunggu yang nyaman dan tempat parkirnya yang memadai								
8	BNI Syariah Banda Aceh selalu mempromosikan BNI syariah tersebut melalui brosur sehingga nasabah dapat dengan mudah melihat fasilitas yang tersedia								

Terimakasih Atas Kesediaan Dalam Mengisi Kuesioner Ini, Semoga Allah SWT Membalas Kebaikan Bapak/Ibu. Aamiin.

## Lampiran 2 : Jawaban Responden

Responden	Label Syariah (X)									
	LS1	LS2	LS3	LS4	LS5	LS6	LS7	LS8	LS9	LS10
1	5	3	4	5	4	3	3	3	4	5
2	4	3	5	2	4	1	5	4	3	2
3	4	4	3	3	5	5	3	4	5	2
4	4	3	4	2	2	3	5	4	3	4
5	4	5	4	5	3	4	4	5	3	5
6	3	4	4	4	5	5	3	2	5	4
7	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4



51	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4
52	3	3	4	4	5	5	1	2	5	4
53	3	4	2	4	2	4	4	4	2	3
54	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
55	4	5	3	4	4	2	2	3	3	4
56	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4
57	5	5	4	5	4	3	3	5	5	5
58	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3
59	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
60	5	5	5	5	4	4	3	5	4	3
61	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4
62	4	5	3	4	3	3	3	4	3	3
63	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3
64	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
65	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
66	3	3	4	3	3	3	3	2	1	4
67	3	3	1	4	5	3	3	5	2	4
68	4	4	5	3	4	1	2	5	5	3
69	4	3	5	4	3	4	3	1	2	5
70	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4
71	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
72	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3
73	3	3	1	1	2	2	4	4	5	5
74	3	1	4	2	5	5	3	2	5	5
	<b>LS1</b>	<b>LS2</b>	<b>LS3</b>	<b>LS4</b>	<b>LS5</b>	<b>LS6</b>	<b>LS7</b>	<b>LS8</b>	<b>LS9</b>	<b>LS10</b>
75	3	5	4	3	4	3	3	4	3	3
76	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4
78	3	5	3	4	4	3	2	3	4	3
79	4	5	3	4	4	3	3	4	3	3
80	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
81	3	4	2	4	4	3	4	5	3	4
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
83	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3
84	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
86	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4
87	3	3	3	3	4	5	4	4	4	5
88	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3
89	5	3	3	3	4	4	4	3	4	3
90	3	3	4	4	4	4	4	4	2	1
91	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
92	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4
93	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4

94	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4
95	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4
98	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
99	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
100	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4

Responden	Minat Nasabah (Y)							
	MN1	MN2	MN3	MN4	MN5	MN6	MN7	MN8
1	3	4	3	4	4	3	2	5
2	1	3	2	4	5	3	4	3
3	4	5	3	3	4	5	5	3
4	4	3	4	3	4	5	3	4
5	4	5	3	2	3	4	3	3
6	5	3	5	4	3	2	3	2
7	5	4	5	4	3	2	2	3
8	3	4	4	5	3	3	4	3
9	4	3	4	3	4	5	3	3
	MN1	MN2	MN3	MN4	MN5	MN6	MN7	MN8
10	5	4	4	5	4	4	3	4
11	3	3	4	5	4	3	4	3
12	5	5	4	5	3	4	1	1
13	4	5	3	3	4	5	4	3
14	3	4	3	2	4	3	4	4
15	2	4	4	3	4	3	3	3
16	4	4	3	4	4	4	5	5
17	5	3	4	4	5	4	2	3
18	4	4	3	4	5	4	2	3
19	5	4	3	5	4	3	3	4
20	2	3	2	1	1	1	3	3
21	2	4	3	4	5	4	4	3
22	2	1	3	5	4	3	4	3
23	3	4	5	4	3	5	3	3
24	2	3	3	4	4	3	4	4
25	3	4	4	5	3	4	5	3
26	3	4	3	3	4	4	2	3
27	3	4	3	4	3	4	4	5
28	4	4	4	4	3	4	3	4
29	4	5	4	3	4	4	5	3
30	4	3	3	3	4	3	4	4
31	4	4	4	4	3	4	4	4
32	3	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	5	4	4

