

**SKRIPSI**

**ANALISI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT NASABAH DALAM PEMBIAYAAN IMPLAN PADA  
PT. BANK SYARIAH MANDIRI  
KCP ACEH DARUSSALAM**



**Disusun Oleh:**

**SAFIRA MUSTAKILLA  
NIM. 170603248**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2019 M / 1441 H**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Safira Mustakilla  
NIM : 170603248  
Jurusan : 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 bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan 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, 5 Oktober 2019

Yang menyatakan,



Safira Mustakilla

**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 :

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah  
Dalam Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri  
KCP Aceh Darussalam**

Disusun oleh:

Safira Mustakilla  
NIM. 170603248

Disetujui untuk disidangkan 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,

Pembimbing II,

  
Dr. Azharsyah, S.E., Ak., M.S.O.M  
NIP. 197811 2 200501 1 003

  
Syahriyal, S.E., M.M.  
NIDN. 210108004

Mengetahui  
Ketua Program Studi Perbankan Syariah

  
Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc  
NIP. 19720907 200003 1 001

**LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL**

**SKRIPSI**

Disusun Oleh:

**Safira Mustakilla**  
NIM. 170603248

Dengan Judul:

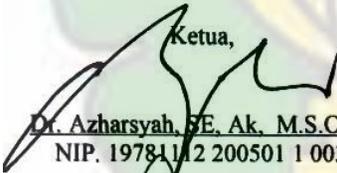
**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah  
Dalam Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri  
KCP Aceh Darussalam**

Telah diseminarkan oleh program Studi Perbankan Syariah (S1)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry  
dan dinyatakan lulus serta diterima sebagai salah satu beban studi untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Perbankan Syariah

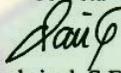
Pada hari/tanggal: Rabu, 11 September 2019  
11 Muharram 1441 H

Banda Aceh  
Tim Penilai Laporan Kerja Praktik

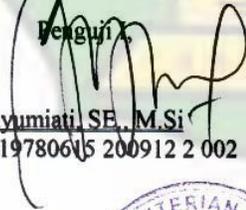
Ketua,

  
Dr. Azharsyah, SE, Ak, M.S.O.M  
NIP. 19781112 200501 1 003

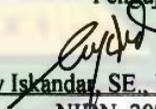
Sekretaris,

  
Syahriyal, S.E., M.M  
NIDN. 210108004

Penguji I,

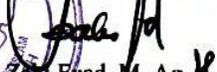
  
Ayu miati, SE, M.Si  
NIP.19780605 200912 2 002

Penguji II,

  
Evy Iskandar, SE, M. Si, AK, CPAI  
NIDN. 2024026901



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

  
Dr. Zaki Fuad, M. Ag  
NIP. 19640314 199203 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 bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Safira Mustakilla  
NIM : 170603248  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : [firakilla96@gmail.com](mailto:firakilla96@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:

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam**

Beserta 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 dan 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 : 05 Oktober 2019

Mengetahui

Penulis

Safira Mustakilla  
Nim. 170603249

Pembimbing I

Dr. Azharyah, S.E., Ak., M.S.O.M  
NIP. 19781111 200501 1 003

Pembimbing II

Syahriyal, S.E., M.M  
NIDN. 210108004

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿١﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ ﴿٨﴾

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”.* (QS. Al – Insyirah: 5 - 8)

*Yang utama dari segalanya .....*

*Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberiku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Nabi besar Rasulullah Muhammad SAW.*

*Ayahanda dan Ibunda tercinta*

*Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tak terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ayahanda Sabirin, S. Pd dan Ibunda Ruhamah yang telah memberikan doa, kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayah dan ibu bahagia, karena kusadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk ayah dan ibu yang membuatku selalu termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi yang lebih baik. Semoga Ayah dan Ibu selalu berada dalam lindungan Allah SWT.*

*~Terima kasih~*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat beriring salam penulis sampaikan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan pengikutnya, umatnya muslimin dan muslimat.

Syukur alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam”** Penulis melakukan penelitian ini dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam menyelesaikan Penelitian ini, penulis pun menyadari bahwa skripsi masih banyak kekurangan, karena ini bukanlah proses akhir dari sebuah penulisan, tetapi langkah awal yang masih banyak perbaikan. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan laporan ini.

Selama proses penyusunan skripsi, penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, maka dengan segala kerendahan hati penulis sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah membantu penulis dalam hal penyediaan prasarana dan sarana pembelajaran.
2. Dr. Israk Ahmadsyah, B. Ec., M. Ec., M. Sc. Sebagai ketua prodi Perbankan Syariah serta sebagai dosen Pembimbing Akademik selama perkuliahan dan Ayumiati, S.E.,M.Si. sebagai Sekretaris dan juga sebagai penguji I dalam sidang Munaqasyah skripsi, serta Mukhlis, S. HI., SE., MH. selaku Operator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Azharsyah, SE.,Ak., M.S.O.M dan Syahriyal, S.E.,M.M. yaitu selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu dan tenaganya, serta kesabaran yang luar biasa dalam membimbing penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.
4. Muhammad Arifin, Ph. D. selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Evy Iskandar, SE., M. Si.AK., CPAI selaku penguji II dalam sidang Munaqasyah skripsi.

6. Bapak/Ibu dosen program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmunya selama penulis mengikuti perkuliahan. Serta seluruh staff dan pegawai FEBI yang sudah banyak memberikan bantuan dan kemudahan selama mengikuti perkuliahan.
7. Pimpinan, seluruh staff dan karyawan PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Aceh Darussalam serta instansi-instansi tempat penulis melakukan penelitian, yang telah membantu penulis dalam penelitian ini.
8. Teristimewa Ayahanda Sabirin, S.Pdi dan Ibunda Ruhamah yang selalu mengirimkan doa, serta abangku Nazarul Amri sebagai motivator pribadi sekaligus pembimbing III selama perkuliahan, abang muzakkir, abang Muhammad Fadillah, adikku Muhammad Balkiah, adik Mahyul Haidar, kakak Mimi Maryami, kakak Irma Yunita, Babang Muhammad Alif Alghaazy, Dedek Salsabila Azzahra dan keluarga terbesarku tanpa terkecuali yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta memberikan dukungan baik moril maupun materil dalam penulisan Skripsi ini.
9. Buat sahabatku “ Annisa, Bunda Vattia, Bunda Rara, Ida, Syala, Ayu, Yani, ides, dan Irvan. Terima kasih atas bantuan, doa, nasehat hiburan, ejekan dan semangat yang kalian berikan selama ini. Serta rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya untuk kawan-kawan konversi dari DIII Perbankan Syariah leting 2014 kompak selalu dan tetap menjadi

saudara dan keluarga selamanya. Terima kasih banyak untuk kalian semua, semoga Allah membalas budi baik kita semua. Aamiin ya Rabbal'alamiin.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penulisan Skripsi ini. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan Skripsi ini nantinya.

Banda Aceh, 5 Oktober 2019  
Penulis,

Safira Mustakilla



## 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	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	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	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monofong 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>Fat ḥah</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 : *hauula*

### 3. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / اِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِي	<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, yaitu:

- a. *Ta Marbutah* (ة) hidup

*Ta Marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *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 : *rau dah al-atfāl/ rau datulatfāl*

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

طَلْحَةُ : *Ṭal ḥah*

**Catatan:**

**Modifikasi**

- a. 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.
- b. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan *Misir*; Beirut, bukan *Bayrut*; dan sebagainya.
- c. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: *Tasauf*, bukan *Tasawuf*.

## ABSTRAK

Nama : SafiraMustakilla  
NIM : 170603248  
Fakultas/Program Studi : EKonomi dan Bisnis Islam/Perbankan  
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Mempengaruhi  
Minat Nasabah Dalam Pembiayaan  
Implan pada PT. Bank Syariah  
Mandiri KCP Aceh Darussalam  
Tanggal Sidang : 11 September 2019  
Tebal : 153 Halaman  
Pembimbing I : Dr. Azharsyah, SE.,Ak., M.S.O.M  
Pembimbing II : Syahriyal, S.E.,M.M

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu sebanyak 150 nasabah. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 110 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket/kuesioner. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik serta analisis regresi linear berganda. Berdasarkan uji F, faktor psikologis, sosial, produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam, dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan nilai = 2,10. Namun, hasil perhitungan uji t (uji parsial) dengan memperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (1,98350) menunjukkan bahwa faktor psikologis, produk, pelayanan, reputasi dan prosedur memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah, sedangkan faktor sosial dan promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah karena kedua faktor tersebut  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Koefisien determinasi (R) diperoleh hasil sebesar 81,5% artinya hubungan variabel independen dengan variabel sangat kuat sehingga nilai R-square diperoleh sebesar 0,664 yang menunjukkan bahwa ketujuh faktor tersebut sebesar 66,4% sedangkan sisanya 33,6% dapat dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

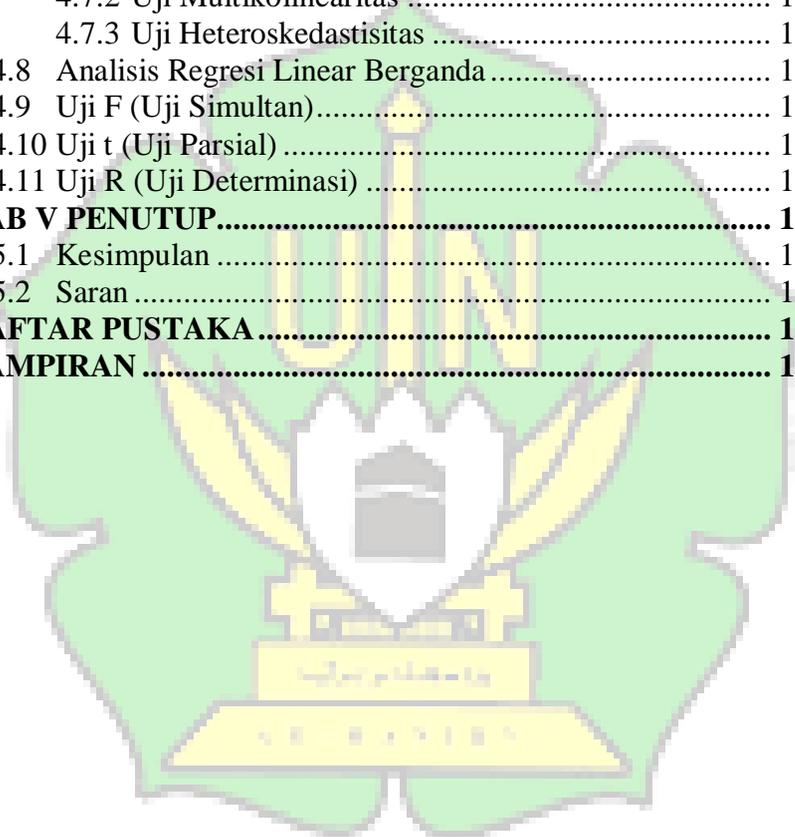
**Kata Kunci : Faktor Psikologis, Faktor Sosial, Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Pelayanan, Faktor Reputasi, Faktor Prosedur, Faktor Minat Nasabah.**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN TRANSLITERASI.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Bank Syariah.....	12
2.1.2 Pembiayaan.....	17
2.1.3 Pembiayaan Implan .....	25
2.1.4 Minat.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu .....	39
2.3 Kerangka Berpikir .....	44
2.4 Hipotesis Penelitian .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	48
3.2 Sumber Data.....	48
3.3 Poulasi dan Sampel.....	48
3.4 Lokasi Penelitian .....	50
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	51

3.6	Variabel Penelitian .....	51
3.7	Operasionalisasi Variabel .....	53
3.8	Analisis Data .....	56
3.8.1	Uji Coba Instrumen .....	57
3.8.2	Uji Asumsi Klasik .....	58
3.8.3	Uji Analisis Regresi Berganda .....	59
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1	Gambaran Umum PT. Bank Syariah Mandiri .....	61
4.2	Visi dan Misi .....	62
4.2.1	Visi .....	62
4.2.2	Misi .....	63
4.3	Produk dan Layanan .....	63
4.3.1	Penghimpun Dana .....	63
4.3.2	Penyaluran Dana .....	67
4.3.3	Layanan .....	68
4.4	Deskripsi Data Responden .....	69
4.4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	69
4.4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
4.4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ...	72
4.4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	73
4.5	Deskripsi Variabel Penelitian .....	75
4.5.1	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Psikologis ( <i>X1</i> ) .....	75
4.5.2	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Sosial ( <i>X2</i> ) .....	78
4.5.3	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Produk ( <i>X3</i> ) .....	81
4.5.4	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi ( <i>X4</i> ) .....	84
4.5.5	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Pelayanan ( <i>X5</i> ) .....	87
4.5.6	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Reputasi ( <i>X6</i> ) .....	90
4.5.7	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Prosedur ( <i>X7</i> ) .....	93

4.5.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Nasabah ( $X_8$ ) .....	96
4.6 Uji Instrumen Penelitian .....	98
4.6.1 Uji Validitas .....	98
4.6.2 Uji Reliabilitas .....	100
4.7 Uji Asumsi Klasik .....	101
4.7.1 Uji Normalitas .....	101
4.7.2 Uji Multikolinearitas .....	104
4.7.3 Uji Heteroskedastisitas .....	105
4.8 Analisis Regresi Linear Berganda .....	105
4.9 Uji F (Uji Simultan) .....	108
4.10 Uji t (Uji Parsial) .....	110
4.11 Uji R (Uji Determinasi) .....	119
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>120</b>
5.1 Kesimpulan .....	120
5.2 Saran .....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>124</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>128</b>



## DAFTAR TABEL

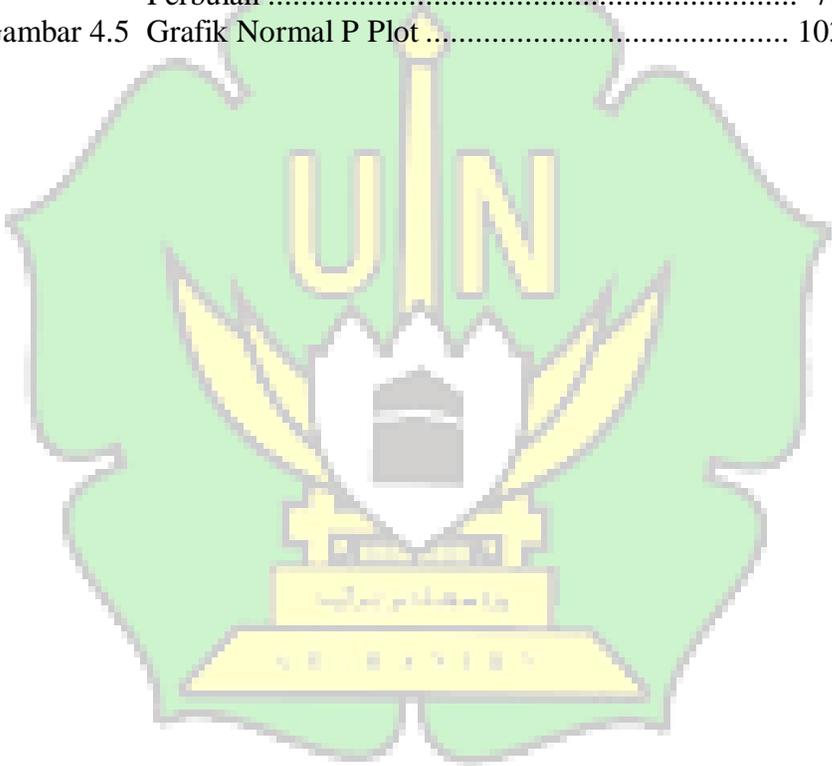
Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Nasabah Pembiayaan Implan Tahun 2016 - 2018.....	4
Tabel 2.1	Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional.....	16
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3.1	Skala Pengukuran Responden (Skala Likert 1-5).....	51
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel dan Matrik Pengembangan Instrument.....	53
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	69
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	73
Tabel 4.5	Menggunakan Pembiayaan Implan pada PT. Bank Mandiri KCP Aceh Darussalam Karena Adanya Dorongan Dalam Mencukupi Kebutuhan.....	75
Tabel 4.6	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Menerapkan Akad-akad yang Sesuai Dengan Prinsip Syariah.....	76
Tabel 4.7	Merasa Puas Menggunakan Jasa Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Karena Pelayanan Yang Diberikan Oleh Karyawan Bank Tersebut Sangat Banik.....	77
Tabel 4.8	Mengambil pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Karena Pengaruh Dari Rekan Kerja.....	78
Tabel 4.9	Keluarga Saya Merupakan Referensi Saya Untuk Mengambil pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.....	79
Tabel 4.10	Mengambil Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Karena Pengaruh Dari Lingkungan Tempat Tinggal.....	80

Tabel 4.11	Besarnya Angsuran Yang Ditawarkan Oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Beragam dan Tidak Memberatkan .....	81
Tabel 4.12	Memilih Produk Pembiayaan Implan Karena Margинnya Rendah .....	82
Tabel 4.13	Memilih Produk Pembiayaan Implan Karena Sangat Bermanfaat dan Lebih Menguntungkan .....	83
Tabel 4.14	Spanduk Maupun Brosur Yang Diiklankan Oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Mempunyai Daya Tarik Untuk Menumbuhkan Minat Calon Nasabah Dalam Menggunakan Pembiayaan Implan .....	84
Tabel 4.15	Saya Tertarik Dengan Pembiayaan Implan Karena PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Menawarkan Dengan Margin Yang Rendah .....	85
Tabel 4.16	Saya Tertarik Untuk Menggunakan Pembiayaan Implan Karena Publisitas Oleh Bank Melalui Kegiatan .....	86
Tabel 4.17	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Memiliki Sikap Ramah Serta Kemampuan Baik Dalam Melayani dan Menyampaikan Informasi Kepada Nasabahnya.....	87
Tabel 4.18	Karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Mampu Memberikan Respon Dengan Cepat dan Tepat Dalam Melayani Permintaan Nasabah .....	88
Tabel 4.19	Merasa Senang dan Nyaman Karena Karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Selalu Mengucapkan Salam Saat Memulai Transaksi .....	89
Tabel 4.20	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Memiliki Citra Yang Baik.....	90
Tabel 4.21	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Memiliki Reputasi Yang Baik Serta Fokus dan Konsisten Terhadap Tugasnya sebagai Bank Umum Syariah.....	91

Tabel 4.22	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Populer Dikalangan Masyarakat Sehingga Memudahkan Masyarakat Dalam Mengingat Bank Tersebut.....	92
Tabel 4.23	Formulir Pengajuan Yang Diberikan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Mudah Dipahami dan Diisi .....	93
Tabel 4.24	Mulai Dari Pengajuan Sampai Realisasi Pembiayaan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Tidak Membutuhkan Waktu Yang Lama.....	94
Tabel 4.25	Realisasi Dana Yang Dibutuhkan Sesuai Dengan Pengajuan .....	95
Tabel 4.26	Tertarik Menggunakan Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Karena Dinilai Sangat Sesuai Dengan Kebutuhan dan Menguntungkan .....	96
Tabel 4.27	Tertarik Menggunakan Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP ACEh Darussalam Karena Sesuai Dengan Prinsip Syariah .....	97
Tabel 4.28	Prosedur dan Proser Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Sangat Mudah Dimulai Dari Pengajuan, Akad, Penetapan Jaminan dan Pencairan Dana.....	98
Tabel 4.29	Hasil Uji Validitas .....	99
Tabel 4.30	Hasil Uji Reliabilitas .....	100
Tabel 4.31	One-sample Kolmogorov- Smirnov Test.....	102
Tabel 4.32	Hasil Uji Multikolinieritas .....	104
Tabel 4.33	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	105
Tabel 4.34	Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	106
Tabel 4.35	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	109
Tabel 4.36	Hasil Uji Parsial(Uji t) .....	110
Tabel 4.37	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R) .....	119

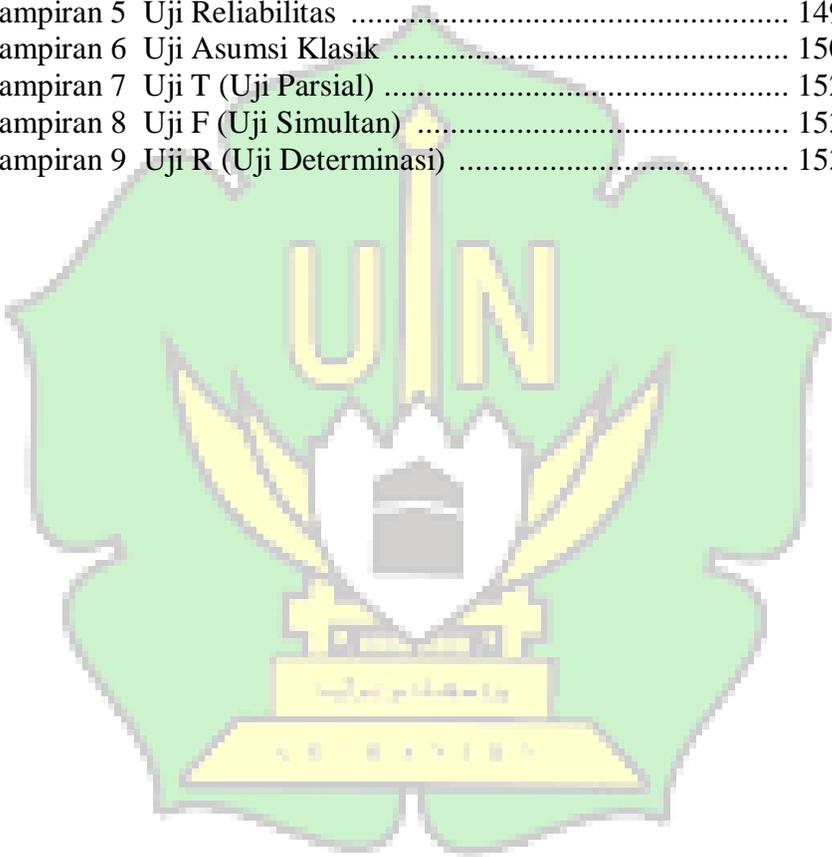
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir Penelitian .....	45
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	70
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	72
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	74
Gambar 4.5	Grafik Normal P Plot .....	103



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	128
Lampiran 2	Tabulasi Karakteristik Responden .....	135
Lampiran 3	Tabulasi Jawaban Responden .....	139
Lampiran 4	Uji Validitas .....	145
Lampiran 5	Uji Reliabilitas .....	149
Lampiran 6	Uji Asumsi Klasik .....	150
Lampiran 7	Uji T (Uji Parsial) .....	152
Lampiran 8	Uji F (Uji Simultan) .....	153
Lampiran 9	Uji R (Uji Determinasi) .....	153



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada perekonomian yang semakin kompleks, keberadaan Lembaga Keuangan berfungsi sebagai intermediasi antara pihak yang membutuhkan uang-modal (pemakai dana) dengan pihak yang memilikinya (pemilik dana). Salah satu bentuk lembaga keuangan adalah perbankan yang menurut Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau bentuk-bentuk lainnya.

