

**PENGARUH NILAI MARKETING SYARIAH BANK
SYARIAH INDONESIA KCP KUALA BATEE TERHADAP
MINAT SIMPAN PINJAM MASYARAKAT KUALA BATEE**

SKRIPSI

Diajukan Oleh

**NK. ALI MUCHAYAT SYAH
NIM 160403049**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1444 H/ 2023 M**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar S-I
Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi
Jurusan Manajemen Dakwah**

Oleh:

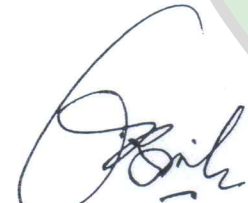
NK. ALI MUCHAYA SYAH

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jurusan Manajemen Dakwah

NIM: 160403049

Pembimbing I,



Dr. Jailani, M.Si

NIP. 196010081995031 001

Pembimbing II,



Fakhruddin, S.E., MM

NIP. 19640616 2014111 002

SKRIPSI

Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
Dinyatakan Lulus dan Disahkan Sebagai
Tugas Akhir Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana (S1) Ilmu Dakwah
Prodi Manajemen Dakwah

Diajukan Oleh;

NK. ALI MUCHAYAT SYAH
NIM. 160403049

Pada Hari/Tanggal

Kamis 27 Juli 2023 M
9 Muharram 1445 H

Darussalam-Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,

Jailani, M.Si.

NIP. 196010081995031001

Sekretaris,

Fakhruddin, S.E., M.M

NIP. 196406162014111002

Penguji I,

Dr. Mahmuddin, M.Si

NIP. 197210201997031002

Penguji II,

Sakdiah, M.Ag

NIP. 197307132008002000



Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry

Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd
NIP. 196412201984122001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : NK. ALI MUCHAYAT SYAH
NIM : 160403049
Jenjang : S-1
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 24 Juli 2023
Yang Menyatakan,



NK. ALI MUCHAYAT SYAH
160403049

ABSTRAK

Aceh merupakan provinsi di Indonesia yang menerapkan Bank berbasis Syariah dan tidak ada satupun Bank konvensional yang masih berjalan. Banyaknya masyarakat Aceh khususnya Kuala Batee yang masih kurang paham akan produk-produk maupun pelayanan-pelayanan dari Bank Syariah Indonesia tersebut, seperti masyarakat yang ingin berwirausaha dan berminat simpan pinjam pada Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee. Adapun tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh nilai marketing syariah bank syariah indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh nilai marketing syariah bank syariah Indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, angket/ kuesioner, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian diperoleh data pada indikator teitis sebanyak 84%, etis sebanyak 86%, Realistis sebanyak 99,2%, dan Humatinis 87%, adapun rata-rata persentase yang diperoleh adalah 89,05%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh nilai marketing syariah bank syariah indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee. Pada penelitian juga diperoleh data pada Sikap dan perilaku karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee mampu menumbuhkan kepercayaan bagi masyarakat sehingga mendorong saya untuk melakukan simpan pinjam. 76,6%, Bank BSI KCP Kuala Batee berlokasi ditengah Kota sehingga mudah untuk dikunjungi 85%, Berbagai macam produk yang disediakan Bank BSI KCP Kuala Batee sudah sesuai dengan syariah 77%, dan Banyaknya informasi dari lingkungan saya mengenai Bank BSI KCP Kuala Batee sehingga saya ingin melakukan simpan pinjam di Bank BSI KCP Kuala Batee 80,4%, dari data tersebut diketahui besar persentase minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee terhadap nilai marketing Syariah bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee adalah 79,75%.

Kata Kunci : Bank Syariah Indonesia, simpan pinjam, minat, kuantitatif

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan serta kesempatan kepada saya untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Nilai Marketing Syariah Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee terhadap Minat Simpan Pinjam Masyarakat Kuala Batee

Selanjutnya shalawat beserta salam kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan bagi semua insan manusia disetiap segi bidang kehidupan, khususnya dalam bidang ilmu pengetahuan. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung, melalui tulisan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd selaku dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
2. Bapak Abizal Muhammad Yati Lc., M.A., Ph.D selaku ketua prodi
3. Bapak Jailani, M.Si selaku pembimbing pertama yang telah meluangkan waktunya untuk mengarahkan dan membimbing penulis.
4. Bapak Fakhruddin, SE., MM selaku pembimbing kedua yang telah banyak meluangkan waktunya untuk mengarahkan dan membimbing penulis.
5. Bapak sekretaris prodi dan para staf program studi pendidikan kimia yang telah membantu dalam proses administrasi.

6. Orang Tua yang membantu dan mendoakan penulis sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
7. Masyarakat Kuala Batee yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini.
8. Kepada semua pihak yang terlibat, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis tidak dapat membalas semua kebaikan dan bantuan dari semua pihak, hanya kepada Allah penulis serahkan semuanya semoga Allah membalas semua kebaikan dengan pahala yang setimpal. Demikian sepatah dua kata dari penulis semoga apa yang telah kita lakukan dapat bermanfaat. Penulis berharap kritikan dan saran dari semua pihak yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis di masa yang akan datang. Dengan demikian harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin ya rabbal 'Alamin.