34	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	3	4	3	4	4	4	3
36	4	3	4	3	3	3	4	3
37	4	4	4	4	4	2	4	3
38	4	3	3	4	4	3	3	4
39	4	4	4	4	4	4	3	3
40	3	4	3	3	3	3	3	3
41	4	4	4	4	4	3	4	3
42	4	4	4	4	4	4	4	4
43	3	3	3	3	3	3	3	3
44	3	3	3	3	3	3	4	4
45	3	3	3	3	3	3	3	3
46	4	4	4	4	4	4	4	4
47	3	3	3	4	4	4	4	4
48	3	3	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden	Minat Nasabah (Y)							
	MN1	MN2	MN3	MN4	MN5	MN6	MN7	MN8
50	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	3
52	5	4	3	3	3	1	4	5
53	3	4	4	3	2	1	4	5
54	3	4	3	3	3	4	4	3
55	4	4	3	4	5	4	5	4
56	5	4	5	4	4	5	5	4
57	5	4	3	2	5	3	4	4
58	4	3	4	4	2	4	3	2
59	4	5	5	5	5	5	4	4
60	4	4	5	4	4	4	4	3
61	4	4	4	4	4	2	3	3
62	3	3	3	3	3	3	3	3
63	4	4	4	3	3	4	4	3
64	4	4	4	4	4	4	5	5
65	4	4	4	4	3	4	4	4
66	4	4	3	3	3	2	3	4
67	4	5	3	2	3	3	5	4
68	2	5	3	4	4	3	3	4
69	3	5	4	4	3	2	2	3
70	4	4	4	4	4	5	4	4
71	1	2	3	4	5	2	3	3
72	5	3	4	3	4	5	3	3
73	3	5	4	5	3	5	4	4
74	4	4	4	3	3	5	3	3
75	3	3	3	3	4	3	4	4

76	4	4	4	4	3	5	3	3
77	4	4	4	4	4	4	4	4
78	3	3	3	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	3	3	4	4
80	4	4	3	4	4	4	4	4
81	3	3	3	3	4	4	4	4
82	2	3	4	4	4	4	4	3
83	4	4	4	4	3	3	3	2
84	3	4	5	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	4
86	5	3	5	5	5	4	4	3
87	5	5	5	5	3	3	3	3
88	3	3	3	3	4	4	4	4
	<b>MN1</b>	<b>MN2</b>	<b>MN3</b>	<b>MN4</b>	<b>MN5</b>	<b>MN6</b>	<b>MN7</b>	<b>MN8</b>
89	3	3	3	3	3	4	5	5
90	3	4	4	4	3	3	2	2
91	4	4	4	4	4	3	3	3
92	4	4	4	4	4	3	3	3
93	4	4	5	5	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4
95	3	3	4	4	4	4	4	4
96	5	5	5	5	5	5	5	5
97	3	3	3	3	3	4	4	4
98	5	5	5	5	4	3	3	3
99	3	3	3	3	3	3	4	5
100	3	3	3	3	3	3	4	4

### Lampiran 3: Karakteristik Responden

#### Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	43	43.0	43.0	43.0
	P	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Umur Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25 tahun	47	47.0	47.0	47.0
	26-30 tahun	16	16.0	16.0	63.0
	31-35 tahun	13	13.0	13.0	76.0

36-40 tahun	10	10.0	10.0	86.0
41-45 tahun	5	5.0	5.0	91.0
>45 tahun	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar/ Mahasiswa	39	39.0	39.0	39.0
Pegawaiswasta	17	17.0	17.0	56.0
IbuRumahTangga	7	7.0	7.0	63.0
Valid PNS	18	18.0	18.0	81.0
Lainnya	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

SD	2	2.0	2.0	2.0
SMP	2	2.0	2.0	4.0
Valid SMA	64	64.0	64.0	68.0
PerguruanTinggi	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### Penghasilan Perbulan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<Rp500.000	25	25.0	25.0	25.0
Rp 500.000 - Rp 1.500.000	25	25.0	25.0	50.0
Rp 1.500.000 - Rp 3.000.000	27	27.0	27.0	77.0
Valid Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	16	16.0	16.0	93.0
> Rp 5.000.000	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Lampiran 4 : Frekuensi Jawaban Responden