Sejalan dengan perkembangannya, Indonesia menerapkan *Dual System Banking*, yaitu sistem syariah dan sistem konvensional. Bank syariah dan bank konvensional memiliki perbedaan operasional yang cukup mendasar dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi. Perbedaan yang cukup mendasar adalah pada aspek kepemilikan komoditi yang dibiayai oleh bank konvensional dalam kerangka jual beli dan sewa (Ascarya, 2010). Selain itu, dilihat dari segi keuntungan, lembaga keuangan dan perbankan syariah menggunakan sistem bagi hasil, sedangkan lembaga keuangan dan perbankan non syariah (konvensional) menggunakan sistem bunga. Dengan kata lain kedudukan bank syariah dalam hubungannya dengan nasabah adalah sebagai mitra investor dan pedagang atau pengusaha, sedangkan pada lembaga keuangan dan non bank syariah sebagai kreditor dan debitor (Rodoni & Hamid,

2008). Dalam UU No. 21 tahun 2008 menyatakan bahwa, bank syariah adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah (Republik Indonesia, 2008).

Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI), yang berdiri pada tanggal 1 November 1991 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992. Dalam perkembangannya hingga Maret 2013 BMI sudah memiliki 79 kantor cabang, 158 kantor cabang pembantu, 121 kantor kas yang tersebar di seluruh Indonesia (Muhammad, 2009). Sampai saat ini Bank Syariah terus berkembang di setiap daerah, salah satunya daerah provinsi Aceh. Salah satu bank syariah di Aceh adalah PT. Bank Syariah Mandiri, yang telah membuka kantor cabang dan kantor cabang pembantu. Diantaranya, yaitu PT. Bank Syariah kantor cabang pembantu Aceh Darussalam yang terletak di Jl. T. Nyak Arief No. 376 Darussalam Banda Aceh.

PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Aceh Darussalam juga melakukan kegiatan seperti yang dilakukan oleh bank syariah pada umumnya, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan BSM, tabunganku, tabungan simpatik, giro deposito dan produk lainnya dengan prinsip syariah. Kemudian menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan bagi hasil yang menggunakan akad *mudharabah* dan *murabahah*, serta memberikan jasa-jasa lainnya seperti transfer, menyediakan ATM dan lain sebagainya.

Di antara produk-produk pembiayaan yang ditawarkan pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Aceh Darussalam yaitu produk pembiayaan Implan. Pembiayaan Implan adalah pembiayaan yang diberikan bank kepada karyawan tetap perusahaan atau instansi yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok) dikoordinasi atau direkomendasi oleh perusahaan atau instansi tersebut. Akad yang digunakan dalam pembiayaan Implan adalah akad wakalah wal murabahah dan qardh wal murabahah apabila diperlukannya *take over* (Bank Syariah Mandiri, 2019).

Perkembangan pembiayaan Implan PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Aceh Darussalam mengalami peningkatan seiring dengan tingkat kebutuhan konsumsi masyarakat yang semakin tinggi. Masyarakat begitu antusias untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri dengan melakukan pemotongan gaji bulanan sebagai angsurannya. Bahkan ada nasabah yang sudah selesai pembiayaannya namun melakukan *Top Up* kembali.

Produk pembiayaan Implan ini merupakan produk yang sangat diminati oleh nasabah pembiayaan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Adapun jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan Implan dari tahun 2016 hingga tahun 2018 mencapai 150 nasabah yang merupakan karyawan tetap dari beberapa instansi yang telah melakukan kesepakatan kerja sama dengan PT. Bank

Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Seperti yang dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Nasabah Pembiayaan Implan Tahun 2016-2018**

Tahun	Jumlah Nasabah Pembiayaan Implan
2016	23
2017	73
2018	54

Sumber : Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam (2019)

Dari tabel 1.1 dapat kita lihat bahwa, jumlah nasabah dari tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami peningkatan yang sangat pesat yaitu bertambah sebanyak 50 nasabah dari jumlah nasabah pada tahun 2016. Sedangkan, pada tahun 2018 jumlah nasabah mengalami sedikit penurunan dengan jumlah 19 nasabah dari tahun 2017. Menurut karyawan yang menangani langsung tentang pembiayaan Implan (Rosalina, 2019) mengatakan bahwa, penurunan jumlah nasabah pada tahun 2018 di karenakan masih kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam yang menangani pembiayaan Implan, dan juga tidak semua karyawan tetap dari instansi yang telah melakukan kerja sama dengan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam memenuhi persyaratan yang telah di tetapkan dalam pembiayaan Implan. Namun, apabila dibandingkan dengan jumlah nasabah dari pembiayaan lain maka nasabah dari pembiayaan Implan lebih dominan. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam, bahwasannya pembiayaan

Implan merupakan pembiayaan yang memiliki jumlah nasabah terbanyak dibandingkan dengan jumlah nasabah dari pembiayaan lain yang terdapat pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Nasabah pembiayaan Implan memilih pembiayaan tersebut di karenakan margin yang rendah di bandingkan dengan pembiayaan yang lain.

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian sebelumnya, banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah baik terhadap pembiayaan maupun dalam menabung, seperti dalam penelitiannya Sterendisa (2017) menyatakan, bahwa faktor psikologis dan faktor sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Kemudian, Ikram (2017) dalam penelitiannya yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memanfaatkan pembiayaan murabahah pada BMT Al-Markas Al-Islami Makassar, penelitian ini menggunakan variabel produk, promosi dan pelayanan. Namun, dalam penelitian ini faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah adalah faktor produk, sedangkan faktor promosi, dan pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Akan tetapi, dalam penelitian yang dilakukan oleh Ali (2015) yang juga menggunakan faktor pelayanan sebagai variabel dalam penelitiannya menjelaskan bahwa, faktor pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah. Selain faktor pelayanan, Chamidun Ali juga menggunakan faktor reputasi dan prosedur yang juga memiliki pengaruh terhadap minat nasabah .

Hampir keseluruhan dari faktor yang di gunakan oleh peneliti lain memiliki pengaruh yang positif terhadap minat nasabah.

Psikologis merupakan ilmu yang mempelajari tentang perilaku dan kognisi jiwa manusia, menurut Nugroho dalam penelitian yang diteliti oleh Wahyuni (2013). Produk adalah sesuatu yang di perjualbelikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari sesuatu hasil kreativitas seseorang, tim marketing atau perusahaan (Wijayanti, 2014). Menurut E. Jeremo Mc. Carthy dan William D. dalam Ikram (2017) Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Pelayanan atau servis dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, menurut Sutedja (2007) dalam penelitiannya Agesta (2018). Reputasi adalah persepsi kualitas berkaitan dengan nama dan akan mempengaruhi konsumen serta menyediakan jaminan bila ada kendala- kendala kecil di perusahaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2019) kata prosedur bermakna sebagai tahap kegiatan untuk menyelesaikan suatu aktivitas atau suatu metode langkah-langkah secara pasti dalam memecahkan suatu masalah.

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh mengenai tingkat pengaruh faktor-faktor tersebut (psikologis, sosial, produk, promosi, pelayanan, reputasi, dan prosedur) terhadap minat nasabah dalam mengambil pembiayaan Implan dengan judul

## **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti merumuskan secara spesifik sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh faktor psikologis terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam?
2. Bagaimana pengaruh faktor sosial terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam?
3. Bagaimana pengaruh faktor produk terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam?
4. Bagaimana pengaruh faktor promosi terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam?
5. Bagaimana pengaruh faktor pelayanan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam?
6. Bagaimana pengaruh faktor reputasi terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam?
7. Bagaimana pengaruh faktor prosedur terhadap minat nasabah

dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam?

8. Bagaimana pengaruh secara simultan faktor Psikologis, sosial, produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur secara bersama- sama terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor psikologis, terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor sosial, terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor produk, terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.
4. Untuk menganalisis pengaruh faktor promosi, terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.
5. Untuk menganalisis pengaruh faktor pelayanan, terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.
6. Untuk menganalisis pengaruh faktor reputasi, terhadap minat

nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.

7. Untuk menganalisis pengaruh faktor prosedur, terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.
8. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan faktor psikologis, sosial, produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Para Praktisi Perbankan Syariah
  - a. Memberikan informasi terkait produk pembiayaan yang paling diminati oleh nasabah, serta memberikan gambaran terkait minat nasabah dalam melakukan pembiayaan di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Aceh Darussalam.
  - b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan menentukan strategi-strategi apa yang harus diambil dalam kaitannya untuk meningkatkan jumlah nasabah yang mengambil pembiayaan Implan dan juga pembiayaan lainnya.

## 2. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah.

## 3. Bagi Akademisi dan Mahasiswa

Dengan adanya penelitian ini dapat menambahkan wawasan dan pemahaman tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam pengambilan pembiayaan Implan. Dan diharapkan menjadi sumber bacaan bagi mahasiswa khususnya Fakultas FEBI untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam pengambilan pembiayaan.

## 4. Bagi Masyarakat

Memberikan informasi dan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian lebih lanjut mengenai masalah sejenis dalam dimensi, tempat dan waktu yang berbeda, baik yang bersifat melanjutkan maupun yang bersifat melengkapi.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan diperlukan untuk memperjelas arah dan tujuan dalam penulisan agar sesuai dengan rencana. Adapun sistematika pembahasan yang peneliti rencanakan sebagai berikut:

Bagian awal skripsi berisi : Sampul, lembar berlogo, judul, persetujuan pembimbing, pengesahan kelulusan, pernyataan keaslian tulisan, motto dan persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar gambar, dan daftar lampiran.

Kemudian, Bab I Pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan Sistematika penelitian.

Selanjutnya, Bab II Landasan teori. Bab ini membahas tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian. Teori sebagai penguat penelitian yang dilakukan.

Bab III Metode Penelitian. Dalam bab ini peneliti menjelaskan jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi dan pengukuran variabel penelitian dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan. Dalam bab ini memuat deskripsi objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya. Pada hasil penelitian dikemukakan proses analisis sesuai dengan alat analisi yang sudah dikemukakan pada bab III, serta hasil pengujian hipotesisnya.

Selanjutnya, bab terakhir adalah Bab V Penutup. Dalam bab terakhir ini penulis menyajikan kesimpulan dan saran penulis akan hasil analisa dalam penelitian yang telah penulis bahas pada bab IV.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Bank Syariah**

###### **A. Definisi Bank Syariah**

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Sedangkan menurut Antonio (2001:1) bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.

Secara garis besar dapat dikatakan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan syariat Islam, yaitu mengacu pada Al-Qur'an dan Hadits.

###### **B. Karakteristik Bank Syariah**

Bank syariah adalah bank yang berasaskan, antara lain pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan bank syariah merupakan implmentasi dari prinsip ekonomi Islam, ada beberapa karakteristik yang dimiliki bank syariah sehingga

terlihat jelas perbedaannya dengan bank konvensional, adapun beberapa karakteristik tersebut adalah:

- a. Pelanggaran riba dalam berbagai bentuknya.
- b. Tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang (*time-value of money*).
- c. Konsep uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas.
- d. Tidak diperkenankan melakukan kegiatan yang bersifat spekulatif.
- e. Tidak diperkenankan menggunakan dua harga dalam satu barang.
- f. Tidak diperbolehkan melakukan dua transaksi dalam satu akad.

Bank syariah beroperasi atas dasar konsep bagi hasil. Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebaskan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan (Muhammad, 2014).

### C. Produk-Produk Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank dengan prinsip dasar bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam penerahan dananya maupun dalam penyaluran dananya. Secara garis besar jenis kegiatan usaha bank syariah dapat dibagi ke dalam tiga kategori utama yaitu penghimpunan dana (*funding*), penyaluran dana (*lending*), dan pelayanan jasa.

## 1. Penghimpunan Dana (Funding)

Dalam penghimpunan dana, bank syariah melakukan mobilisasi dan investasi tabungan untuk membangun perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan ada data dijamin bagi semua pihak. Tujuan mobilisasi dana merupakan hal penting karena islam secara tegas mengutuk penimbunan tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan social ekonomi islam.

Dalam hal ini, bank syariah melakukannya tidak dengan prinsip bunga (riba), melainkan dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat islam, terutama mudharabah (bagi hasil) dan wadiah (titipan). Sumber dana bank syariah selain dari kegiatan penghimpunan dana, tentunya juga dari modal disetor sehingga secara keseluruhan sumber dana bank syariah dapat dibagi menjadi (Antonio, 2001) :

- a. Modal
- b. Rekening giro
- c. Rekening tabungan
- d. Rekening investasi umum
- e. Rekening investasi khusus dan
- f. Obligasi syariah

## 2. Penyaluran Dana (Lending)

Dalam menyalurkan dana, Bank Syariah dapat memberikan berbagai bentuk pembiayaan. Pembiayaan yang diberikan oleh

bank syariah mempunyai lima bentuk utama, yaitu mudharabah dan musyarakah (dengan pola bagi hasil), murabahah dan salam (dengan pola jual beli), dan ijarah (dengan pola sewa operasional maupun finansial). Selain kelima bentuk pembiayaan ini, terdapat berbagai bentuk pembiayaan yang merupakan turunan langsung atau tidak langsung dari kelima bentuk pembiayaan di atas. Bank syariah juga memiliki bentuk produk pelengkap yang berbasis (*fee-based service*) seperti qardh dan jasa keuangan lainnya.

### 3. Jasa Pelayanan

Selain menjalankan transaksi untuk mencari keuntungan, bank syariah juga melakukan transaksi yang tidak untuk mencari keuntungan. Transaksi ini tercakup dalam jasa pelayanan (*fee based income*). Beberapa bentuk layanan jasa yang disediakan oleh bank Syariah untuk nasabahnya, antara lain jasa keuangan, agen, dan jasa non keuangan. Yang termasuk dalam jasa keuangan, antara lain Wadi'ah yad dhamanah atau titipan (dalam bentuk giro dan tabungan), wakalah (pelimpahan kekuasaan kepada bank untuk bertindak mewakili nasabah), kafalah (jaminan yang diberikan seseorang untuk menjamin pemenuhan kewajiban pihak kedua), hiwalah (pengalihan dana atau utang dari depositor atau dektor ke penerima atau kreditor), rahn (pinjaman dengan jaminan atau gadai atau *mortgage*), *shorf* (jual beli mata uang).

Bank syariah juga bisa bertindak sebagai agen investasi dalam bentuk Mudharabah Muqayadah atau investasi terikat,

ketika nasabah investor memberikan batasan-batasan investasi yang diinginkannya. Bank hanya bertindak sebagai agen atau perantara untuk mempertemukan investor dan pengusaha. Selain itu bank syariah juga bisa memberikan jasa non keuangan, seperti menyediakan pelayanan titipan wadi'ah yad amanah (*save deposit box*).

#### D. Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Bank syariah merupakan bank yang dalam sistem operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar sesuai dengan syariah islam (Ismail, 2014). Bank konvensional adalah bank yang dalam aktivitasnya, baik dalam penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan berupa bunga atau sejumlah imbalan dalam persentase tertentu dari dana suatu periode tertentu (Rodoni & Hamid, 2008).

Adapun beberapa perbedaan bank syariah dengan bank konvensional yang terdapat dalam buku Ismail dengan judul perbankan syariah adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional**

No	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Investasi, hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan	Investasi, tidak mempertimbangkan halal atau haram asalkan proyek yang dibiayai menguntungkan

Tabel 2.1 Lanjutan

2	<i>Return</i> yang dibayar dan/atau diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah	<i>Return</i> baik yang dibayar kepada nasabah penyimpanan dana dan <i>return</i> yang diterima dari nasabah pengguna dana berupa bunga
3	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariah Islam	Perjanjian menggunakan hukum positif
4	Orientasi pembiayaan, tidak hanya untuk keuntungan akan tetapi juga fahlah <i>oriented</i> , yaitu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.	Orientasi pembiayaan, untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan.
5	Hubungan antara bank dengan nasabah adalah mitra	Hubungan antara bank dengan nasabah adalah kreditor dan debitur.
6	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisaris, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, dan Komisaris.
7	Penyelesaian sengketa, diupayakan diselesaikan secara musyawarah antara bank dan nasabah, melalui peradilan agama.	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri setempat.

Sumber: (Ismail, 2014)

### 2.1.2 Pembiayaan

#### A. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan secara luas berarti *financing* atau pembelanjaan, yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan orang lain, sedangkan dalam pengertian sempit yaitu pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah kepada nasabah (Muhammad, 2005). Pembiayaan yang diberikan oleh bank

syariah berfungsi membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan usahanya. Masyarakat merupakan individu, pengusaha, lembaga, badan usaha, dan lain-lain yang membutuhkan dana (Antonio, 2001).

Pembiayaan juga merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu memberikan fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang memerlukan dana. Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal, yaitu:

1. Pembiayaan produktif adalah pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi, seperti peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.
2. Pembiayaan konsumtif adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Tujuan utama dari pemberian pinjaman pembiayaan antara lain:

1. Mencari keuntungan, yaitu dengan tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan yang disalurkan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola nasabah.
2. Safety atau keamanan yaitu keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan profitability dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti.

3. Membantu usaha nasabah yang memerlukan dana, baik dana investasi ataupun dalam bentuk pembiayaan.
4. Membantu pemerintah, yaitu semakin banyak pembiayaan yang disalurkan bank maka akan semakin banyak peningkatan pembangunan di berbagai sektor.

## **B. Macam dan Jenis Pembiayaan**

Dalam bukunya Rodoni & Hamid (2008) menyebutkan bahwa dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu:

### **1. Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)**

Prinsip jual beli ini digunakan ketika terjadinya transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang. Transaksi jual beli dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barang, seperti:

#### **a. Pembiayaan *Murabahah***

kata *Murabahah* berasal dari kata *ribhun* yang secara etimologi memiliki arti menguntungkan. Dalam istilah perbankan syariah maknanya adalah akad jual beli atas barang tertentu, di mana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli kemudian ia mensyaratkan atas nya laba/keuntungan dalam jumlah tertentu. Sistem pembayarannya berdasarkan tempo waktu bayar (Hardini & Giharto, 2007).

Landasan hukum tentang *murabahah* Allah telah menjelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 275, yaitu sebagai berikut:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

b. *Salam*

*Salam* adalah perjanjian jual beli barang dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan cara pembayaran di muka atau di awal (Muhammad, 2014). Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip dengan jual beli ijon. Namun dalam transaksi ini, kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti (Rodoni & Hamid, 2008).

c. *Istishna*

Produk *Istishna* menyerupai produk *salam*, namun dalam *istishna* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran. *Skim Istishna* dalam bank syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan kontruksi (Rodoni & Hamid, 2008).

2. Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Prinsip *ijarah* digunakan ketika terjadinya transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa. Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi, pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada objek transaksinya (Rodoni & Hamid, 2008).