#### 1. Label Syariah

##### LS1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SangatTidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
TidakSetuju	5	5.0	5.0	7.0
Valid Netral	28	28.0	28.0	35.0
Setuju	53	53.0	53.0	88.0
SangatSetuju	12	12.0	12.0	100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

**LS2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSetuju	2	2.0	2.0
	TidakSetuju	3	3.0	5.0
	Netral	36	36.0	41.0
	Setuju	36	36.0	77.0
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SangatSetuju	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**LS3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSetuju	3	3.0	3.0
	TidakSetuju	2	2.0	5.0
	Netral	48	48.0	53.0
	Setuju	39	39.0	92.0
	SangatSetuju	8	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**LS4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSetuju	2	2.0	2.0
	TidakSetuju	6	6.0	8.0
	Netral	30	30.0	38.0
	Setuju	44	44.0	82.0
	SangatSetuju	18	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**LS5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	4	4.0	4.0
	Netral	32	32.0	36.0
	Setuju	51	51.0	87.0
	SangatSetuju	13	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**LS6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SangatTidakSetuju	3	3.0	3.0	3.0
TidakSetuju	5	5.0	5.0	8.0
Netral	33	33.0	33.0	41.0
Setuju	48	48.0	48.0	89.0
SangatSetuju	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**LS7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SangatTidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
TidakSetuju	10	10.0	10.0	12.0
Netral	33	33.0	33.0	45.0
Setuju	48	48.0	48.0	93.0
SangatSetuju	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**LS8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SangatTidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
TidakSetuju	12	12.0	12.0	14.0
Netral	25	25.0	25.0	39.0
Setuju	51	51.0	51.0	90.0
SangatSetuju	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**LS9**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SangatTidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
TidakSetuju	6	6.0	6.0	7.0
Netral	37	37.0	37.0	44.0
Setuju	45	45.0	45.0	89.0
SangatSetuju	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**LS10**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SangatTidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
TidakSetuju	1	1.0	1.0	2.0
Netral	32	32.0	32.0	34.0
Setuju	53	53.0	53.0	87.0
SangatSetuju	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SangatTidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
TidakSetuju	5	5.0	5.0	7.0
Netral	30	30.0	30.0	37.0
Setuju	52	52.0	52.0	89.0
SangatSetuju	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## 2. Minat Nasabah

### MN1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SangatTidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
TidakSetuju	7	7.0	7.0	9.0
Netral	32	32.0	32.0	41.0
Setuju	45	45.0	45.0	86.0
SangatSetuju	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### MN3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TidakSetuju	2	2.0	2.0	2.0
Netral	39	39.0	39.0	41.0
Setuju	47	47.0	47.0	88.0
SangatSetuju	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### MN4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SangatTidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
TidakSetuju	4	4.0	4.0	5.0
Netral	31	31.0	31.0	36.0
Setuju	50	50.0	50.0	86.0

**MN8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSetuju	1	1.0	1.0
	TidakSetuju	4	4.0	5.0
	Netral	44	44.0	49.0
	Setuju	42	42.0	91.0
	SangatSetuju	9	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0
SangatSetuju		14	14.0	100.0
Total		100	100.0	100.0

**MN5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSetuju	1	1.0	1.0
	TidakSetuju	2	2.0	3.0
	Netral	35	35.0	38.0
	Setuju	52	52.0	90.0
	SangatSetuju	10	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**MN6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSetuju	3	3.0	3.0
	TidakSetuju	7	7.0	10.0
	Netral	32	32.0	42.0
	Setuju	44	44.0	86.0
	SangatSetuju	14	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**MN7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSetuju	1	1.0	1.0
	TidakSetuju	7	7.0	8.0
	Netral	30	30.0	38.0
	Setuju	52	52.0	90.0
	SangatSetuju	10	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0



	Sig. (2-tailed)	,236	,919	,197	,316	,004	,240	,260	,006		,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LS10	Pearson Correlation	,042	-,050	-,101	,034	,176	,038	-,003	-,010	,331**	1	,294**
	Sig. (2-tailed)	,681	,618	,317	,737	,080	,710	,977	,920	,001		,003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Sumx	Pearson Correlation	,550*	,619**	,485*	,536*	,392**	,426**	,427**	,522**	,464**	,294**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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