### 3. Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan pada prinsip bagi hasil adalah:

#### a. *Musyarakah*

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah *musyarakah* (*syirkah* atau serikat kongsi). Transaksi *musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai asset yang mereka miliki secara bersama-sama. Menurut Muhammad (2014) dalam bukunya yang berjudul Manajemen Dana Bank Syariah mengatakan bahwa, pembiayaan *musyarakah* adalah perjanjian diantara pemilik modal/dana untuk mencampurkan modal/dana mereka pada suatu usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan di antara pemilik modal/dana berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

#### b. *Mudharabah*

Pembiayaan *Mudharabah* adalah perjanjian antara penanam dana/modal dan pengelola dana/modal untuk melakukan suatu kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian

keuntungan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya (Muhammad, 2014). Sedangkan menurut Rodoni & Hamid (2008), *mudharabah* adalah bentuk kerja sama antara dua belah pihak atau lebih dimana pemilik modal (*shahibul maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerjasama dengan kontribusi 100% modal dari *shahibul maal* dan keahlian dari *mudharib*.

Pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah* terdapat perbedaan yang esensial yang terletak pada besarnya kontribusi atas manajemen dan keuangan atau salah satu di antara itu. Dalam pembiayaan *musyarakah*, modal berasal dari dua pihak atau lebih. Sedangkan dalam *Mudharabah*, modal hanya berasal dari satu pihak.

#### 4. Akad Pelengkap

Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, namun ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembayaran. Meskipun tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, dalam akad pelengkap ini dibolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini. Adapun akad-akad yang termasuk kedalam akad pelengkap adalah sebagai berikut:

##### a. *Hiwalah* (Alih Utang Pituang)

*Hiwalah* adalah transaksi mengalihkan utang piutang. Dalam praktik perbankan syariah, fasilitas *hiwalah* lazimnya untuk melanjutkan *supplier* mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapatkan ganti biaya atas jasa pemindahan piutang.

b. *Rahn* (Gadai)

Tujuan dari akad *rahn* adalah memberika jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1) Milik nasabah sendiri
- 2) Jelas ukuran, sifat, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar
- 3) Dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank.

c. *Qardh*

Kata *qardh* berasal dari kata *qaradha* yang artinya memotong, memakan, melintasi. *Qardh* sendiri artinya adalah pinjaman. Dalam istilah perbankan syariah maknanya adalah akad pemberian pinjaman bank kepada pihak kedua untuk kebutuhan mendesak atau sebagai dana talangan (*over draft/cerukan*) dengan kriteria tertentu dan bukan untuk pinjaman yang bersifat konsumtif. Dana talangan tersebut dikembalikan sesuai dengan jumlah yang diterima tanpa

imbangan dan pembayarannya bisa dilakukan secara angsuran atau sekaligus (Hardini & Giharto, 2007).

d. *Wakalah* (Perwakilan)

Kata *al-wakalah* berasal dari kata *wakala*, artinya menyerahkan, mempercayakan, sedangkan *wakalah* artinya hal mewakilkan. Dalam istilah perbankan syariah maknanya adalah perjanjian pemberian kepercayaan dan hak dari lembaga/seseorang kepada pihak lain sebagai wakil dalam melaksanakan urusan tertentu. Segala hak dan kewajiban yang diemban wakil harus mengatasmakan orang yang memberikan kepercayaan. Wakil boleh mendapatkan keuntungan diluar transaksi atau berdasarkan kesepakatan bersama (Hardini & Giharto, 2007).

*Wakalah* merupakan bentuk akad yang sangat diperlukan oleh masyarakat kontemporer sehubungan dengan berkembangnya usaha-usaha yang dijalankan baik ragam dan bentuknya maka wakalah atau mendelegasikan beberapa wewenang kepada orang menjadi suatu kebutuhan esensial (Nurdin, 2010).

e. *Kafalah* (Garansi Bank)

Garansi bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mempersyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai *rahn*. Bank dapat pula menerima dana tersebut dengan prinsip *wadi'ah*. Bank mendapatkan

pengganti biaya atas jasa yang diberikan (Rodoni & Hamid, 2008).

### **2.1.3 Pembiayaan Implan**

#### **A. Pengertian Pembiayaan Implan**

Pembiayaan BSM Implan Adalah pembiayaan konsumen yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok). BSM Implan dapat mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan. BSM Implan menggunakan akad *Wakalah wal Murabahah* untuk pembelian barang, sedangkan akad *Qardh wal Murabahah* digunakan untuk melakukan *take over*. BSM Implan diberikan dengan agunan berupa SK 80%, SK 100%, SK terakhir, dan Taspen. Objek pembiayaan Implan adalah konsumtif (multi guna) (Bank Syariah Mandiri, 2019).

Berdasarkan Surat Edaran Pembiayaan, produk pembiayaan BSM Implan dikeluarkan pada tahun 2006, seiring berjalannya waktu jumlah nasabah BSM Implan semakin meningkat. Jumlah nasabah BSM Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam berjumlah sekitar 150 nasabah yang setiap bulannya semakin meningkat. Setiap produk-produk yang dikeluarkan harus mendapat persetujuan dari Dewan Pengawas Syariah (DSN), begitu juga dengan produk pembiayaan BSM Implan yang tertuang dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No.44/DSN-MUI/VII/2004 tentang pembiayaan multijasa dan fatwa Dewan Syariah Nasional No.04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*. BSM Implan

memiliki perbedaan dengan pembiayaan lain, salah satunya dari segi margin yang ditetapkan lebih kecil dan harus melakukan Perjanjian Kerja Sama (PKS) terlebih dahulu. Kemudian, pembiayaan BSM Implan juga memberikan manfaat baik bagi Bank dan nasabah, manfaat yang diperoleh bagi pihak Bank adalah bank tidak susah dalam melakukan penagihan angsuran bulanan sedangkan bagi pihak nasabah yaitu nasabah mempunyai kesempatan dan kemudahan memperoleh fasilitas pembiayaan.

Pembiayaan BSM Implan diperlukan oleh pengguna dana untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan akan habis dipakai untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kebutuhan konsumsi dapat dibedakan atas kebutuhan primer (pokok atau dasar) dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan primer adalah kebutuhan pokok, baik berupa barang, seperti makanan, minuman, pakaian, dan tempat tinggal maupun berupa jasa, seperti pendidikan dasar dan pengobatan. Adapun kebutuhan sekunder adalah kebutuhan tambahan, yang secara kuantitatif maupun kualitatif lebih tinggi atau lebih mewah dari kebutuhan primer, baik berupa barang (seperti makanan dan minuman, pakaian/perhiasan, bangunan rumah, kendaraan dan sebagainya), maupun berupa jasa seperti pendidikan, pelayanan kesehatan, pariwisata, hiburan, dan sebagainya (Antonio, 2001).

## **B. Tujuan Produk BSM Implan**

Produk BSM Implan memiliki tujuan, antara lain (Bank Syariah Mandiri, 2019):

1. Meminimalisasi *overhead/operational cost* dan *collection*, melalui kerja sama dengan perusahaan/instansi dengan cara pemotongan gaji langsung.
2. Meningkatkan pelayanan pemberian pembiayaan skala kecil dengan prosedur yang lebih sederhana tanpa menghilangkan prinsip kehati-hatian.
3. Meningkatkan pendapatan PT. Bank Syariah Mandiri.

### **C. Jangka Waktu**

Jangka waktu pembiayaan Implan BSM adalah 1 sampai dengan 15 tahun atau sebelum pensiunan (Bank Syariah Mandiri, 2019).

### **D. Akad Pembiayaan Implan**

Dalam Sistem perbankan syariah setiap tindakan yang dilakukan dalam hubungan bisnis harus didahului dengan perjanjian yang sering disebut dengan kata akad. Akad merupakan pernyataan antara bank syariah dan nasabahnya yang melakukan transaksi di bank syariah, tanpa akad, seluruh transaksi yang dilakukan tidak sah menurut syariah Islam (Nurdin, 2010). Sebagaimana di jelaskan dari hasil wawancara dengan karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam, khusus untuk pembiayaan Implan BSM akad yang digunakan adalah akad *Wakalah wal Murabahah* untuk pembelian barang dan akad *Qardh wal Murabahah* digunakan untuk *take over*. *Take over* merupakan pembiayaan yang dikeluarkan oleh BSM untuk menutupi pembiayaan calon nasabah pada bank yang lain (Bank Syariah Mandiri, 2019).

Pembiayaan Implan terdiri atas dua komponen yang masing-masing memiliki kriteria yang harus dimiliki agar pembiayaan ini dapat terealisasi. Komponen tersebut adalah instansi/perusahaan dan perorangan/individu yang dalam hal ini adalah karyawan instansi yang terkait (Surat edaran pembiayaan, 2006). Kriteria yang harus dimiliki oleh instansi yang akan bekerja sama dalam pembiayaan ini antara lain:

1. Lembaga pemerintahan, BUMN/BUMD, perusahaan multinasional, perusahaan besar yang telah masuk bursa/*go publik*, atau perusahaan swasta yang *bonafide* yang telah berjalan minimal 5 tahun dan tidak dalam proses hukum.
2. Lembaga Koperasi sesuai dengan SE No. 8/032/PEM tanggal 13 Juli 2006 tentang Rating Sektor Ekonomi untuk pembiayaan.
3. Memiliki legalitas usaha seperti Akte Pendiri Usaha/Anggaran Dasar, SIUP, NPWP, TDP dan telah memiliki organisasi.

Kriteria yang disebutkan di atas merupakan objek bagi produk pembiayaan Implan ini. Kemudian, untuk saling berkesinambungan terdapat beberapa kriteria yang diharap dimiliki oleh individu calon debitur yang akan memperoleh pembiayaan ini, antara lain:

- a. Nasabah Cakap Hukum sesuai dengan pasal 1330 KHUP.
- b. Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah dan pada saat jatuh tempo fasilitas usia maksimal 58 tahun atau belum pensiun.

- c. Keanggotaan sebagai anggota koperasi dan karyawan tetap minimal 2 tahun dan memiliki penghasilan THP di atas Rp. 1.000.000.
- d. PNS/CPNS, mengisi dan menandatangani formulir permohonan pembiayaan, kartu identitas suami/istri, KK, akte nikah/cerai, surat persetujuan suami/istri, NPWP, slip gaji/surat keterangan penghasilan terakhir, SK pengangkatan, surat pernyataan persetujuan SKPG.

#### **2.1.4 Minat**

##### **A. Pengertian Minat**

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, tetapi juga dapat dikatakan sebagai sikap subyek atas dasar adanya kebutuhan dan keingintahuan untuk memenuhi kebutuhan. Minat adalah suatu kecenderungan seseorang dalam bertindak laku yang dapat diarahkan untuk memperhatikan suatu objek atau melakukan suatu aktivitas tertentu yang didorong oleh perasaan senang karena dianggap bermanfaat bagi dirinya.

Menurut Andi Mappier (1982) dalam Anendro (2016) menjelaskan bahwa, minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari campuran-campuran perasaan, harapan, pendidikan, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang menggerakkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Sedangkan menurut Shaleh dan Wahab (2004) dalam penelitian yang dilakukan oleh Ali (2015) mendefinisikan minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk

memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa minat itu bisa berupa perhatian, kecenderungan hati kepada suatu keinginan untuk memberikan perhatian dan tindakan terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai perasaan.

### **B. Pembagian dan Jenis Minat**

Menurut Milton (1961) dalam penelitian Anendro (2016) menyebutkan bahwa, minat dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Minat subjektif, yaitu perasaan yang menyatakan bahwa pengalaman-pengalaman tertentu yang bersifat menyenangkan.
2. Minat objektif, yaitu reaksi yang merangsang kegiatan-kegiatan dalam lingkungannya.

### **C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah**

Crow dan Crow dalam penelitiannya Ali (2015) berpendapat bahwa ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

1. Dorongan dari dalam individu, faktor ini merupakan rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini dapat membuat seseorang berminat untuk melakukan aktifitas yang menantang. misal dorongan untuk makan maka akan menumbuhkan minat

seseorang untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.

2. Motif sosial, faktor ini dapat diartikan sebagai suatu minat dalam upaya mengembangkan diri dan dalam ilmu pengetahuan, yang mungkin diilhami oleh hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja, atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Misalnya keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan dapat menghilangkan minat seseorang.

Selain itu, ada juga beberapa faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah yang telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu dengan hasil berpengaruh signifikan dan berhubungan positif terhadap keputusan nasabah, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Psikologis

Faktor psikologi sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang. Menurut Kotler (2005) faktor psikologi adalah pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan serta kepercayaan diri dan pendirian.

Adapun faktor psikologis dapat diukur dengan beberapa indikator, yaitu sebagai berikut:

- a. Motivasi seseorang senantiasa mempunyai banyak kebutuhan. Salah satunya adalah kebutuhan biologis, timbul dari dorongan tertentu seperti rasa lapar, haus dan ketidak nyamanan. Kebutuhan menjadi motif ketika kebutuhan itu mencapai tingkat intensitas yang kuat. Motif adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang mencari kepuasan.
- b. Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan mengintegrasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti.
- c. Keyakinan dan sikap. Suatu keyakinan atau kepercayaan merupakan pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal. Sedangkan sikap adalah evaluasi perasaan emosional dan kecenderungan seseorang yang *relative* konsisten terhadap suatu objek atau gagasan.

## 2. Sosial

Selain faktor psikologis, perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial. Faktor sosial adalah Segala tingkah laku manusia yang menggambarkan interaksi antar individu manusia dengan manusia yang lain (KBBI, 2019). Adapun indikator dari faktor sosial adalah sebagai berikut (Ghoni & Bodroastuti,2011):

a. Kelompok acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok acuan juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang. Kelompok acuan menciptakan tekanan untuk mengikuti kebiasaan kelompok yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek aktual seseorang.

b. Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan ia telah menjadi obyek penelitian yang luas. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga prokreasi yaitu pasangan dan anak-anak.

c. Peran dan status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status, sebagai contoh manajer penjualan memiliki status yang lebih tinggi daripada pegawai kantor.

3. Produk

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, produk memiliki makna barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau

nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu (KBBI, 2019). Sedangkan menurut Utami (2010) yang dialih bahasakan oleh Agesta (2018), produk adalah keseluruhan dari penawaran yang dilakukan secara normal oleh perusahaan kepada konsumen dalam memberikan pelayanan, letak toko, dan nama barang dagangnya. Produk adalah sesuatu yang di perjualbelikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari sesuatu hasil kreativitas seseorang, tim marketing atau perusahaan (Wijayanti, 2014). Adapun indikatornya adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas produk
  - b. Keunggulan
  - c. Manfaat dan fungsi produk
4. Promosi
- Menurut E. Jeremo Mc. Carthy dan William D. dalam Ikram (2017) Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Sedangkan menurut Subagyo (2010: 132) dalam Agesta (2018) adalah suatu usaha dari pemasaran dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

Dalam promosi manager pemasaran memiliki tugas yaitu memberitahu pelanggan target tentang ketersediaan produk yang

tepat pada tempat dan harga yang tepat pula. Apa yang dikomunikasikan manager pemasaran ditentukan oleh kebutuhan dan sikap pelanggan target. Bagaimana pesan itu disampaikan tergantung pada gabungan berbagai metode promosi yang dipilih manager pemasaran.

Adapun indikator dari promosi dalam jurnalnya Firman Yulianto K (2010) adalah:

a. Periklanan (advertising)

Merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, televisi atau radio.

b. Promosi penjualan (sales promotion)

Merupakan sarana yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.

c. Publisitas

Merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olahraga

5. Pelayanan

Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain. Sedangkan menurut istilah pelayanan atau service adalah sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak

kepada pihak lain. Sedangkan menurut Gronroos dalam Agesta (2018) pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Pelayanan konsumen sangat diperlukan bagi suatu produk. Pelayanan konsumen yang maksimal dan baik menunjukkan seberapa besar atau seberapa bagusnya kualitas dan mutu tersebut di mata target konsumen. pelayanan yang baik dan tanggap akan memberikan nilai yang positif atau memberikan citra yang bagus di mata konsumen. Apalagi jika setiap komplain konsumen ditangani dengan prima dan bagus. Jika ada satu saja konsumen yang merasa tidak puas terhadap suatu produk tertentu, konsumen ini akan menyebarkan ketidakpuasannya kepada orang-orang terdekatnya sebanyak 30 calon konsumen. Sementara itu, jika seorang konsumen merasa puas atas suatu produk tertentu, ia hanya akan menyampaikan kepuasannya ke orang lain dengan jumlah yang lebih sedikit. Pelayanan konsumen yang prima memberikan penghargaan yang berarti bagi para konsumennya, sehingga akan menimbulkan kepuasan. Konsumen yang puas terhadap pelayanan produk akan memberikan dampak yang positif bagi efek penjualan secara langsung, karena konsumen tersebut secara sukarela akan menjadi alat promosi yang sangat

ampuh dan memberikan rekomendasi kepada konsumen lain untuk membeli produk kita (Wijayanti, 2014).

Konsep pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati dari calon nasabah baik dari masyarakat maupun dari bank syariah lainnya, jika masyarakat simpati akan menimbulkan kepercayaan, sehingga pemasaran produk pembiayaan BSM Implan lancar. Adapun yang menjadi indikator dari pelayanan menurut Van Iwaarden et al dalam penelitiannya Nopitasari (2017) adalah:

a. Keandalan (*reliability*)

Ialah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

b. Ketanggapan (*responsiveness*)

Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

c. Jaminan (*assurance*)

Merupakan pengetahuan, kesopanan santunan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan

(*security*), kompetisi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

#### 6. Reputasi

Reputasi menurut Fombrun dalam Syaima (2017) memiliki pengertian sebagai gambaran secara keseluruhan akan tindakan perusahaan di masa lalu dan prospek yang dimiliki perusahaan di masa yang akan datang melalui segala kebijakan yang telah diambil apabila dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya. Reputasi adalah persepsi kualitas berkaitan dengan nama dan akan mempengaruhi konsumen serta menyediakan jaminan bila ada kendala-kendala kecil di perusahaan. Adapun indikator-indikator reputasi pada penelitian yang dilakukan oleh Nopitasari (2017) adalah:

##### a. Nama baik

Nama baik adalah persepsi para nasabah tentang sejauh mana nama baik yang berhasil dibangun oleh sebuah perusahaan, menjaga nama baik tentunya menjadi salah satu kewajiban utama mereka untuk mendukung kelancaran pemasaran bisnisnya. Apabila nama baik yang dimiliki pelaku usaha sudah cukup kuat, maka konsumen akan lebih percaya dengan kemampuan bisnis yang dijalankan dan tidak diragukan lagi untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan tersebut.

b. Reputasi pesaing

Reputasi pesaing adalah persepsi para nasabah bank mengenai seberapa baik bank tersebut dibanding dengan bank-bank lain sebuah perusahaan harus memiliki kekuatan untuk menonjolkan nilai lebih yang dimiliki dibandingkan dengan perusahaan lainnya.

c. Kemudahan diingat

Kemudahan diingat menunjukkan persepsi para nasabah bank akan kemudahan nasabah untuk mengingat nama baik bank tersebut, jika nama sebuah perusahaan mudah diingat maka orang akan lebih mudah menemukan perusahaan kita di *search engine* atau dalam dunia nyata.

7. Prosedur

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2019) kata prosedur bermakna sebagai tahap kegiatan untuk menyelesaikan suatu aktivitas atau suatu metode langkah-langkah secara pasti dalam memecahkan suatu masalah. Dalam penelitian Ali (2015), variabel prosedur dapat di ukur dengan beberapa indikator yaitu:

- a. Pengajuan pembiayaan
- b. Analisis pembiayaan
- c. Realisasi pembiayaan

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk mendapatkan gambaran dan menyusun kerangka berfikir mengenai penelitian ini. Penelitian terdahulu yang

berkaitan dengan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam sudah banyak dilakukan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Melen Sterendisa yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Produk Gadai (Rahn) di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang tahun 2017”. Melen Sterendisa dalam melakukan penelitiannya menggunakan 2 (dua) variabel yaitu faktor psikologis, faktor ekonomi dan faktor sosial. Ketiga faktor tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam produk gadai.

Kemudian, penelitian tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memanfaatkan Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Markas Al-Islami Makassar, oleh Muhammad Ikram yang dilakukan penelitiannya pada tahun 2017. Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan teknik angket. Kemudian data tersebut diuji dengan uji validasi dan uji reliabilitas, juga dengan menggunakan metode analisis data regresi linear berganda dan uji asumsi klasik. Variabel yang digunakan oleh Muhammad Ikram dalam penelitian ini adalah produk, promosi dan pelayanan. Variabel yang memberikan pengaruh signifikan dan juga berhubungan positif adalah variabel produk, sedangkan promosi dan pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Al-Markas Al-Islami Makassar.

Chamidun Ali melakukan penelitian tentang Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan pada Lembaga Keuangan Syariah pada tahun 2015. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah teknik angket. Penelitian tersebut dilakukan oleh Chamidun ali dengan menggunakan 3 (tiga) variabel, yaitu: pelayanan, reputasi dan prosedur. Metode analisis data yang digunakannya adalah berupa regresi linear berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesa yang meliputi uji t dan uji f. Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa ketiga variabel tersebut secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada lembaga keuangan syariah.

Selanjutnya, penelitian dengan judul “Faktor- Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK Muamalat) tahun 2010” yang dilakukan oleh Suprihatin (2010). Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel yaitu, fatwa MUI terhadap produk DPLK Muamalat, simpanan yang aman, dan pelayanan yang ramah dari karyawan-karyawati. Ketiga dari variabel tersebut yang memperoleh jawaban tertinggi adalah variabel fatwa MUI terhadap produk DPLK Muamalat dengan nilai 76,7% atau 23 orang dari 30 responden. Sedangkan, variabel simpanan yang aman hanya memiliki jawaban 21 orang atau 70% dan variabel pelayanan yang ramah dari karyawan-karyawati dengan jawaban 18 orang atau setara dengan 18% dari responden.

Irawan (2009) melakukan penelitian dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memutuskan Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang, penelitian ini menggunakan 5 (lima) variabel independen yaitu motivasi, belajar, sikap, persepsi, dan tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bagi hasil. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear berganda serta regresi parsial. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut mempunyai hubungan yang kuat dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Berdasarkan kelima penelitian terdahulu tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas minat nasabah secara umum. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang peneliti teliti adalah dari sisi responden, karena dalam penelitian ini peneliti memilih nasabah dari instansi yang telah bekerja sama dengan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam terhadap pembiayaan Implan. Selain itu, perbedaannya terletak di lokasi/tempat penelitian yang belum dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yaitu pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti akan membahas faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.

Untuk lebih jelasnya kelima Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2.2

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Metode penelitian	Hasil Penelitian
1	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai ( <i>Rahn</i> ) di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang. Melen Sterendisa (2017).	Kuantitatif Serta mengolah data dengan regresi linear berganda	Faktor psikologis, faktor ekonomi dan faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.
2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memanfaatkan Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Markas Al-Islami Makassar. Muhammad Ikram (2017).	Kuantitatif Serta menggunakan uji validasi dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan regresi linear berganda	Faktor produk berhubungan positif dan berpengaruh signifikan. Faktor promosi dan faktor pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.
3	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus di BMT Barokah Magelang). Ali Chamidun (2015).	Kuantitatif Metode analisis data menggunakan linear berganda Uji asumsi klasik dan uji hipotesa (uji t dan uji F)	Faktor pelayanan, reputasi dan prosedur berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM.
4	Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Dana Pensiun	Kuantitatif Uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik	Faktor fatwa MUI berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan faktor

Tabel 2.2 Lanjutan

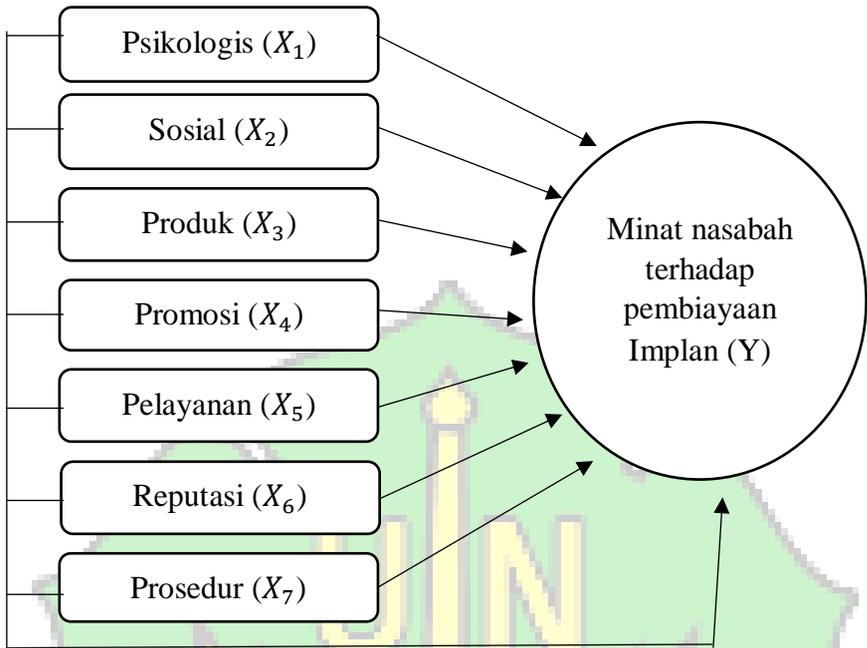
	Lembaga Keuangan (DPLK Muamalat) (Studi Kasus pada DPLK Muamalat Pusat). Ling Suprihatin (2010).	serta metode analisis data menggunakan regresi linear berganda	simpanan yang aman dan pelayanan hanya berpengaruh positif saja.
5	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memutuskan Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Hendi Irawan (2009).	Kuantitatif menggunakan statistik deskriptif Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda serta regresi parsial	Faktor motivasi, belajar, sikap, persepsi, dan Tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis mempunyai hubungan yang kuat dan pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah

Sumber : Diperoleh dari berbagai sumber (diolah), 2019

### 2.3 Kerangka Berpikir

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya, peneliti mengkategorikan faktor yang menjadikan minat nasabah dalam pengambilan pembiayaan BSM Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam adalah faktor psikologis, sosial, produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur.

Berdasarkan dari uraian pendahuluan dan landasan teori tersebut diatas maka kerangka penelitian dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Data diolah penulis, 2019

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

Dengan mengikuti kerangka pikir di atas, maka penelitian ini akan dimulai dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dimana jawaban tersebut diperoleh dari teori yang kemudian akan diteliti kebenarannya melalui penelitian selanjutnya dengan melakukan analisis dan pengumpulan data (Sugiyono, 2013).

- H1 :Psikologis berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam
- H2 :Sosial berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam
- H3 :Produk berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam
- H4 :Promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam
- H5 :Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam
- H6 :Reputasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam
- H7 :Prosedur berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam
- H8 :Psikologis, sosial, produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: diduga bahwa kompetensi yang terdiri variabel psikologis, sosial, produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis dan Desain Penelitian**

Peneliti dalam melakukan penelitian skripsi ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Hidayat (2017) penelitian kuantitatif ialah penelitian yang berkaitan dengan angka-angka dan dapat diukur yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk melihat gambaran dari suatu keadaan secara subjektif.

### **3.2 Sumber Data**

Data penelitian dapat dibedakan menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Data sekunder berupa jumlah nasabah, dan lain sebagainya (Bungin, 2006).

### **3.3 Poulasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah sekumpulan objek yang dijadikan sebagai bahan penelitian dengan memiliki ciri dan karakteristik yang sama (Supangat, 2010). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah yang mengambil pembiayaan Implan pada PT. Bank

Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam yaitu sebanyak 150 nasabah pembiayaan Implan.

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk dijadikan sebagai bahan penelitian dengan harapan contoh yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili terhadap populasinya (Supangat, 2010). Sample diambil dengan menggunakan teknik tertentu yang disebut dengan teknik sampling. Teknik sampling berfungsi sebagai berikut: (Usman & Akbar, 2009).

1. Mereduksi anggota populasi menjadi anggota sample yang mewakili populasinya (representatif), sehingga kesimpulan terhadap populasi dapat dipertanggungjawabkan.
2. Lebih teliti menghitung yang sedikit daripada yang banyak.
3. Menghemat waktu, tenaga, dan biaya.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* yaitu suatu cara pengambilan sampel yang dilakukan secara acak sederhana dari populasi yang berjumlah 150 nasabah yang melakukan pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2013).

Dalam menentukan besaran sample penelitian dari populasi tersebut dengan memakai rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Besarnya Sample

N = Populasi (150)

e= Tingkat *error* (dalam penelitian ini 5%)

$$\begin{aligned} n &= \frac{150}{1 + 150(0,05)^2} = \frac{150}{1 + 150(0,0025)} \\ &= \frac{150}{1,375} \\ &= 109,0909 \text{ atau } 110 \text{ nasabah} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus slovin maka, jumlah sample yang diambil untuk melakukan penelitian ini adalah sebanyak 110 nasabah dari populasi yang berjumlah 150 nasabah.

### 3.4 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di instansi-instansi yang bekerja sama dengan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam dengan cara melakukan penyebaran angket (Kuesioner) untuk di isi oleh nasabah yang mengambil pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab (Sugiyono, 2013). Ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner (angket) kepada nasabah pembiayaan Implan pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam untuk mendapatkan jawabannya, yang di kembangkan sendiri oleh peneliti dengan mengacu pada tinjauan pustaka atau kerangka pikir dan disusun oleh penulis dengan menggunakan skala likert 5 point. Sugiyono (2013) menyebutkan ada beberapa pilihan jawaban dari lima alternatif yang ada, yaitu sebagai berikut pada tabel 3.1:

**Tabel 3.1**  
**Skala Pengukuran Responden (Skala Likert 1-5)**

No	Jawaban	Kode
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Netral	N
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

### 3.6 Variabel Penelitian

Menurut Kustianto dan Badrudin (1994) variabel adalah karakteristik elemen yang menjadi perhatian dan memiliki nilai-nilai yang berbeda. Variabel adalah sesuatu yang dapat membedakan atau mengubah nilai (Kuncoro, 2013). Sedang menurut Sugiono (2013)

variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sampai mendapatkan informasi kemudian menarik kesimpulan terkait dengan hal tersebut.

Ada dua jenis variabel yang digunakan peneliti dalam melakukan pengujian penelitian itu, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel dependen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen (Umar, 2005). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah minat nasabah terhadap pembiayaan Implan pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam (Y).
2. Variabel independen ialah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif ataupun negatif terhadap variabel dependen (Kuncoro, 2013). Adapun variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari 7 (tujuh) variabel independen yaitu:  
 $X_1$  yaitu “Psikologis”  
 $X_2$  yaitu “Sosial”  
 $X_3$  yaitu “Produk”  
 $X_4$  yaitu “Promosi”  
 $X_5$  yaitu “Pelayanan”  
 $X_6$  yaitu “Reputasi”  
 $X_7$  yaitu “Prosedur”

### 3.7 Operasionalisasi Variabel

**Tabel 3.2**  
Operasionalisasi variabel dan matrik pengembangan instrument

<b>NO</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan Item</b>
1	Faktor yang mempengaruhi minat nasabah (Y) Crow dan Crow dalam Ali (2015)	<p>a. Dorongan dari dalam individu</p> <p>b. Motif sosial</p> <p>c. Faktor emosional</p>	<p>Saya tertarik menggunakan pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena dinilai sangat sesuai dengan kebutuhan dan menguntungkan.</p> <p>Saya tertarik menggunakan pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena sesuai dengan prinsip syariah.</p> <p>Prosedur dan Proses pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam sangat mudah dimulai dari pengajuan pembiayaan, akad, penetapan jaminan dan pencairan dana.</p>
	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan Item</b>
A	Psikologis ( $X_1$ ) Kotler (2005)	<p>a. Motivasi</p> <p>b. Persepsi</p> <p>c. Keyakinan dan sikap</p>	<p>Saya menggunakan Pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena adanya dorongan dalam mencukupi kebutuhan.</p> <p>PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam menerapkan akad-akad yang sesuai dengan prinsip syariah.</p>

Tabel 3.2 Lanjutan

			Saya merasa puas menggunakan jasa pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank tersebut sangat baik.
B	Sosial ( $X_2$ ) Dalam Ghoni & Bodroastuti (2011)	a. Kelompok acuan b. Keluarga c. Peran dan status	Saya mengambil pembiayaan Implan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena pengaruh dari rekan kerja. Keluarga saya merupakan referensi saya untuk mengambil pembiayaan Implan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Saya mengambil pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena pengaruh dari lingkungan tempat tinggal saya.
C	Produk ( $X_3$ ) (Wijayanti, 2014)	a. Kualitas produk b. Keunggulan c. Manfaat dan fungsi produk	Besarnya angsuran yang ditawarkan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam beragam dan tidak memberatkan. Saya memilih produk pembiayaan Implan karena marginnya rendah. Saya memilih produk pembiayaan Implan karena sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan.

Tabel 3.2 Lanjutan

D	Promosi ( $X_4$ ) Dalam jurnal Yulianto K (2010)	<p>a. Periklanan (advertising)</p> <p>b. Promosi penjualan (sales promotion)</p> <p>c. Publisitas</p>	<p>Spanduk maupun brosur yang di iklankan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam mempunyai daya tarik untuk menumbuhkan minat calon nasabah dalam menggunakan pembiayaan Implan. Saya tertarik dengan pembiayaan Implan karena PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam menawarkan dengan margin yang rendah. Saya tertarik untuk menggunakan pembiayaan Implan karena publisitas oleh bank melalui kegiatan.</p>
E	Pelayanan ( $X_5$ ) Van Iwaarden et dalam Nopitasari (2017)	<p>a. Kehandalan</p> <p>b. Ketanggapan</p> <p>c. Jaminan</p>	<p>Karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam memiliki sikap ramah serta kemampuan baik dalam melayani dan menyampaikan informasi kepada nasabahnya. Karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam mampu memberikan respon dengan cepat dan tepat dalam melayani permintaan nasabah. Saya merasa senang dan nyaman karena karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam selalu mengucapkan salam saat memulai transaksi.</p>

Tabel 3.2 Lanjutan

F	Reputasi ( $X_6$ ) Dalam Nopitasari (2017)	a. Nama baik  b. Reputasi pesaing  c. kemudahan diingat	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam memiliki citra yang baik. PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam memiliki reputasi yang baik serta fokus dan konsisten terhadap tugas nya sebagai bank umum syariah. PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam populer dikalangan masyarakat sehingga memudahkan masyarakat dalam mengingat bank tersebut.
G	Prosedur ( $X_7$ ) Dalam penelitian Ali (2015)	a. Pengajuan pembiayaan  b. Analisis pembiayaan  c. Realisasi pembiayaan	Formulir pengajuan yang diberikan PT. Banks Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam mudah dipahami dan diisi. Mulai dari pengajuan sampai relisasi pembiayaan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam tidak membutuhkan waktu yang lama. Realisasi dana yang dibutuhkan sesuai dengan pengajuan.

Sumber data : Dari berbagai sumber (diolah), 2019

### 3.8 Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara yaitu analisis kuantitatif. Analisis yang dilakukan terhadap data antara lain: Uji Validitas, Uji

Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik dan Uji Analisis Regresi Linier Berganda.

### 3.8.1 Uji Coba Instrumen

Tujuan dari uji instrumen ini adalah untuk mengetahui apakah item pertanyaan yang diberikan dapat dimengerti atau tidak. Uji coba instrumen dalam penelitian ini berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

#### 3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah tingkat suatu tes mampu mengukur apa yang hendak diukur (Basuki & Prawoto, 2016). Menguji validitas berarti menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel penelitian. Jika instrumen valid atau benar maka hasil pengukuran kemungkinan akan benar. Jadi dapat dikatakan bahwa semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka mengena pada sasarnya atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

#### 3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kesamaan hasil pengukuran atau pengamatan bila fakta atau kenyataan hidup tadi diukur atau diamati berkali-kali dalam waktu yang berlainan. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrumen penelitian merupakan yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrumen yang handal dan dapat di percaya maka, hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi.

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Agar mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang disyaratkan untuk memenuhi uji asumsi normalitas, bebas dari multikolinieritas dan uji autokorelasi serta heterokedastisitas.

#### 3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Data yang banyaknya lebih dari 30 angka ( $n > 30$ ), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar (Basuki & Prawoto, 2016).

#### 3.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independent dalam model regresi. Multikolinieritas atau kolinieritas ganda adalah adanya hubungan linear antara peubah bebas X dalam model regresi ganda. (Basuki & Prawoto, 2016)

#### 3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varian dari residu untuk semua pengamatan pada model regresi (Basuki & Prawoto, 2016). Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik

heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.

### 3.8.3 Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut.

Rumus :

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Dimana :

Y = Minat Nasabah	$X_1$ = Psikologis
a = Konstanta Interception	$X_2$ = Sosial
b = Koefisien Regresi	$X_3$ = Produk
e = error	$X_4$ = Promosi
$X_5$ = Pelayanan	$X_6$ = Reputasi
$X_7$ = Prosedur	

Untuk menguji apakah variabel independent mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen, maka diperlukan uji koefisien.

#### 3.6.3.1 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara bersama-sama berpengaruh

signifikan terhadap variabel dependen (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak.

F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad (3.2)$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien Determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

### 3.6.3.2 Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{Sb_i} \quad (3.3)$$

Keterangan:

$b_i$  = Koefisien regresi variabel i —  $Sb_i$  = Standar error variabel i

Atau dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (3.4)$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi parsial      k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah data atau kasus

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum PT. Bank Syariah Mandiri**

Bank Syariah Mandiri hadir sejak tahun 1999, dimana sebelumnya pemerintah mengeluarkan UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Kemudian, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah.

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal

tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT. Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik (Bank Syariah Mandiri, 2019).

Seiring dengan berjalannya waktu Bank Syariah Mandiri membuka kantor kas di Darussalam daerah Jl. Inoeng Balee yang berfungsi sebagai tempat pembayaran SPP para mahasiswa/i. Pada tahun 2009 Bank Syariah Mandiri membuka kantor cabang pembantu yang letaknya di daerah Jl. T. Nyak Arief No. 376 Darussalam Banda Aceh, selain berfungsi sebagai tempat pembayaran SPP para mahasiswa/i juga berfungsi bagi masyarakat yang ingin mengambil pembiayaan. Diantaranya pembiayaan untuk usaha warung mikro, pembiayaan untuk pensiunan maupun pembiayaan implan atau pembiayaan pegawai.

## 4.2 Visi dan Misi

### 4.2.1 Visi

PT. Bank Syariah Mandiri dalam menjalankan kegiatan usahanya memiliki visi, yaitu “Bank Syariah Terdepan dan Modern (The Leading & Modern Sharia Bank)” yang memiliki makna sebagai berikut (Bank Syariah Mandiri, 2019) :

1. Bank Syariah Terdepan yaitu menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segment consumer, micro, SME, commercial, dan corporate.
2. *Bank Syariah Modern* yaitu menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

#### 4.2.2 Misi

PT. Bank Syariah Mandiri juga memiliki misi yang ingin dicapai, di antara misi tersebut adalah (Bank Syariah Mandiri, 2019):

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
3. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

### 4.3 Produk dan Layanan

#### 4.3.1 Penghimpun Dana

Produk penghimpunan dana yang terdapat pada Bank Syariah Mandiri terdiri dari beberapa produk, yaitu:

## 1. Tabungan

Berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008, menjelaskan bahwa tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu (Republik Indonesia, 2008). Berdasarkan hasil data dari Bank Syariah Mandiri (2019) bahwa, produk tabungan terdiri dari beberapa produk, yaitu sebagai berikut:

### a. Tabungan BSM

Tabungan BSM merupakan tabungan mata uang rupiah yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*. Akad *mudharabah muthlaqah* adalah akad antara nasabah dan bank dimana nasabah memberikan kekuasaan penuh kepada pihak bank untuk mempergunakan dana milik nasabah untuk usaha yang dianggap baik dan menguntungkan. Bank Syariah Mandiri menawarkan bagi hasil kepada pihak nasabah atas hasil dari usaha tersebut.

### b. BSM Tabungan Berencana

Sama dengan Tabungan BSM, BSM Tabungan Berencana juga menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Hanya saja pada tabungan berencana ini Bank Syariah Mandiri memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

c. BSM Tabungan Simpatik

Tabungan simpatik menggunakan akad *wadi'ah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

d. BSM Tabungan Investasi Cendekia

Tabungan investasi cendekia adalah tabungan berjangka yang ditujukan untuk keperluan uang berpendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap dan dilengkapi asuransi. Tabungan ini menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*.

e. BSM Tabunganku

Tabunganku atau tabunganku iB adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tabunganku di Bank Syariah Mandiri ini menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*.

f. BSM Tabungan Mabruur

Tabungan mabrur merupakan tabungan dalam mata uang rupiah dengan akad *mudharabah muthlaqah* yang diperuntukkan untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

## 2. Giro

Berdasarkan UU No. 21 tahun 2008, menjelaskan bahwa giro merupakan simpanan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan

menggunakan cek sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan cara pemindahbukuan (Republik Indonesia, 2008). Berdasarkan hasil data dari Bank Syariah Mandiri (2019) bahwa, produk giro yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri yaitu:

- a. BSM Giro merupakan sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi berdasarkan prinsip *wadi'ah yad dhamanah*.
- b. BSM Giro Valas merupakan Sarana penyimpanan dana dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah untuk perorangan atau non-perorangan.