## 2. Uji Validitas Variabel Minat Nasabah

Correlations

	MN1	MN2	MN3	MN4	MN5	MN6	MN7	MN8	Total
MN1 Pearson Correlation	1	,391*	,504*	,192	,092	,216*	-,058	-,022	,570*
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,055	,362	,031	,567	,826	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MN2 Pearson Correlation	,391*	1	,306*	,163	,006	,198*	,002	,018	,491*
Sig. (2-tailed)	,000		,002	,105	,952	,048	,984	,862	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MN3 Pearson Correlation	,504*	,306*	1	,547*	,100	,284*	-,026	-,175	,603*
Sig. (2-tailed)	,000	,002		,000	,320	,004	,795	,082	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MN4 Pearson Correlation	,192	,163	,547*	1	,336*	,215*	-,038	-,065	,554*
Sig. (2-tailed)	,055	,105	,000		,001	,032	,710	,519	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MN5 Pearson Correlation	,092	,006	,100	,336*	1	,331*	,177	,134	,514*
Sig. (2-tailed)	,362	,952	,320	,001		,001	,077	,183	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MN6 Pearson Correlation	,216*	,198*	,284*	,215*	,331*	1	,244*	,060	,639*
Sig. (2-tailed)	,031	,048	,004	,032	,001		,014	,554	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MN7 Pearson Correlation	-,058	,002	-,026	-,038	,177	,244*	1	,516*	,438*
Sig. (2-tailed)	,567	,984	,795	,710	,077	,014		,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MN8 Pearson Correlation	-,022	,018	-,175	-,065	,134	,060	,516*	1	,346*
Sig. (2-tailed)	,826	,862	,082	,519	,183	,554	,000		,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Pearson Correlation	,570*	,491*	,603*	,554*	,514*	,639*	,438*	,346*	1
	MN2	MN2	MN3	MN4	MN5	MN6	MN7	MN8	Total
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

## Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas

### 1. Uji Reliabilitas Variabel Label Syariah

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.616	.612	10

### 2. Uji Realibilitas Variabel Jumlah Nasabah

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.615	.614	8

## Lampiran 7 : Hasil Uji Parsial (Uji t)

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

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
19.964	2.906		6.871	.000		
.256	.080	.308	3.208	.002	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Jumlah Nasabah

## Lampiran 8 : Hasil Uji Simultan (Uji F)

N ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	102.416	1	102.416	10.291	.002 <sup>b</sup>
	Residual	975.294	98	9.952		
	Total	1077.710	99			

a. Dependent Variable: Jumlah Nasabah

b. Predictors: (Constant), Label Syariah

### Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	19.964	2.906		6.871	.000
Label Syariah	.256	.080	.308	3.208	.002

a. Dependent Variable: Jumlah Nasabah  
Sumber: Data Primer diolah (2018 )

### Lampiran 10 : Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.308 <sup>a</sup>	.095	.086	3.15468	1.862

a. Predictors: (Constant), Label Syariah

b. Dependent Variable: Jumlah Nasabah

### Lampiran 11 : Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.13870345
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.048
Kolmogorov-Smirnov Z		.639
Asymp. Sig. (2-tailed)		.809

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## RIWAYAT HIDUP PENULIS

### Data Pribadi

Nama : Mega Yuliana Putri  
 Tempat/Tgl. Lahir : Ds. Ujung Kampung/ 7 Juli 1995  
 Pekerjaan/NIM : Mahasiswa/140603101  
 Agama : Islam  
 Kebangsaan/Suku : Indonesia/Aceh  
 Status : Belum Kawin  
 Alamat : Jl. Al-Ikhlas, Desa Ujung Kampung, Kecamatan Samadua, Kabupaten Aceh Selatan  
 Alamat Domisili : Jl. Laksmana Hayati, Perumahan Adrah No.32 Gampong Kaju,Kec. Baitussalam, Aceh Besar

### Data Orangtua

Nama Ayah : Alm. Anizar  
 Pekerjaan Ayah : PNS  
 Nama Ibu : Roslaini  
 Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

### Pendidikan

SD/MI : SDN 3 S Samadua lulus Tahun 2008  
 SMP/MTs : SMP 1 Samadua lulus Tahun 2011  
 SMA/MA : SMAN Tapaktuan lulus Tahun 2014  
 Perguruan Tinggi : Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, Tahun Masuk 2014-2019

Banda Aceh, 30 Januari 2019  
Penulis,

**Mega Yuliana Putri**