### 3. Deposito

Berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008, menjelaskan bahwa deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpanan dengan bank yang bersangkutan (Republik Indonesia, 2008). Produk deposito yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut (Bank Syariah Mandiri, 2019):

#### a. BSM Deposito

Merupakan investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah yang dikelola sesuai dengan prinsip akad *mudharabah muthlaqah*.

b. BSM Deposito Valas

Adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang dollar (USD) yang sesuai dengan akad *mudharabah muthlaqah*.

#### 4.3.2 Penyaluran Dana

Berdasarkan hasil data dari Bank Syariah Mandiri (2019) bahwa, PT. Bank Syariah Mandiri menawarkan beberapa produk Pembiayaan, yaitu:

a. BSM Implan

Adalah pembiayaan konsumen dalam bentuk valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok). BSM Implan dapat mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan. BSM Implan menggunakan akad *Wakalah wal Murabahah* untuk pembelian barang, sedangkan akad *Qardh wal Murabahah* untuk *take over* jika diperlukan.

b. Pembiayaan Kepada Pensiunan

Pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan) melalui akad *murabahah* atau *ijarah*.

c. Pembiayaan Griya BSM

Pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah dengan akad *murabahah*.

d. BSM Gadai Emas

BSM Gadai Emas adalah dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

e. BSM Cicil Emas

Fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan).

#### 4.3.3 Layanan

Beberapa produk jasa yang ditawarkan oleh PT. Bank Syariah Mandiri adalah terdiri dari jasa produk, jasa operasional, dan jasa investasi. Pada jasa produk menawarkan beberapa produk lainnya seperti: BSM Card, BSM SMS Banking, BSM Mobile Banking, BSM Net Banking, Pembayaran Melalui Menu Pemindahbukuan di ATM, BSM Jual Beli Valas, BSM Elektronik Payroll, Transfer Uang Tunai, BSM E-Money, dan Keamananku.

Jasa operasional juga menawarkan beberapa produk, di antaranya: BSM transfer Lintas Negara Western Union, BSM Inkaso, BSM Intercity Clearing, BSM RTGS, Transfer Dalam Kota, BSM Transfer Valas. Sedangkan pada produk jasa investasi Bank Syariah Mandiri menawarkan produk Reksadana dan Sukuk Negara Ritel (Bank Syariah Mandiri, 2019).

#### 4.4 Deskripsi Data Responden

Dalam penelitian ini, peneliti telah memperoleh data responden melalui penyebaran angket atau kuesioner. Peneliti memilih memaparkan deskripsi data responden melalui informasi umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan perbulan.

##### 4.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

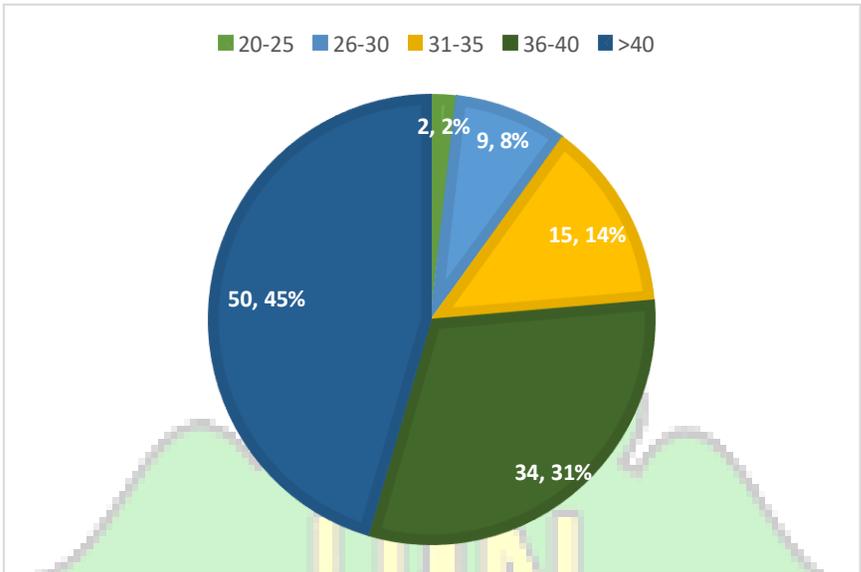
Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan umur responden yang melakukan pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam berdasarkan 5 kategori. Adapun responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 4.1.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur	Jumlah
1	20 – 25 Tahun	2
2	26 – 30 Tahun	9
3	31 – 35 Tahun	15
4	36 – 40 Tahun	34
5	>40 Tahun	50

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak menurut umur adalah nasabah yang berumur >40 tahun sebanyak 50 responden, karena pembiayaan Implan dikhususkan hanya untuk karyawan tetap atau PNS dari instansi – instansi yang telah bekerjasama dengan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam dan kebanyakan yang menjadi karyawan atau PNS adalah yang berumur > 40 tahun. Adapun gambaran responden berdasarkan umur disajikan dalam gambar 4.1.



Sumber: Data primer diolah (2019)

**Gambar 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Berdasarkan umur responden pada gambar 4.1, terlihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang berusia >40 tahun sebesar 45% atau sebanyak 50 responden, Sedangkan yang paling sedikit adalah yang berumur 20-25 tahun sebesar 2% atau sebanyak 2 responden.

#### **4.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

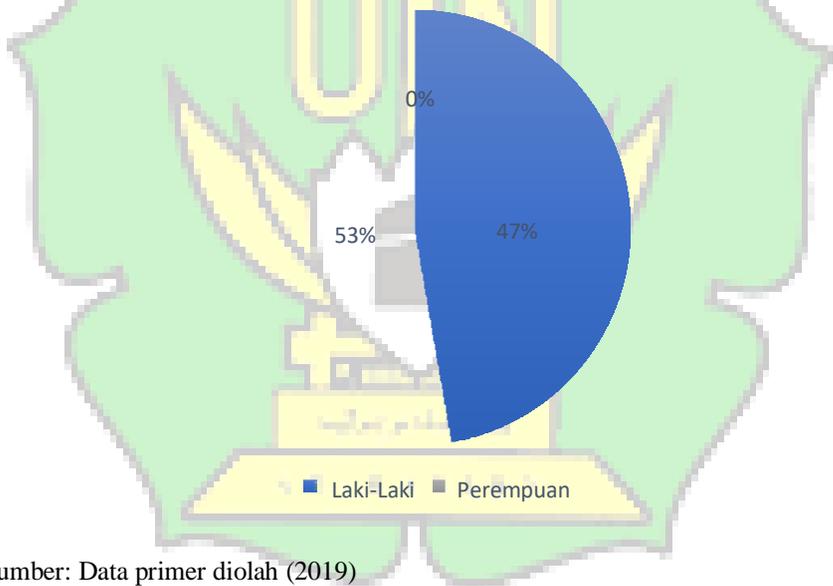
Dalam penelitian ini responden yang diambil adalah nasabah yang melakukan pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	52
2	Perempuan	58

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah yang menjadi responden adalah berasal dari kalangan perempuan, yaitu sebanyak 58 responden. Sedangkan jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah 52 responden.



Sumber: Data primer diolah (2019)

**Gambar 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan gambar 4.2, dapat disimpulkan bahwa yang banyak menjadi responden penelitian adalah perempuan yaitu sebesar 53% dan sisanya laki-laki yaitu sebesar 47%.

#### 4.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

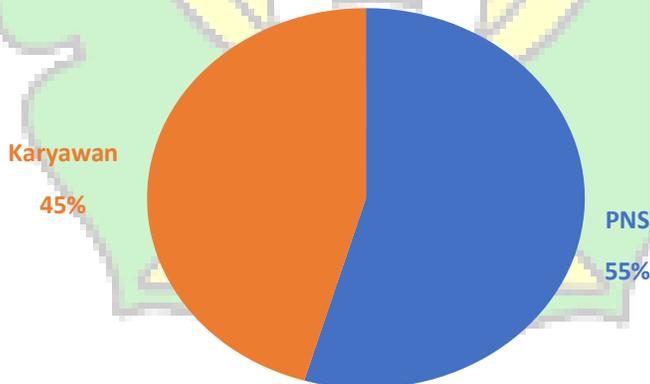
Dalam penelitian ini, peneliti membagi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan kedalam dua kategori, kedua kategori tersebut dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah
1	PNS	60
2	Karyawan	50

Sumber: Data Primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.3 nasabah yang menjadi responden terbanyak adalah 60 orang yang bekerja sebagai PNS, sedangkan sisanya sebanyak 50 responden bekerja sebagai karyawan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.3 dibawah ini.



Sumber: Data primer diolah (2019)

**Gambar 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan Gambar 4.3 terlihat bahwa yang menjadi responden terbanyak berdasarkan pekerjaan adalah responden yang bekerja sebagai PNS yaitu sebesar 55% atau sebanyak 60 nasabah. Sedangkan responden yang bekerja sebagai karyawan hanya sebesar 45% atau 50 nasabah.

#### 4.4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

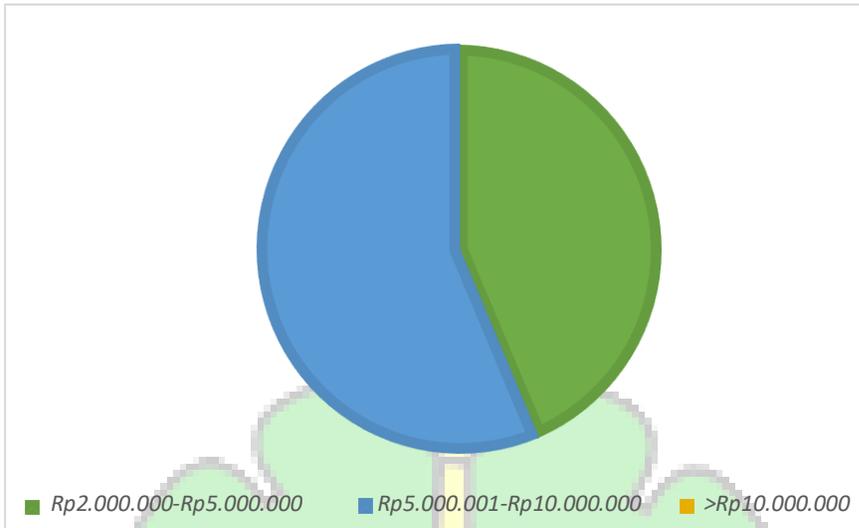
Untuk melihat karakteristik responden berdasarkan pendapatan nasabah perbulan, maka peneliti membagi menjadi tiga kategori, yaitu:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatam Perbulan**

No	Pendapatan Perbulan	Jumlah
1	Rp2.000.000-Rp5.000.000	48
2	Rp5.000.001-Rp10.000.000	62
3	>Rp10.000.000	0

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi responden adalah yang memiliki pendapatan perbulan sebanyak Rp5.000.001-Rp10.000.000. Sedangkan yang paling sedikit adalah yang berpenghasilan >Rp10.000.000 bahkan tidak ada seorang responden pun. Adapun lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Sumber: Data primer diolah (2019)

**Gambar 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan**

Berdasarkan gambar 4.4 dapat disimpulkan bahwa responden yang berpenghasilan Rp5.000.001-Rp10.000.000 lebih mayoritas dibandingkan dengan responden berpenghasilan Rp2.000.000-Rp5.000.000 dan >Rp10.000.000. Responden yang memiliki penghasilan Rp5.000.001-Rp10.000.000 yaitu sebesar 56% dan responden yang berpendapatan Rp2.000.000-Rp5.000.000 sebesar 44%, sedangkan responden yang berpenghasilan >Rp10.000.000 adalah 0%.

## 4.5 Deskripsi Variabel Penelitian

### 4.5.1 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Psikologis ( $X_1$ )

**Tabel 4.5**  
**Menggunakan Pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Karena Adanya Dorongan Dalam Mencukupi Kebutuhan**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1,8	1,8
	Tidak Setuju	3	2,7	4,5
	Netral	16	14,5	19,0
	Setuju	59	53,6	72,6
	Sangat Setuju	30	27,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa 2 atau 1,8% responden yang menyatakan sangat tidak setuju, 3 atau 2,7% responden menyatakan tidak setuju, 16 atau 14,5% responden menyatakan netral (ragu-ragu), 59 atau 53,6% responden menyatakan setuju dan 30 atau 27,3% responden menyatakan sangat setuju. Berdasarkan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena adanya dorongan dalam mencukupi kebutuhan. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) menandakan mereka menggunakan pembiayaan Implan bukan karena dorongan dalam mencukupi kebutuhan.

**Tabel 4.6**  
**PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Menerapkan**  
**Akad-Akad yang Sesuai Dengan Prinsip Syariah**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,9	0,9
	Tidak Setuju	4	3,6	4,5
	Netral	7	6,4	10,9
	Setuju	55	50,0	60,9
	Sangat Setuju	43	39,1	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 atau 0,9% responden, tidak setuju 4 atau 3,6% responden, netral (ragu-ragu) 7 atau 6,4% responden, setuju 55 atau 50,0% responden dan yang menyatakan sangat setuju 43 atau 39,1% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam menerapkan akad-akad yang sesuai dengan prinsip syariah, dimana mayoritas penduduk Aceh beragama Islam. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.7**  
**Merasa Puas Menggunakan Jasa Pembiayaan Implan Pada PT.**  
**Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Karena Pelayanan**  
**Yang Diberikan Oleh Karyawan Bank Tersebut Sangat Baik**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1,8	1,8
	Tidak Setuju	4	3,6	5,4
	Netral	12	10,9	16,3
	Setuju	60	54,5	70,8
	Sangat Setuju	32	29,1	100,0
<b>Total</b>		<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 2 atau 1,8% responden, tidak setuju 4 atau 3,6% responden, netral (ragu-ragu) 12 atau 10,9% responden, setuju 60 atau 54,5% responden dan yang menyatakan sangat setuju 32 atau 29,1% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa puas menggunakan jasa pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank tersebut sangat baik Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) disebabkan oleh hal lain.

#### 4.5.2 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Sosial ( $X_2$ )

**Tabel 4.8**  
**Mengambil Pembiayaan Implan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Karena Pengaruh Dari Rekan Kerja**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	27	24,5	24,5
	Tidak Setuju	28	25,5	50,0
	Netral	22	20,0	70,0
	Setuju	21	19,1	89,1
	Sangat Setuju	12	10,9	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 27 atau 24,5% responden, tidak setuju 28 atau 25,5% responden, netral (ragu-ragu) 22 atau 20,0% responden, setuju 21 atau 19,1% responden dan yang menyatakan sangat setuju 12 atau 10,9% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah mengambil pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena pengaruh dari rekan kerja. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral karena nasabah yang mengambil pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri bukan pengaruh dari rekan kerja.

**Tabel 4.9**  
**Keluarga Saya Merupakan Referensi Saya Untuk Mengambil**  
**Pembiayaan Implan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh**  
**Darussalam**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	9	8,2	8,2
	Tidak Setuju	11	10,0	18,2
	Netral	33	30,0	48,2
	Setuju	42	38,2	86,4
	Sangat Setuju	15	13,6	100,0
<b>Total</b>		<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 9 atau 8,2% responden, tidak setuju 11 atau 10,0% responden, netral (ragu-ragu) 33 atau 30,0% responden, setuju 42 atau 38,2% responden dan yang menyatakan sangat setuju 15 atau 13,6% responden. Berdasarkan jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa keluarga merupakan salah satu referensi nasabah dalam mengambil pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) mengambil pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.10**  
**Mengambil Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri**  
**KCP Aceh Darussalam Karena Pengaruh dari Lingkungan Tempat**  
**Tinggal**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	43	39,1	39,1
	Tidak Setuju	21	19,1	58,2
	Netral	16	14,5	72,7
	Setuju	22	20,0	92,7
	Sangat Setuju	8	7,3	100,0
<b>Total</b>		<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 43 atau 39,1% responden, tidak setuju 21 atau 19,1% responden, netral (ragu-ragu) 16 atau 14,5% responden, setuju 22 atau 20,0% responden dan yang menyatakan sangat setuju 8 atau 7,3% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah yang mengambil pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri dipengaruhi oleh lingkungan tempat tinggal. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) menyatakan bahwa lingkungan tempat tinggal tidak mempengaruhi nasabah dalam pengambilan pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.

### 4.5.3 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Produk ( $X_3$ )

**Tabel 4.11**  
**Besarnya Angsuran Yang Ditawarkan Oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Beragam dan Tidak Memberatkan**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	2,7	2,7
	Tidak Setuju	2	1,8	4,5
	Netral	14	12,7	17,2
	Setuju	67	60,9	78,1
	Sangat Setuju	24	21,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 3 atau 2,7% responden, tidak setuju 2 atau 1,8% responden, netral (ragu-ragu) 14 atau 12,7% responden, setuju 67 atau 60,9% responden dan yang menyatakan sangat setuju 24 atau 21,8% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam menawarkan pembiayaan Implan dalam jumlah angsuran yang beragam dan tidak memberatkan nasabah. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.12**  
**Memilih Produk Pembiayaan Implan Karena Marginnnya Rendah**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1,8	1,8
	Tidak Setuju	1	0,9	2,7
	Netral	22	20,0	22,7
	Setuju	54	49,1	71,8
	Sangat Setuju	31	28,2	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 2 atau 1,8% responden, tidak setuju 1 atau 0,9% responden, netral (ragu-ragu) 22 atau 20,0% responden, setuju 54 atau 49,1% responden dan yang menyatakan sangat setuju 31 atau 28,2% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam menawarkan produk pembiayaan Implan dengan margin yang rendah sehingga nasabah memilih produk Pembiayaan Implan sebagai Pembiayaan konsumtif nya dalam memenuhi kebutuhan. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) memilih produk pembiayaan karena disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.13**  
**Memilih Produk Pembiayaan Implan Karena Sangat Bermanfaat**  
**dan Lebih Menguntungkan**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1,8	1,8
	Tidak Setuju	3	2,7	4,5
	Netral	21	19,1	23,6
	Setuju	55	50,0	73,6
	Sangat Setuju	29	26,4	100,0
<b>Total</b>		<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 2 atau 1,8% responden, tidak setuju 3 atau 2,7% responden, netral (ragu-ragu) 21 atau 19,1% responden, setuju 55 atau 50,0% responden dan yang menyatakan sangat setuju 29 atau 26,4% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah memilih produk pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) disebabkan oleh hal lain.

#### 4.5.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi ( $X_4$ )

**Tabel 4.14**  
**Spanduk Maupun Brosur Yang Diiklankan Oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Mempunyai Daya Tarik Untuk Menumbuhkan Minat Calon Nasabah Dalam Menggunakan Pembiayaan Implan**

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	3,6
	Tidak Setuju	16	14,5
	Netral	20	18,2
	Setuju	50	45,5
	Sangat Setuju	20	18,2
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 4 atau 3,6% responden, tidak setuju 16 atau 14,5% responden, netral (ragu-ragu) 20 atau 18,2% responden, setuju 50 atau 45,5% responden dan yang menyatakan sangat setuju 20 atau 18,2% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam melakukan promosi dengan spanduk dan brosur yang mempunyai daya tarik untuk menumbuhkan minat calon nasabah dalam menggunakan pembiayaan Implan. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.15**  
**Saya Tertarik Dengan Pembiayaan Implan Karena PT. Bank**  
**Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Menawarkan Dengan**  
**Margin Yang Rendah**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	2,7	2,7
	Tidak Setuju	9	8,2	10,9
	Netral	28	25,5	36,4
	Setuju	45	40,9	77,3
	Sangat Setuju	25	22,7	100,0
<b>Total</b>		<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 3 atau 2,7% responden, tidak setuju 9 atau 8,2% responden, netral (ragu-ragu) 28 atau 25,5% responden, setuju 45 atau 40,9% responden dan yang menyatakan sangat setuju 25 atau 22,7% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah tertarik dengan pembiayaan Implan karena pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam menawarkan dengan margin yang rendah. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) tidak dipengaruhi oleh margin yang rendah namun disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.16**  
**Saya Tertarik Untuk Menggunakan Pembiayaan Implan Karena**  
**Publisitas Oleh Bank Melalui Kegiatan**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	4,5	4,5
	Tidak Setuju	2	1,8	6,3
	Netral	30	27,3	33,6
	Setuju	43	39,1	72,7
	Sangat Setuju	30	27,3	100,0
<b>Total</b>		<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 5 atau 4,5% responden, tidak setuju 2 atau 1,8% responden, netral (ragu-ragu) 30 atau 27,3% responden, setuju 43 atau 39,1% responden dan yang menyatakan sangat setuju 30 atau 27,3% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah tertarik untuk menggunakan pembiayaan Implan karena PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam melakukan publisitas melalui kegiatan. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) tertarik untuk menggunakan pembiayaan Implan bukan karena adanya publisitas yang dilakukan melalui kegiatan, namun disebabkan oleh hal lain sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan pembiayaan Implan.

#### 4.5.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Pelayanan ( $X_5$ )

**Tabel 4.17**  
**Karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam**  
**Memiliki Sikap Ramah Serta Kemampuan Baik Dalam Melayani**  
**dan Menyampaikan Informasi Kepada Nasabahnya**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,9	0,9
	Tidak Setuju	3	2,7	3,6
	Netral	8	7,3	10,9
	Setuju	50	45,5	56,4
	Sangat Setuju	48	43,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.17 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 atau 0,9% responden, tidak setuju 3 atau 2,7% responden, netral (ragu-ragu) 8 atau 7,3% responden, setuju 50 atau 45,5% responden dan yang menyatakan sangat setuju 48 atau 43,6% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam memiliki sikap ramah serta kemampuan baik dalam melayani dan menyampaikan informasi kepada nasabahnya. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.18**  
**Karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam**  
**Mampu Memberikan Respon Dengan Cepat dan Tepat Dalam**  
**Melayani Permintaan Nasabah**

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,9
	Tidak Setuju	1	0,9
	Netral	15	13,6
	Setuju	54	49,1
	Sangat Setuju	39	35,5
<b>Total</b>		<b>110</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 atau 0,9% responden, tidak setuju 1 atau 0,9% responden, netral (ragu-ragu) 15 atau 13,6% responden, setuju 54 atau 49,1% responden dan yang menyatakan sangat setuju 39 atau 35,5% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam mampu memberikan respon dengan cepat dan tepat dalam melayani permintaan nasabah sehingga membuat nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.19**  
**Merasa Senang dan Nyaman Karena Karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Selalu Mengucapkan Salam Saat Memulai Transaksi**

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,9
	Tidak Setuju	1	0,9
	Netral	10	9,1
	Setuju	59	53,6
	Sangat Setuju	39	35,5
<b>Total</b>		<b>110</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.19 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 atau 0,9% responden, tidak setuju 1 atau 0,9% responden, netral (ragu-ragu) 10 atau 9,1% responden, setuju 59 atau 53,6% responden dan yang menyatakan sangat setuju 39 atau 35,5% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa senang dan nyaman karena karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam selalu mengucapkan salam saat memulai transaksi. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) disebabkan oleh hal lain.

#### 4.5.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Reputasi ( $X_6$ )

**Tabel 4.20**  
**PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Memiliki Citra Yang Baik**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,9	0,9
	Tidak Setuju	1	0,9	1,8
	Netral	13	11,8	13,6
	Setuju	61	55,5	69,1
	Sangat Setuju	34	30,9	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.20 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 atau 0,9% responden, tidak setuju 1 atau 0,9% responden, netral (ragu-ragu) 13 atau 11,8% responden, setuju 61 atau 55,5% responden dan yang menyatakan sangat setuju 34 atau 30,9% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam memiliki citra yang baik di kalangan masyarakat aceh sehingga dapat mempengaruhi minat nasabah dalam pembiayaan Implan. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.21**  
**PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Memiliki Reputasi Yang Baik Serta Fokus dan Konsisten Terhadap Tugasnya Sebagai Bank Umum Syariah**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1,8	1,8
	Tidak Setuju	1	0,9	2,7
	Netral	13	11,8	14,5
	Setuju	56	50,9	65,4
	Sangat Setuju	38	34,5	100,0
<b>Total</b>		<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.21 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 2 atau 1,8% responden, tidak setuju 1 atau 0,9% responden, netral (ragu-ragu) 13 atau 11,8% responden, setuju 56 atau 50,9% responden dan yang menyatakan sangat setuju 38 atau 34,5% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam memiliki reputasi yang baik serta fokus dan konsisten terhadap tugasnya sebagai bank umum syariah. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.22**  
**PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Populer**  
**Dikalangan Masyarakat Sehingga Memudahkan Masyarakat Dalam**  
**Mengingat Bank Tersebut**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,9	0,9
	Tidak Setuju	2	1,8	2,7
	Netral	21	19,1	21,8
	Setuju	48	43,6	65,4
	Sangat Setuju	38	34,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.22 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 atau 0,9% responden, tidak setuju 2 atau 1,8% responden, netral (ragu-ragu) 21 atau 19,1% responden, setuju 48 atau 43,6% responden dan yang menyatakan sangat setuju 38 atau 34,5% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam populer dikalangan masyarakat sehingga memudahkan masyarakat dalam mengingat bank tersebut. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) tidak terpengaruh dengan kepopuleran suatu bank akan tetapi disebabkan oleh hal lain.

#### 4.5.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Prosedur ( $X_7$ )

**Tabel 4.23**  
**Formulir Pengajuan Yang Diberikan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Mudah Dipahami dan Diisi**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1,8	1,8
	Tidak Setuju	1	0,9	2,7
	Netral	20	18,2	20,9
	Setuju	65	59,1	80,0
	Sangat Setuju	22	20,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.23 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 2 atau 1,8% responden, tidak setuju 1 atau 0,9% responden, netral (ragu-ragu) 20 atau 18,2% responden, setuju 65 atau 59,1% responden dan yang menyatakan sangat setuju 22 atau 20,0% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa formulir pengajuan pembiayaan Implan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam mudah dipahami dan diisi oleh nasabah. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) tidak dipengaruhi oleh kemudahan dalam pengisian formulir pengajuan pembiayaan, melainkan disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.24**  
**Mulai Dari Pengajuan Sampai Reliasasi Pembiayaan Pada PT. Bank**  
**Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Tidak Membutuhkan**  
**Waktu Yang Lama**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,9	0,9
	Tidak Setuju	1	0,9	1,8
	Netral	16	14,5	16,3
	Setuju	62	56,4	72,7
	Sangat Setuju	30	27,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.24 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 atau 0,9% responden, tidak setuju 1 atau 0,9% responden, netral (ragu-ragu) 16 atau 14,5% responden, setuju 62 atau 56,4% responden dan yang menyatakan sangat setuju 30 atau 27,3% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam tidak membutuhkan waktu yang lama dalam melakukan pembiayaan mulai dari pengajuan sampai realisasi dana. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) tidak dipengaruhi oleh waktu yang dibutuhkan dalam pengajuan pembiayaan sampai realisasi, namun disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.25**  
**Realisasi Dana Yang Dibutuhkan Sesuai Dengan Pengajuan**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,9	0,9
	Tidak Setuju	1	0,9	1,8
	Netral	19	17,3	19,1
	Setuju	57	51,8	70,9
	Sangat Setuju	32	29,1	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.25 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 atau 0,9% responden, tidak setuju 1 atau 0,9% responden, netral (ragu-ragu) 19 atau 17,3% responden, setuju 57 atau 51,8% responden dan yang menyatakan sangat setuju 32 atau 29,1% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa realisasi dana pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam sesuai dengan pengajuan yang dilakukan oleh nasabah. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) disebabkan oleh hal lain.

#### 4.5.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Nasabah ( $X_8$ )

**Tabel 4.26**  
**Tertarik Menggunakan Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Karena Dinilai Sangat Sesuai Dengan Kebutuhan dan Menguntungkan**

		<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1,8	1,8
	Tidak Setuju	1	0,9	2,7
	Netral	22	20,0	22,7
	Setuju	62	56,4	79,1
	Sangat Setuju	23	20,9	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.24 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 atau 0,9% responden, tidak setuju 1 atau 0,9% responden, netral (ragu-ragu) 16 atau 14,5% responden, setuju 62 atau 56,4% responden dan yang menyatakan sangat setuju 30 atau 27,3% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah tertarik menggunakan pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena pembiayaan tersebut dinilai sangat sesuai dengan kebutuhan dan menguntungkan nasabah. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) menggunakan pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.27**  
**Tertarik Menggunakan Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah**  
**Mandiri KCP Aceh Darussalam Karena Sesuai Dengan Prinsip**  
**Syariah**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	2,7	2,7
	Tidak Setuju	1	0,9	3,6
	Netral	19	17,3	20,9
	Setuju	40	36,4	57,3
	Sangat Setuju	47	42,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.24 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 atau 0,9% responden, tidak setuju 1 atau 0,9% responden, netral (ragu-ragu) 16 atau 14,5% responden, setuju 62 atau 56,4% responden dan yang menyatakan sangat setuju 30 atau 27,3% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah tertarik dengan pembiayaan Implan karena pembiayaan Implan yang ditawarkan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam sesuai dengan prinsip syariah. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) disebabkan oleh hal lain.

**Tabel 4.28**  
**Prosedur dan Proses Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Sangat Mudah Dimulai Dari Pengajuan Pembiayaan, Akad, Penetapan Jaminan dan Pencairan Dana**

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,9	0,9
	Tidak Setuju	1	0,9	1,8
	Netral	14	12,7	14,5
	Setuju	46	41,8	56,3
	Sangat Setuju	48	43,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100,0</b>	

Sumber: Data Primer 2019 (telah diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.24 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 atau 0,9% responden, tidak setuju 1 atau 0,9% responden, netral (ragu-ragu) 16 atau 14,5% responden, setuju 62 atau 56,4% responden dan yang menyatakan sangat setuju 30 atau 27,3% responden. Berdasarkan jumlah jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam menerapkan prosedur dan proses pembiayaan Implan yang mudah dimulai dari pengajuan pembiayaan, akad, penetapan jaminan dan pencairan dana. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju dan netral (ragu-ragu) disebabkan oleh hal lain.

## 4.6 Uji Instrumen Penelitian

### 4.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya butir-butir pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun dalam angket/kuesioner penelitian. Setelah peneliti melakukan penyebaran

angket pada 110 responden dengan butir pertanyaan sebanyak 24 pertanyaan, maka hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.29**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	<i>Corrected item total correlation</i> (r hitung)	r tabel	Keterangan
Psikologis (X1)	PSI 1	0,704	0,1874	Valid
	PSI 2	0,570	0,1874	Valid
	PSI 3	0,653	0,1874	Valid
Sosial (X2)	SOS 1	0,575	0,1874	Valid
	SOS 2	0,474	0,1874	Valid
	SOS 3	0,646	0,1874	Valid
Produk (X3)	PDK 1	0,621	0,1874	Valid
	PDK 2	0,668	0,1874	Valid
	PDK 3	0,628	0,1874	Valid
Promosi (X4)	PROMOSI 1	0,715	0,1874	Valid
	PROMOSI 2	0,643	0,1874	Valid
	PROMOSI 3	0,630	0,1874	Valid
Pelayanan (X5)	PLYN 1	0,423	0,1874	Valid
	PLYN 2	0,587	0,1874	Valid
	PLYN3	0,568	0,1874	Valid
Reputasi (X6)	RPTSI 1	0,739	0,1874	Valid
	RPTSI 2	0,661	0,1874	Valid
	RPTSI 3	0,710	0,1874	Valid
Prosedur (X7)	PRSDR 1	0,720	0,1874	Valid
	PRSDR 2	0,730	0,1874	Valid
	PRSDR 3	0,775	0,1874	Valid
Minat (Y)	MINAT 1	0,777	0,1874	Valid
	MINAT 2	0,806	0,1874	Valid
	MINAT 3	0,820	0,1874	Valid

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan dalam instrumen adalah valid yaitu dibuktikan dengan

nilai  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$  (0,1874). Valid tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat pada perbandingan  $r_{hitung}$  (*pearson corelation*) dengan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung}$  (*pearson corelation*) lebih besar daripada  $r_{tabel}$  maka pertanyaan-pertanyaan tersebut dinyatakan valid, begitu juga sebaliknya.

#### 4.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrumen dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali seperti digunakan oleh responden yang sama. Apabila koefisien *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka instrumen tersebut dapat dikatakan handal (jika dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama), dan apabila koefisien *Cronbach Alpha*  $< 0,60$  maka instrumen tersebut dapat dikatakan kurang handal (jika variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda).

**Tabel 4.30**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Psikologis (X1)	0,732	3	Reliabel
Sosial (X2)	0,655	3	Reliabel
Produk (X3)	0,728	3	Reliabel
Promosi (X4)	0,744	3	Reliabel
Pelayanan (X5)	0,735	3	Reliabel
Reputasi (X6)	0,775	3	Reliabel
Prosedur (X7)	0,798	3	Reliabel
Minat (Y)	0,825	3	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan atau pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel karna hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari pada 0,60, artinya instrumen tersebut dapat dikatakan handal (jika dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama).

## **4.7 Uji Asumsi Klasik**

### **4.7.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (*Basuki & Prawoto, 2016*). Uji normalitas data dalam penelitian ini yaitu dengan analisis statistik dan analisis grafik.

#### **a. Analisis Statistik**

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji normalitas dengan menggunakan Kolmogrov Smirnov, yaitu dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.31**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,11562058
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,063
	Positive	,055
	Negative	-,063
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

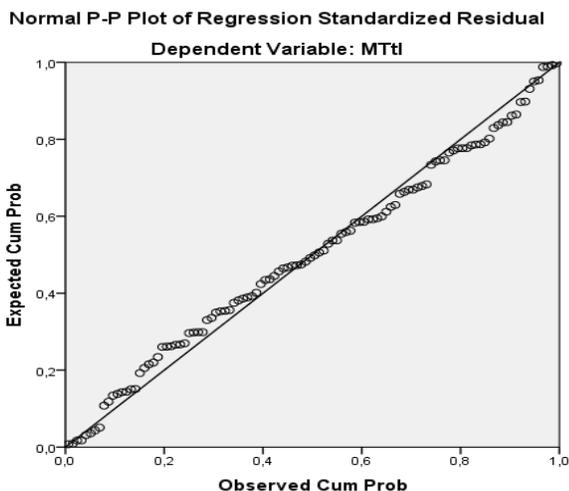
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.31 diatas menunjukkan bahwa nilai sigfikansi pada uji *kolmogorov smirnov* adalah 0,200 lebih besar dari pada 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi secara normal.

#### b. Analisa Grafik

Uji normalitas dalam penelitian ini juga dilakukan analisis grafik dengan menggunakan normal p-plot, yaitu dapat dilihat pada gambar 4.5 normal p-plot di bawah ini.



Sumber: Data primer diolah (2019)

**Gambar 4.5 Grafik Normal P-Plot**

Dapat dilihat pada gambar 4.31 di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa regresinya memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.7.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.32:

**Tabel 4.32**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

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

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PSITotal	,757	1,322
	SOSTotal	,805	1,242
	PDKTotal	,719	1,390
	PROMOSITotal	,672	1,488
	PLYNTotal	,864	1,158
	RPTSITotal	,531	1,885
	PRSDRTotal	,712	1,404

a. Dependent Variable: MINATTTotal

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 5 atau nilai *tolerance value* yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian yang dilakukan ini tidak terdapat hubungan *multikolinieritas* antar variabel independen.

### 4.7.3 Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.33**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,133	1,348		2,325	,022
PSITotal	-,087	,080	-,121	-1,093	,277
SOSTotal	,010	,061	,018	,170	,865
PDKTotal	-,048	,066	-,082	-,725	,470
PROMOSITotal	-,050	,062	-,095	-,812	,419
PLYNTotal	,031	,072	,044	,429	,669
RPTSITotal	-,036	,071	-,066	-,499	,619
PRSDRTotal	,004	,059	,007	,061	,952

a. Dependent Variable: res2

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.33 dapat dilihat bahwa nilai (Sig). psikologis sebesar 0,277, sosial 0,865, produk 0,470, promosi 0,419, pelayanan 0,669, reputasi 0,619, dan prosedur adalah 0,952. Untuk melihat apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak, maka nilai (Sig). harus dibandingkan dengan 0,05.

Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, karena nilai (Sig). variabel psikologis, sosial, produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur lebih besar dari 0,05.

### 4.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik dalam penelitian ini yang digunakan untuk analisis regresi linear berganda

adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.34**  
**Uji Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,192	1,073		-1,111	,269
	PSITotal	,212	,096	,151	2,200	,030
	SOSTotal	-,043	,033	-,080	-1,327	,188
	PDKTotal	,218	,097	,152	2,156	,033
	PROMOSITotal	,092	,094	,087	1,340	,103
	PLYNTotal	,258	,083	,212	2,623	,010
	RPTSITotal	,271	,082	,247	3,303	,001
	PRSDRTotal	,453	,091	,406	4,992	,000

a. Dependent Variable: MINATTTotal

Sumber: Data primer diolah (2019)

Adapun persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

$$\text{Minat nasabah} = -1,192 + 0,212 X_1 - 0,043 X_2 + 0,218 X_3 + 0,92 X_4 + 0,258 X_5 + 0,271 X_6 + 0,453 X_7 + e.$$

- a. Konstanta sebesar -1,192, artinya jika variabel independen nilainya 0 (nol), maka jumlah minat nasabah adalah sebesar -1,192
- b. Koefisien regresi  $X_1$  (faktor psikologis) dari perhitungan linear berganda dapat dilihat sebesar 0,212 maksudnya adalah jika faktor psikologis dinaikkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar 21,2%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara

faktor psikologis dengan minat nasabah, semakin meningkat faktor psikologis semakin meningkat pula minat nasabah.

- c. Koefisien regresi  $X_2$  (faktor sosial) sebesar -0,403 yang berarti jika sosialnya meningkat satu satuan maka minat nasabah akan menurun hingga 40,3%. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara faktor sosial dengan minat nasabah, semakin meningkat faktor sosial semakin menurun pula minat nasabah.
- d. Koefisien regresi  $X_3$  (faktor produk) sebesar 0,218 yang berarti apabila faktor produk dinaikkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar 21,8% . Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor produk dengan minat nasabah, semakin meningkat faktor produk semakin meningkat pula minat nasabah.
- e. Koefisien regresi  $X_4$  (faktor promosi) sebesar 0,092 yang berarti apabila faktor promosi dinaikkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar 9,2% . Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor promosi dengan minat nasabah, semakin meningkat faktor promosi semakin meningkat pula minat nasabah.
- f. Koefisien regresi  $X_5$  (faktor pelayanan) sebesar 0,258 yang berarti apabila faktor pelayanan dinaikkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar 25,8% . Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor pelayanan dengan minat nasabah, semakin

meningkat faktor pelayanan semakin meningkat pula minat nasabah.

- g. Koefisien regresi  $X_6$  (faktor reputasi) sebesar 0,271 yang berarti apabila faktor reputasi dinaikkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar 27,1% . Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor reputasi dengan minat nasabah, semakin meningkat faktor reputasi semakin meningkat pula minat nasabah.
- h. Koefisien regresi  $X_7$  (faktor prosedur) sebesar 0,453 yang berarti apabila faktor prosedur dinaikkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar 45,3% . Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor prosedur dengan minat nasabah, semakin meningkat faktor prosedur semakin meningkat pula minat nasabah.

#### **4.9 Uji F (Uji Simultan)**

Uji F pada dasarnya dilakukan untuk melihat apakah variabel independen yang dimasukkan dalam suatu model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau tidak. Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel 4.35.

**Tabel 4.35**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	233,179	7	33,311	28,736	,000 <sup>b</sup>
	Residual	118,239	102	1,159		
	Total	351,418	109			

a. Dependent Variable: MINATTtotal

b. Predictors: (Constant), PRSDRTtotal, SOSTtotal, PSITtotal, PDKTtotal, RPTSTtotal, PLYNTtotal, PROMOSITtotal

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.35 diketahui bahwa hasil perhitungan yang dilakukan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 28,736. Sedangkan  $F_{tabel}$  ditentukan dengan melihat  $\alpha$  ( $\alpha$ ) 0,05. Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05 sedangkan derajat kebebasan (db):

$$db_1 = m - 1$$

$$db_2 = n - m$$

keterangan:

m = jumlah variabel

n = jumlah sampel

$$db_1 = 8 - 1 = 7$$

$$db_2 = 110 - 8 = 102$$

Berdasarkan derajat kebebasan dan signifikansi 0,05 maka nilai  $F_{tabel}$  sebesar = 2,10. Hal ini menandakan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, yaitu:

$H_a$ : terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara variabel psikologis, sosial, produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.

#### 4.10 Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau uji parsial pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Besarnya angka  $t_{\text{tabel}}$  dengan ketentuan signifikansi 0,05 dan  $dk = n - k - 1$ , yaitu  $(110 - 7 - 1) = 102$ , sehingga diperoleh nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,98350

**Tabel 4.36**  
**Uji t (Uji Parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,192	1,073		-1,111	,269
PSITotal	,212	,096	,151	2,200	,030
SOSTotal	-,043	,033	-,080	-1,327	,188
PDKTotal	,218	,097	,152	2,156	,033
PROMOSITotal	,092	,094	,087	1,340	,103
PLYNTotal	,258	,083	,212	2,623	,010
RPTSITotal	,271	,082	,247	3,303	,001
PRSDRTotal	,453	,091	,406	4,992	,000

a. Dependent Variable: MINATTTotal

Sumber: Data primer diolah (2019)

#### 1. Pengaruh Faktor Psikologis ( $X_1$ ) Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk variabel faktor psikologis adalah sebesar 2,200 lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  yaitu 1,983 dengan nilai signifikan  $0,030 < 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini menunjukkan semakin tinggi faktor psikologis maka akan semakin besar minat nasabah terhadap pembiayaan

Implan. Diketahui nilai koefisien regresi variabel faktor psikologis sebesar 0,212 maksudnya adalah jika faktor psikologis dinaikkan sebesar satu satuan maka minat nasabah akan meningkat sebesar 21,2%.

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam penelitian ini nasabah mengambil pembiayaan Implan karena adanya dorongan dalam mencukupi kebutuhan, akad-akad yang diterapkan dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam sesuai dengan prinsip syariah serta pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank tersebut sangat baik. Penelitian ini membuktikan bahwa faktor psikologis mempengaruhi minat nasabah dalam pembiayaan Implan. Hasil temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Melen Sterendisa (2017) yang menyatakan bahwa faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

## **2. Pengaruh Faktor Sosial (X<sub>2</sub>) Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam**

Berdasarkan perhitungan uji t, faktor sosial memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $-1,327 < t_{tabel} 1,983$  dengan nilai signifikan  $0,188 > 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Aceh Darussalam. Diketahui nilai koefisien variabel faktor sosial sebesar -0,403 yang

berarti jika sosialnya meningkat satu satuan maka minat nasabah akan menurun hingga 40,3%.

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam penelitian ini faktor sosial tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Hasil penelitian terhadap nasabah yang mengambil pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam, dapat disimpulkan bahwa sosial tidak menjadi salah satu faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam mengambil pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Nasabah Pembiayaan Implan tidak memperhatikan kelompok referensi seperti pengaruh dari rekan kerja dan tetangga atau lingkungan sekitar maupun diharuskan oleh keluarga.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori dari Kotler yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya adalah sosial. Hasil temuan penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang juga dilakukan oleh Melen Sterendisa (2017), menyimpulkan bahwa minat nasabah dipengaruhi oleh faktor sosial. Namun konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sarvina (2019) dan Yulaifah (2011) yang mengatakan bahwa minat nasabah tidak dipengaruhi oleh faktor sosial.

### **3. Pengaruh Faktor Produk ( $X_3$ ) Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam**

Hasil analisis menunjukkan faktor produk memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,156 > t_{tabel}$   $1,983$  dengan nilai signifikan  $0,020 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa faktor produk berpengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini menunjukkan semakin tinggi faktor produk pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam maka akan semakin besar minat nasabah terhadap pembiayaan Implan. Diketahui nilai koefisien regresi variabel faktor produk sebesar  $0,218$  yang berarti apabila faktor produk dinaikkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar  $21,8\%$ . variabel faktor produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.

Hal ini sesuai dengan apa yang terjadi pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam yang memberikan kepada calon nasabah dengan besarnya angsuran yang ditawarkan beragam dan tidak memberatkan karena marginnya pun rendah serta dapat memberikan manfaat dan keuntungan kepada nasabahnya. Hasil temuan penelitian ini konsisten dengan hasil dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Ikram (2017) yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,753 > 1,675$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .

#### **4. Pengaruh Faktor Promosi (X<sub>4</sub>) Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam**

Menurut Tjiptono dalam penelitian yang di lakukan oleh Novitasari (2017) mengatakan bahwa, promosi adalah salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa faktor promosi memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,340 < t_{tabel}$  1,983 dengan nilai signifikan  $0,403 > 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa faktor promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam, hal ini di karenakan promosi pembiayaan Implan selama ini hanya dilakukan dengan pembagian brosur ke setiap instansi yang telah bekerja sama dengan pembiayaan Implan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Ikram (2017) menyatakan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah, dikarenakan promosi yang dilakukan masih biasa saja dan belum terlalu mampu menarik minat nasabah.

Berdasarkan penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa promosi yang telah diterapkan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam dalam pembiayaan Implan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam dalam pembiayaan Implan masih biasa saja dan tidak terlalu menarik.

#### **5. Pengaruh Faktor Pelayanan ( $X_5$ ) Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam**

Menurut Pasuraman yang dialih bahasakan oleh Novitasari (2017) mengatakan bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan. Tjiptono juga menjelaskan bahwa apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

Berdasarkan hasil pengujian, faktor pelayanan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,623 > t_{tabel}$   $1,983$  dengan nilai signifikan  $0,010 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa faktor pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini menunjukkan semakin tinggi faktor pelayanan pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam maka akan semakin besar minat nasabah terhadap pembiayaan Implan. Diketahui nilai koefisien regresi variabel faktor pelayanan sebesar  $0,258$  yang berarti apabila faktor pelayanan dinaikkan

sebesar satu satuan maka akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar 25,8% .

Variabel faktor pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam, karyawan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam memiliki sikap ramah serta kemampuan baik dalam melayani dan menyampaikan informasi, mampu memberikan respon yang cepat dan tepat dalam melayani permintaan nasabah dan selalu mengucapkan salam saat memulai transaksi sehingga membuat para nasabah merasa nyaman dan tenang.

Berdasarkan penjelasan secara teori dan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam dapat mempengaruhi minat nasabah. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ali Chamidun (2015) yang menyatakan bahwa faktor pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,345 > 1,9830$ ) dan nilai signifikan  $0,021 < 0,05$ . Namun, juga berbanding terbalik dengan hasil dari penelitian Muhammad Ikram (2017) yang menyimpulkan bahwa variabel faktor pelayanan tidak berpengaruh signifikan, karena pelayanan yang diberikan belum begitu memuaskan sehingga pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.

## 6. Pengaruh Faktor Reputasi ( $X_6$ ) Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam

Faktor reputasi memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,303 > t_{tabel}$  1,983 dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa faktor reputasi berpengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini menunjukkan semakin tinggi faktor reputasi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam maka akan semakin besar minat nasabah terhadap pembiayaan Implan. Diketahui nilai koefisien regresi variabel faktor reputasi sebesar 0,271 yang berarti apabila faktor reputasi dinaikkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar 27,1% . hal ini menyatakan semakin baik reputasi suatu lembaga keuangan maka akan semakin meningkat kepercayaan untuk mengajukan pembiayaan pada PT. Bank Syariah Mandiri Syariah KCP Aceh Darussalam.

Variabel faktor reputasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena bank syariah mandiri sudah populer dikalangan masyarakat serta memiliki citra baik sehingga memudahkan masyarakat dalam mengingat bank tersebut. Hal ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ali Chamidun (2015) bahwa faktor reputasi berpengaruh terhadap minat nasabah dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,425 > 1,983$ ) serta jawaban

dari responden yang menyatakan sangat setuju bahwa BMT Barokah populer di kalangan masyarakat sebanyak 64%.

#### **7. Pengaruh Faktor Prosedur ( $X_7$ ) Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam**

Faktor prosedur memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,992 > t_{tabel}$  1,983 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa faktor prosedur berpengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini menunjukkan semakin tinggi faktor prosedur pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam maka akan semakin besar minat nasabah terhadap pembiayaan Implan. Diketahui nilai koefisien regresi variabel faktor prosedur sebesar 0,453 yang berarti apabila faktor prosedur dinaikkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan minat nasabah meningkat sebesar 45,3% . Hal ini dikarenakan nasabah lebih menyukai prosedur yang mudah, cepat dan tidak berbelit-belit mulai dari pengajuan sampai realisasi pembiayaan.

Variabel faktor prosedur memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Hal ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Ali Chamidun (2017) yang menyatakan bahwa faktor prosedur berpengaruh terhadap minat nasabah yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,223 > 1,983$ ).

#### 4.11 Uji R (Uji Determinasi)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen yaitu faktor psikologis (X1), faktor sosial (X2), faktor produk (X3), faktor promosi (X4), faktor pelayanan (X5), faktor reputasi (X6) dan faktor prosedur (X7) dengan variabel independen yaitu minat (Y), atau sejauh mana kontribusi variabel mempengaruhi variabel dependen.

**Tabel 4.37**  
**Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,815 <sup>a</sup>	,664	,640	1,077

a. Predictors: (Constant), PRSDRTotal, SOSTotal, PSITotal, PDKTotal, RPTSITotal, PLYNTotal, PROMOSITotal  
 Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.37 dari tabel koefisien determinasi (R) di atas diperoleh hasil yaitu sebesar 0,815, artinya bahwa hubungan variabel independen dengan variabel dependen sangat kuat. Nilai R-Square diperoleh sebesar 0,664 yang menunjukkan bahwa faktor psikologis (X1), faktor sosial (X2), faktor produk (X3), faktor promosi (X4), faktor pelayanan (X5), faktor reputasi (X6) dan faktor pelayanan (X7) mempengaruhi minat nasabah sebesar 66,4% sedangkan sisanya 33,6% dapat dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

## **BAB V PENUTUP**

### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Aceh Darussalam, dengan sampel 110 nasabah pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Aceh Darussalam. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Hal tersebut disebabkan oleh adanya motivasi dalam dirinya yang dapat memenuhi kebutuhannya. Selain itu, persepsi, keyakinan dan sikap juga dapat menjadi alasan nasabah dalam menggunakan pembiayaan Implan karena PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam menerapkan akad-akad yang sesuai dengan prinsip syariah, serta pelayanan yang diberikan oleh karyawan pembiayaan Implan tersebut sangat baik.
2. Faktor sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Hal ini disebabkan karena nasabah pembiayaan Implan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam tidak memperhatikan kelompok

referensi seperti diharuskan oleh keluarga atau di rekomendasikan oleh tetangga atau teman. Selain itu, nasabah juga tidak memperhatikan lingkungan kerjanya.

3. Faktor produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Hal ini disebabkan oleh keuntungan dan manfaat yang didapatkan nasabah dalam pembiayaan Implan serta angsuran yang beragam dan margin yang rendah.
4. Faktor Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam masih biasa saja yaitu dengan melakukan pembagian brosur.
5. Faktor pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Hal tersebut disebabkan oleh sikap ramah serta kemampuan baik yang dimiliki oleh karyawan dalam melayani dan menyampaikan informasi kepada nasabahnya, seperti selalu mengucapkan salam saat memulai transaksi dan memberikan respon cepat dan tepat dalam.
6. Faktor reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Hal tersebut disebabkan oleh nama baik yang

dimiliki oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam sehingga membuat citra bank tersebut semakin baik di mata masyarakat. Selain itu, memiliki reputasi yang baik serta fokus dan konsisten dalam menjalani tugasnya juga kepopuleran di kalangan masyarakat sehingga memudahkan masyarakat dalam mengingat bank tersebut.

7. Faktor prosedur berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam. Hal tersebut disebabkan oleh kemudahan dalam proses pengajuan dan analisis pembiayaan, seperti formulir pengajuan yang mudah dipahami dan analisis pembiayaan tidak membutuhkan waktu yang lama. Selain itu, realisasi dana yang dibutuhkan sesuai dengan pengajuan yang dilakukan.
8. Secara simultan menunjukkan bahwa ketujuh variabel independen yaitu faktor psikologis, faktor sosial, faktor produk, faktor promosi, faktor pelayanan, faktor reputasi dan faktor prosedur melalui uji F dengan nilai signifikan 0,000 yang berarti berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

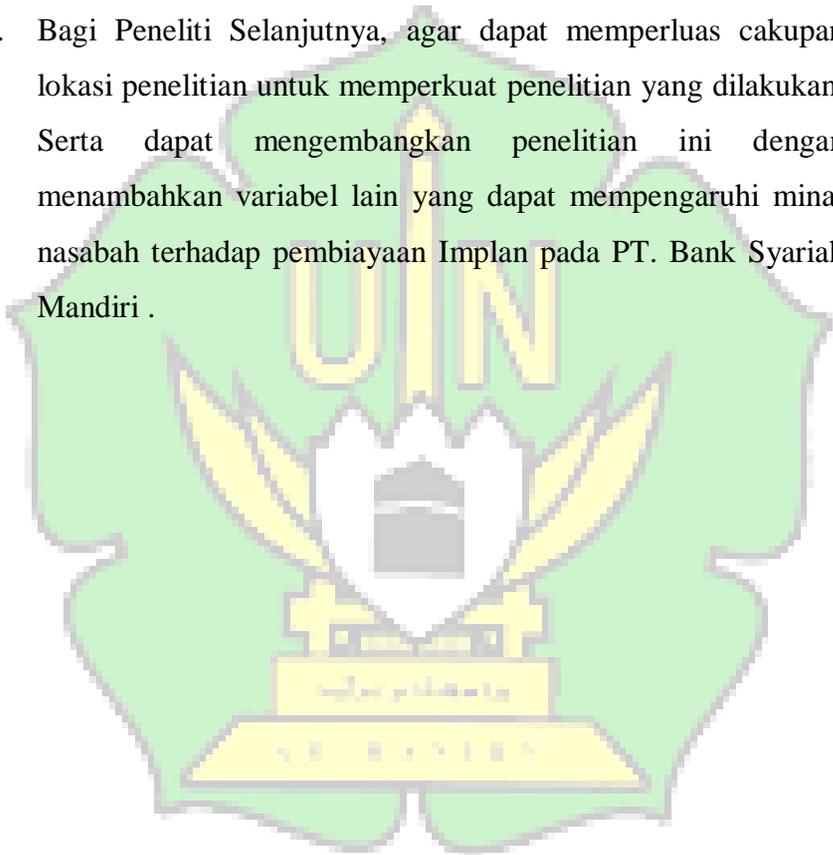
## **1.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pihak bank syariah sebaiknya melakukan promosi pembiayaan Implan dengan lebih menarik lagi, biasanya melakukan promosi

hanya dengan pembagian brosur alangkah baiknya apabila promosi dilakukan dengan publikasi melalui kegiatan sosial atau amal atau olahraga. Promosi yang menarik dapat menumbuhkan minat nasabah terhadap suatu pembiayaan ataupun tabungan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya, agar dapat memperluas cakupan lokasi penelitian untuk memperkuat penelitian yang dilakukan. Serta dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri .



## DAFTAR PUSTAKA

- Agesta, V. K. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Konsumen Pada Sanggar Bunga Mayang Bandar Lampung . *Skripsi*, 19.
- Ali, C. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan pada Lembaga Keuangan Syariah. *Skripsi*.
- Anendro, I. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Terhadap Penggunaan E-Money. *Skripsi*.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Ascarya. (2010). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bungin, B. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (2011). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang). *Skripsi*.
- Hardini, I., & Giharto, M. H. (2007). *Kamus Perbankan Syariah: Dilengkapi Penjelasan Singkat dan Perbandingan dengan Bank Konvensional*. Bandung: Penerbit Marja.
- Ikram, M. (2017). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memanfaatkan Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Markas Al- Islami Makassar. *Skripsi*.

- Irawan, H. (2009). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memutuskan Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. *Skripsi*.
- Ismail. (2014). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- K, F. Y. (2010). Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Kota Medan. *Jurnal*, 539.
- Karim, A. A. (2010). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- KBBI. (2019, March 28). Diambil kembali dari <https://kbbi.web.id/prosedur>
- (2019, March 28). Diambil kembali dari <https://kbbi.web.id/produk>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Milenium ed.). Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- kustianto, B., & Badrudin, R. (1994). *Statistika I (Deskriptif)*. Jakarta: Gunadarma.
- Machmudah, R. (2009). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah .
- Muhammad. (2005). *Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMPYKPN.
- (2009). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Nopitasari, E. (2017). *Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah*. Skripsi, Surakarta.
- Novitasari. (2017). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *Skripsi*, 82.
- Nuridin, R. (2010). *Fiqh Muamalah (Sejarah, Hukum dan Perkembangannya)*. Banda Aceh: PeNA.
- Rodoni, A., & Hamid, A. (2008). *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Rosalina, D. (2019, Februari 16). Perkembangan Jumlah nasabah pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.
- Sarvina, S. (2019). Pengaruh Sosial, Budaya, dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah. *Skripsi*.
- Sterendis, M. (2017). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai (Rahn) di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang. *Skripsi*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Supangat, A. (2010). *Statistika Dalam Kajian Deskripti, Inferensi, dan Nonparametrik*. Jakarta: Kencana.
- Suprihatin, L. (2010). Faktor- Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK Muamalat). *Skripsi*.
- Surat Edaran Pembiayaan No. 8/017/PEM, tanggal 19 April 2006
- Syaima, N. N. (2017). Pengaruh Merek, Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan

Nasabah Menggunakan Produk Tabungan di BJB Syariah KCP. Ciputat. *Skripsi*, 24.

Syariahmandiri.co.id. 2019.<https://www.syariahmandiri.co.id/2019>

Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Usman, H., & Akbar, P. S. (2009). *Metodelogi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Wahyuni, A. (2013). Pengaruh Budaya, Psikologis dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah Pada BMT Bina Ummat Mandiri Tambang. *Skripsi*, 21.

Wijayanti, T. (2014). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Yulaifah, A. (2011). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah. *Skripsi*.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

#### FEBI UIN AR-RANIRY 2019

---



---

#### KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.  
Bapak/Ibu/Sdr/I yang saya hormati,

Sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Pembiayaan Implan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam", saya :

Nama : Safira Mustakilla  
NIM : 170603248  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam /  
Perbankan Syariah  
Universitas : Universitas Islam Negeri Arraniry Banda Aceh

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjadi responden dengan mengisi kuesioner atau angket ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Sdr/I masing-masing. Kesediaan dan kesungguhan Bapak/Ibu/Sdr/I dalam mengisi kuesioner ini akan menjadi bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Saya menjamin kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Sdr/I berikan dan hasilnya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih. Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Hormat Saya,



Safira Mustakilla

**LEMBAR KUESIONER**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**  
**MINAT NASABAH TERHADAP PEMBIAYAAN IMPLAN**  
**PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG**  
**PEMBANTU ACEH DARUSSALAM**

No. Responden :    (diisi oleh peneliti)

Tanggal Pengisian :

---

**A. Identitas Responden**

*Petunjuk pengisian*

Isilah di bawah ini dengan memberikan tanda *cek list* ( ✓ ) pada kolom yang sesuai dengan diri anda.

1. Umur :  20 – 25 tahun

26 – 30 tahun

31- 35 tahun

36 - 40 tahun

> 40 tahun

2. Jenis kelamin :  Laki-laki

Perempuan

3. Pekerjaan :

4. Pendapatan Perbulan :  Rp2.000.000 – Rp5.000.000

Rp5.000.001 – Rp10.000.000

>Rp10.000.000

### B. Lembar Angket

Adapun keterangan dan bobot dari jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut : Keterangan: Skor :

SS = Sangat Setuju (5)

S = Setuju (4)

N = Netral (3)

TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

### C. Kuesioner Pernyataan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah (X)

Berikut disajikan beberapa pernyataan dan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari diharapkan memberikan tanda *cek list* (  $\surd$  ) pada jawaban yang tersedia yang dianggap sesuai dengan keadaan sebenarnya.

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>A</b>	<b>Faktor Psikologis</b>					
1	Saya menggunakan Pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena adanya dorongan dalam mencukupi kebutuhan					
2	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam menerapkan akad-akad yang sesuai dengan prinsip syariah					
3	Saya merasa puas menggunakan jasa pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank tersebut sangat baik					
<b>B</b>	<b>Faktor Sosial</b>					
4	Saya mengambil pembiayaan Implan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena pengaruh dari rekan kerja					
5	Keluarga saya merupakan referensi saya untuk mengambil pembiayaan Implan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam					
6	Saya mengambil pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena pengaruh dari lingkungan tempat tinggal saya					

C	<b>Faktor Produk</b>				
7	Besarnya angsuran yang ditawarkan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam beragam dan tidak memberatkan				
8	Saya memilih produk pembiayaan Implan karena marginnya rendah				
9	Saya memilih produk pembiayaan Implan karena sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan				
D	<b>Faktor Promosi</b>				
10	Spanduk maupun brosur yang di iklankan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam mempunyai daya tarik untuk menumbuhkan minat calon nasabah dalam menggunakan pembiayaan Implan				
11	Saya tertarik dengan pembiayaan Implan karena PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam menawarkan dengan margin yang rendah				
12	Saya tertarik untuk menggunakan pembiayaan Implan karena publisitas oleh bank melalui kegiatan				
E	<b>Faktor Pelayanan</b>				
13	Karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam memiliki sikap ramah serta kemampuan baik dalam melayani dan menyampaikan informasi kepada nasabahnya				

14	Karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam mampu memberikan respon dengan cepat dan tepat dalam melayani permintaan nasabah					
15	Saya merasa senang dan nyaman karena karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam selalu mengucapkan salam saat memulai transaksi					
<b>F</b>	<b>Faktor Reputasi</b>					
16	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam memiliki citra yang baik					
17	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam memiliki reputasi yang baik serta fokus dan konsisten terhadap tugas nya sebagai bank umum syariah					
18	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam populer dikalangan masyarakat sehingga memudahkan masyarakat dalam mengingat bank tersebut					
<b>G</b>	<b>Faktor Prosedur</b>					
19	Formulir pengajuan yang diberikan PT. Banks Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam mudah dipahami dan diisi					
20	Mulai dari pengajuan sampai reliasasi pembiayaan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam tidak membutuhkan waktu yang lama					
21	Realisasi dana yang dibutuhkan sesuai dengan pengajuan					

H	Faktor yang Mempengaruhi Minat				
22	Saya tertarik menggunakan pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena dinilai sangat sesuai dengan kebutuhan dan menguntungkan.				
23	Saya tertarik menggunakan pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam karena sesuai dengan prinsip syariah				
24	Prosedur dan Proses pembiayaan Implan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam sangat mudah dimulai dari pengajuan pembiayaan, akad, penetapan jaminan dan pencairan dana				

## Lampiran 2: Tabulasi Karakteristik Responden

No	DATA DEMOGRAFI							
	Umur	KD	JK	KD	PKJ	KD	PPBLN (Juta)	KD
1	26-30	2	LK	1	Karyawan	2	2 – 5	1
2	36-40	4	PR	2	Karyawan	2	5 – 10	2
3	>40	5	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
4	26-30	2	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
5	36-40	4	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
6	36-40	4	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
7	>40	5	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
8	31-35	3	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
9	31-35	3	PR	2	PNS	1	2 – 5	1
10	31-35	3	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
11	>40	5	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
12	36-40	4	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
13	31-35	3	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
14	31-35	3	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
15	26-30	2	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
16	31-35	3	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
17	>40	5	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
18	20-25	1	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
19	26-30	2	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
20	26-30	2	PR	2	Karyawan	2	5 – 10	2
21	26-30	2	LK	1	Karyawan	2	2 – 5	1
22	26-30	2	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
23	26-30	2	LK	1	Karyawan	2	2 – 5	1
24	>40	5	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
25	31-35	3	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
26	>40	5	PR	2	Karyawan	2	5 – 10	2

(Lanjutan)

27	26-30	2	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
28	31-35	3	PR	2	Karyawan	2	5 – 10	2
29	26-30	2	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
30	>40	5	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
31	>40	5	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
32	36-40	4	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
33	26-30	2	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
34	>40	5	LK	1	PNS	1	2 – 5	1
35	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
36	>40	5	LK	1	PNS	1	2 – 5	1
37	31-35	3	PR	2	PNS	1	2 – 5	1
38	>40	5	PR	2	Karyawan	2	5 – 10	2
39	>40	5	PR	1	Karyawan	2	2 – 5	1
40	>40	5	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
41	>40	5	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
42	>40	5	LK	1	Karyawan	2	2 – 5	1
43	36-40	4	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
44	36-40	4	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
45	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
46	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
47	>40	5	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
48	>40	5	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
49	>40	5	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
50	>40	5	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
51	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
52	>40	5	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
53	>40	5	LK	1	Karyawan	2	5 – 10	2
54	36-40	4	LK	1	Karyawan	2	5 – 10	2
55	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
56	>40	5	PR	2	PNS	1	5 – 10	2

(Lanjutan)

57	>40	5	PR	2	Karyawan	2	5 – 10	2
58	36-40	4	PR	2	Karyawan	2	5 – 10	2
59	36-40	4	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
60	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
61	>40	5	PR	2	Karyawan	2	5 – 10	2
62	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
63	>40	5	LK	1	Karyawan	2	5 – 10	2
64	20-25	1	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
65	36-40	4	LK	1	Karyawan	2	2 – 5	1
66	>40	5	PR	2	Karyawan	2	5 – 10	2
67	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
68	>40	5	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
69	36-40	4	LK	1	Karyawan	2	5 – 10	2
70	36-40	4	LK	1	Karyawan	2	2 – 5	1
71	>40	5	LK	1	Karyawan	2	2 – 5	1
72	>40	5	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
73	36-40	4	LK	1	Karyawan	2	5 – 10	2
74	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
75	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
76	>40	5	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
77	>40	5	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
78	>40	5	PR	2	PNS	1	2 – 5	1
79	36-40	4	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
80	31-35	3	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
81	26-30	2	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
82	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
83	36-40	4	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
84	36-40	4	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
85	36-40	4	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
86	36-40	4	LK	1	PNS	1	5 – 10	2

(Lanjutan)

87	31-35	3	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
88	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
89	31-35	3	LK	1	PNS	1	2 – 5	1
90	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
91	36-40	4	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
92	>40	5	PR	2	PNS	1	2 – 5	1
93	36-40	4	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
94	26-30	2	LK	1	PNS	1	2 – 5	1
95	>40	5	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
96	31-35	3	LK	1	Karyawan	2	5 – 10	2
97	>40	5	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
98	36-40	4	LK	1	Karyawan	2	2 – 5	1
99	31-35	3	LK	1	PNS	1	2 – 5	1
100	36-40	4	PR	2	PNS	1	2 – 5	1
101	36-40	4	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
102	36-40	4	PR	2	PNS	1	5 – 10	2
103	31-35	3	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
104	36-40	4	LK	1	PNS	1	2 – 5	1
105	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
106	26-30	2	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1
107	36-40	4	PR	2	PNS	1	2 – 5	1
108	>40	5	LK	1	PNS	1	5 – 10	2
109	36-40	4	PR	2	PNS	1	2 – 5	1
110	36-40	4	PR	2	Karyawan	2	2 – 5	1

Keterangan:

LK	= Laki-Laki	PR	= Perempuan
JK	= Jenis Kelamin	PKJ	= Pekerjaan
PPBLN	= Pendapatan perbulan	KD	= Kode

### Lampiran 3: Tabulasi Jawaban Responden

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	
1	1	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	1	4	1	4	4	5	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	4	1	4	3	3	3	4	3	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	1	4	4	4	5	4	1	4	1	3	3	5	4	3	4	5	4	2	4	4	5	4	1	3	3
7	3	4	3	2	2	1	4	4	5	2	2	1	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4
8	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4
9	3	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	1	4	2	1	4	4
10	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3
11	2	5	5	1	1	1	4	4	4	3	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
12	5	5	5	5	5	1	3	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5
13	3	2	4	4	4	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4
14	2	5	5	5	4	4	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	1	4	4	4	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4
16	4	4	4	4	4	4	5	5	5	1	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
17	3	3	3	2	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	1	1	1	1	1

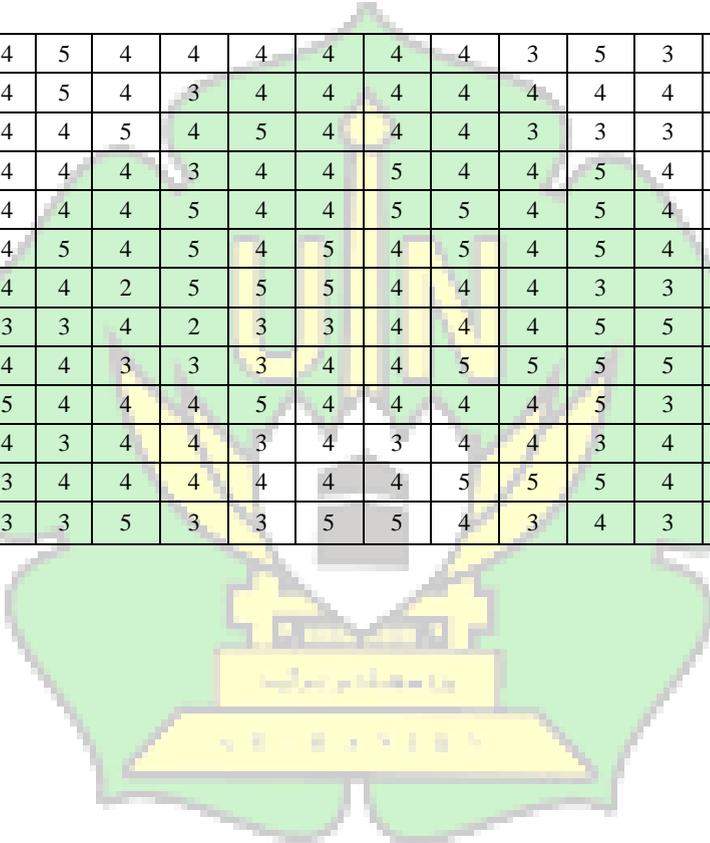
18	2	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
19	4	5	5	5	3	2	4	3	2	3	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3
20	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
21	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	1	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4
22	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
23	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	3	4	3	4	4	2	2	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4
25	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3
26	4	4	5	4	5	3	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
27	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	5	5	2	2	4	2	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
29	3	5	4	3	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
30	4	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	5	5
31	4	5	5	2	2	1	4	4	4	2	2	4	4	5	5	4	4	5	1	5	4	4	5	5
32	4	5	5	2	3	1	4	5	4	2	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
33	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
36	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
37	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	2	4	1	4	4	5	5	4	4	4	5	3

38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
40	4	5	4	3	1	2	2	4	4	3	4	3	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3
41	4	4	5	4	3	3	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4
43	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	4	5	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	3	4	4	3	3	4	3	3	4	5	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
48	3	5	4	2	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
49	4	5	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
50	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	5	2	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
52	5	4	2	3	4	4	5	5	5	2	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
53	4	4	5	2	4	1	3	5	4	4	5	5	5	2	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
54	4	4	3	4	5	5	4	4	4	2	1	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
55	5	5	4	1	2	1	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	5
56	4	5	5	1	4	1	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	3	4	3	5	4	4	5
57	5	5	5	1	3	1	3	5	4	2	3	4	5	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5

58	5	5	4	3	4	1	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5
59	5	5	5	2	3	1	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
60	5	5	4	2	3	1	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4
61	4	4	5	1	1	1	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
62	5	4	4	1	1	1	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4
63	5	5	5	1	3	1	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5
64	4	4	4	2	5	1	4	2	3	4	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4
65	5	5	5	1	2	1	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5
66	5	4	4	1	4	1	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	5	3	4	4	5
67	5	4	4	1	4	1	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5
68	4	5	3	1	1	1	5	4	4	2	4	1	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4
69	5	4	5	1	1	1	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
70	4	5	5	1	1	1	4	4	3	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5
71	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2
72	5	5	5	1	4	1	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
73	4	5	1	2	1	4	4	5	5	2	5	5	5	4	3	5	5	5	3	4	4	4	5	4
74	5	4	4	1	1	1	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4
75	5	5	4	1	3	2	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	1	2	1	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
77	5	4	4	1	2	1	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4

78	4	4	4	2	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4
80	4	4	4	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
83	4	4	5	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	4	4	3	1	3	1	4	3	3	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3
86	4	4	3	2	4	1	5	5	4	3	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4
87	4	4	3	1	4	1	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
88	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
89	4	3	4	1	3	1	4	4	3	2	3	5	4	3	5	3	4	4	3	4	4	4	5	5
90	4	5	4	2	3	2	3	5	5	4	3	3	5	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4
91	4	4	4	3	4	2	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
92	4	5	4	1	3	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
93	4	4	5	1	4	1	4	4	4	5	2	3	5	5	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4
94	4	4	5	2	4	1	4	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	5
95	5	3	4	2	4	2	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
96	4	4	4	1	3	1	5	4	4	2	2	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
97	4	4	4	3	3	1	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4

98	5	4	1	3	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	3	5	3	5	3	5	4
99	3	4	3	2	4	1	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
100	4	4	4	2	4	1	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	3	3	4	5	4	5	4	4
101	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
102	5	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
103	3	4	4	2	4	1	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
104	4	5	4	2	4	2	4	4	4	2	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	5
105	3	5	4	2	4	2	4	3	3	4	2	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
106	3	5	4	2	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4
107	3	3	3	2	2	1	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4
108	3	4	4	1	2	1	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5
109	4	5	4	2	3	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5
110	4	4	4	1	3	1	4	3	3	5	3	3	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	5



## Lampran 4: Uji Validitas

### A. Faktor Psikologis

#### Correlations

		PSI1	PSI2	PSI3	PSITotal
PSI1	Pearson Correlation	1	,094	,190*	,704**
	Sig. (2-tailed)		,328	,047	,000
	N	110	110	110	110
PSI2	Pearson Correlation	,094	1	,077	,570**
	Sig. (2-tailed)	,328		,424	,000
	N	110	110	110	110
PSI3	Pearson Correlation	,190*	,077	1	,653**
	Sig. (2-tailed)	,047	,424		,000
	N	110	110	110	110
PSITotal	Pearson Correlation	,704**	,570**	,653**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	110	110	110	110

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

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

### B. Faktor Sosial

#### Correlations

		SOS1	SOS2	SOS3	SOSTotal
SOS 1	Pearson Correlation	1	-,113	,072	,575**
	Sig. (2-tailed)		,241	,457	,000
	N	110	110	110	110
SOS 2	Pearson Correlation	-,113	1	-,020	,474**
	Sig. (2-tailed)	,241		,839	,000
	N	110	110	110	110
SOS 3	Pearson Correlation	,072	-,020	1	,646**
	Sig. (2-tailed)	,457	,839		,000
	N	110	110	110	110
SOS Total	Pearson Correlation	,575**	,474**	,646**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	110	110	110	110

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

### C. Faktor Produk

#### Correlations

		PD K1	PD K2	PD K3	PDKTotal
PDK1	Pearson Correlation	1	,128	,109	,621**
	Sig. (2-tailed)		,182	,257	,000
	N	110	110	110	110
PDK2	Pearson Correlation	,128	1	,104	,668**
	Sig. (2-tailed)	,182		,279	,000
	N	110	110	110	110
PDK3	Pearson Correlation	,109	,104	1	,628**
	Sig. (2-tailed)	,257	,279		,000
	N	110	110	110	110
PDKTotal	Pearson Correlation	,621**	,668**	,628**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	110	110	110	110

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

### D. Faktor Promosi

#### Correlations

		Promosi i1	Promosi i2	Promosi i3	PromosiTotal
Promosi1	Pearson Correlation	1	,250**	,181	,715**
	Sig. (2-tailed)		,009	,058	,000
	N	110	110	110	110
Promosi2	Pearson Correlation	,250**	1	,047	,643**
	Sig. (2-tailed)	,009		,627	,000
	N	110	110	110	110
Promosi3	Pearson Correlation	,181	,047	1	,630**
	Sig. (2-tailed)	,058	,627		,000
	N	110	110	110	110
PromosiTotal	Pearson Correlation	,715**	,643**	,630**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	110	110	110	110

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

## E. Faktor Pelayanan

### Correlations

		PLYN1	PLYN2	PLYN3	PLYNTotal
PLYN1	Pearson Correlation	1	-,267**	-,042	,423**
	Sig. (2-tailed)		,005	,664	,000
	N	110	110	110	110
PLYN2	Pearson Correlation	-,267**	1	,072	,587**
	Sig. (2-tailed)	,005		,454	,000
	N	110	110	110	110
PLYN3	Pearson Correlation	-,042	,072	1	,568**
	Sig. (2-tailed)	,664	,454		,000
	N	110	110	110	110
PLYNTotal	Pearson Correlation	,423**	,587**	,568**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	110	110	110	110

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

## F. Faktor Reputasi

### Correlations

		RPTSII	RPTSII2	RPTS I3	RPTSI Total
RPTSII	Pearson Correlation	1	,292**	,270**	,739**
	Sig. (2-tailed)		,002	,004	,000
	N	110	110	110	110
RPTSII2	Pearson Correlation	,292**	1	,168	,661**
	Sig. (2-tailed)	,002		,079	,000
	N	110	110	110	110
RPTSII3	Pearson Correlation	,270**	,168	1	,710**
	Sig. (2-tailed)	,004	,079		,000
	N	110	110	110	110
RPTSI Total	Pearson Correlation	,739**	,661**	,710**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	110	110	110	110

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

## G. Faktor Prosedur

### Correlations

		PRSDR 1	PRSD R2	PRSD R3	PRSD RTota l
PRSDR 1	Pearson Correlation	1	,258**	,347**	,720**
	Sig. (2-tailed)		,007	,000	,000
	N	110	110	110	110
PRSDR 2	Pearson Correlation	,258**	1	,371**	,730**
	Sig. (2-tailed)	,007		,000	,000
	N	110	110	110	110
PRSDR 3	Pearson Correlation	,347**	,371**	1	,775**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	110	110	110	110
PRSDR Total	Pearson Correlation	,720**	,730**	,775**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	110	110	110	110

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

## H. Faktor Minat

### Correlations

		Minat 1	Minat 2	Minat 3	Minat Total
Minat1	Pearson Correlation	1	,504**	,455**	,777**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	110	110	110	110
Minat2	Pearson Correlation	,504**	1	,503**	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	110	110	110	110
Minat3	Pearson Correlation	,455**	,503**	1	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	110	110	110	110
MinatTot al	Pearson Correlation	,777**	,806**	,820**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	110	110	110	110

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

## Lampiran 5: Uji Reliabilitas

### A. Faktor Psikologis

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,732	3

### B. Faktor Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,655	3

### C. Faktor Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,728	3

### D. Faktor Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,744	3

### E. Faktor Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,735	3

### F. Faktor Reputasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,775	3

## G. Faktor Prosedur

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,798	3

## H. Faktor Minat

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	3

## Lampiran 6: Uji Asumsi Klasik

### A. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,11562058
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,063
	Positive	,055
	Negative	-,063
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

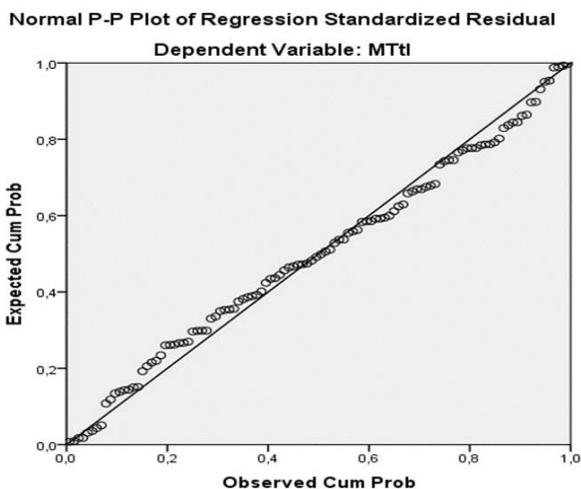
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer diolah (2019)



## B. Uji Multikolinieritas

Coefficientsa

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PSITotal	,757	1,322
	SOSTotal	,805	1,242
	PDKTotal	,719	1,390
	PROMOSITotal	,672	1,488
	PLYNTotal	,864	1,158
	RPTSITotal	,531	1,885
	PRSDRTotal	,712	1,404

a. Dependent Variable: MINATTtotal

### C. Uji Heteroskedastisitas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,133	1,348		2,325	,022
PSITotal	-,087	,080	-,121	-1,093	,277
SOSTotal	,010	,061	,018	,170	,865
PDKTotal	-,048	,066	-,082	-,725	,470
PROMOSITotal	-,050	,062	-,095	-,812	,419
PLYNTotal	,031	,072	,044	,429	,669
RPTSITotal	-,036	,071	-,066	-,499	,619
PRSDRTotal	,004	,059	,007	,061	,952

a. Dependent Variable: res2

### Lampiran 7: Uji T (Uji Parsial)

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,192	1,073		-1,111	,269
PSITotal	,212	,096	,151	2,200	,030
SOSTotal	-,043	,033	-,080	-1,327	,188
PDKTotal	,218	,097	,152	2,156	,033
PROMOSITotal	,092	,094	,087	1,340	,103
PLYNTotal	,258	,083	,212	2,623	,010
RPTSITotal	,271	,082	,247	3,303	,001
PRSDRTotal	,453	,091	,406	4,992	,000

a. Dependent Variable: MINATTtotal

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

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	233,179	7	33,311	28,736	,000 <sup>b</sup>
	Residual	118,239	102	1,159		
	Total	351,418	109			

a. Dependent Variable: MINATTtotal

b. Predictors: (Constant), PRSDRTtotal, SOSTtotal, PSITtotal, PDKTtotal, RPTSITtotal, PLYNTtotal, PROMOSITtotal

### Lampiran 9: Uji R (Uji Determinasi)

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,815 <sup>a</sup>	,664	,640	1,077

a. Predictors: (Constant), PRSDRTtotal, SOSTtotal, PSITtotal, PDKTtotal, RPTSITtotal, PLYNTtotal, PROMOSITtotal

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Safira Mustakilla  
Tempat/Tgl. Lahir : Dayah Tanoh, 19 Mei 1996  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan/NIM : Mahasiswi/170603248  
Agama : Islam  
Kebangsaan : Indonesia  
Status : Belum Kawin  
No. HP : 0823 6341 3997  
Email : firakilla96@gmail.com  
Alamat : Jln. Syiah Kuala Lr. Tgk. Kuta No. 05  
Dusun Gano Gampong Lamdingin

### Data Orang Tua

Nama Ayah : Sabirin, S.Pdi  
Pekerjaan Ayah : Pensiunan guru  
Nama Ibu : Ruhamah  
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga  
Alamat Orang Tua : Gampong Dayah Tanoh Kecamatan Mutiara  
Timur Kabupaten Pidie

### Riwayat Pendidikan

2002 – 2008 : MIN Beureunuen  
2008 – 2011 : MTsN Beureunuen  
2011 – 2014 : MAS Jeumala Amal  
2014 – 2017 : Program Studi D-III Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
2017 – 2019 : Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Banda Aceh, 5 Oktober 2019

Safira Mustakilla