Banda Aceh, 18 Juli 2023

A R - R A N Penulis

NK. ALI MUCHAYAT SYAH
NIM. 16003049

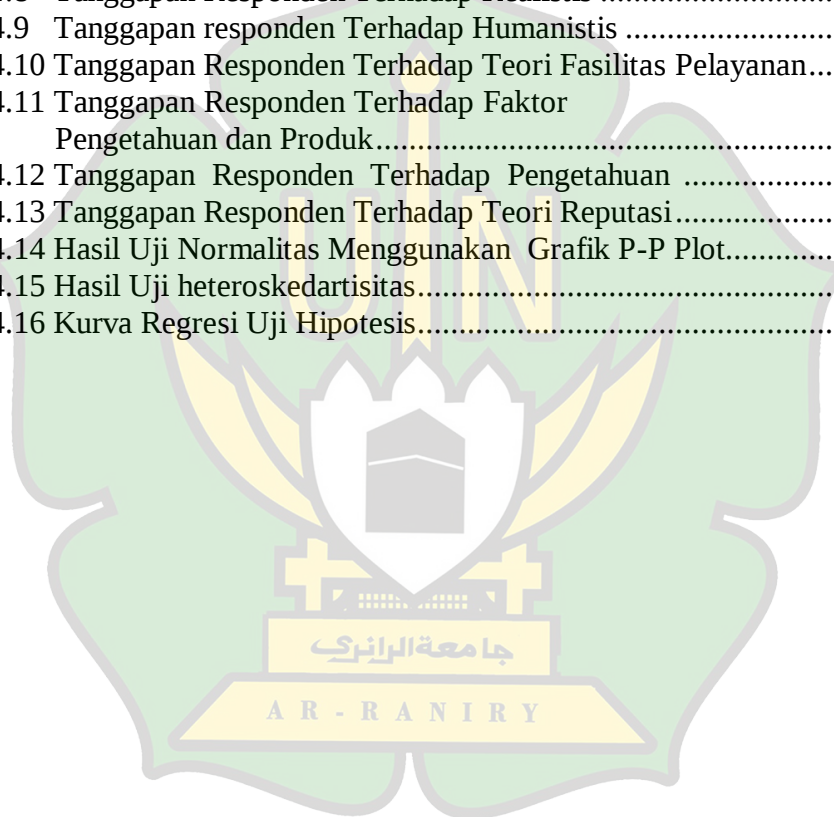
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
JUDUL LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG LEMBAR	
PERNYATAAN KEASLIAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penulisan	5
E. Penjelasan Konsep.....	6
 BAB II KAJIAN TEORI	
A. Penelitian Sebelumnya Yang Relevan	9
B. Nilai Marketing Syariah Terhadap Minat Simpan Pinjam	19
C. Kerangka Berfikir.....	36
D. Hipotesis	36
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Definisi Operasional Variable Penelitian	37
B. Pendekatan Penelitian Dan Metode Penelitian	39
C. Subjek Penelitian Dan Teknik Pengambilan Sampel	40
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Teknik Pengelolaan Dan Analisis Data.....	47
F. Pengujian Hipotesis.....	54
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
B. Pengolahan Data.....	58
C. Pembahasan	63
D. Analisis Data.....	95
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	99
B. Saran.....	100
 DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir	35
Gambar 4.1	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4.2	Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	60
Gambar 4.3	Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
Gambar 4.4	Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Gambar 4.5	Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	63
Gambar 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Teitis.....	66
Gambar 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Etis	67
Gambar 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Realistis	68
Gambar 4.9	Tanggapan responden Terhadap Humanistis	69
Gambar 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Teori Fasilitas Pelayanan.....	79
Gambar 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Faktor Pengetahuan dan Produk.....	80
Gambar 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan	81
Gambar 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Teori Reputasi.....	82
Gambar 4.14	Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-P Plot.....	90
Gambar 4.15	Hasil Uji heteroskedartisitas.....	93
Gambar 4.16	Kurva Regresi Uji Hipotesis.....	97



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian sebelumnya yang relevan	9
Tabel 3.1	Definisi Operasional	37
Tabel 3.2	Jumlah Penduduk Menurut Gampong dan Jenis Kelamin di Kecamatan Kuala Batee	41
Tabel 3.3	Sampel Masyarakat Kuala Batee.....	42
Tabel 3.4	Skala Model Likert	46
Tabel 4.1	Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2	Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3	Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
Tabel 4.4	Pengelompokan Responde Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4.5	Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	62
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Nilai Marketing.....	64
Tabel 4.7	Tanggapan responden terhadap Teitis	66
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Etis	67
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Realistis	68
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Humanistis.....	69
Tabel 4.11	Perhitungan Skala Likert Teitis.....	70
Tabel 4.12	Perhitungan Skala Likert Etis	71
Tabel 4.13	Perhitungan Skala Likert Realistis	72
Tabel 4.14	Perhitungan Skala Likert Humanitis	73
Tabel 4.15	Perhitungan Skala Likert Variabel Nilai Marketing Syariah.....	74
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Minat Simpan Pinjam	76
Tabel 4.17	Tanggapan responden terhadap Teori Fasilitas Pelayanan.....	78
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Teori Lokasi	79
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan dan Produk.....	80
Tabel 4.20	Tabel Tanggapan Responden Terhadap Teori Reputasi	81
Tabel 4.21	Perhitungan Skala Likert Fasilitas Pelayanan	82
Tabel 4.22	Perhitungan Skala Likert Teori Lokasi.....	83
Tabel 4.23	Perhitungan Skala Likert Factor Pengetahuan dan Produk	84
Tabel 4.24	Perhitungan Skala Likert Realistis	85
Tabel 4.25	Perhitungan Skala Likert Minat Simpan Pinjam	86
Tabel 4.26	Hasil Uji Validitas	88
Tabel 4.27	Hasil Uji Realibilitas	89
Tabel 4.28	Hasil Uji Normalitas	90
Tabel 4.29	Hasil Uji Linearitas	91
Tabel 4.30	Hasil Uji heteroskedartistas	92
Tabel 4.31	Koefisien Regresi Sederhana	94
Tabel 4.32	Anova.....	95
Tabel 4.33	Koefisien Determinasi	95
Tabel 4.34	Hasil uji T	96

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pada era globalisasi menuntut kita untuk melakukan pembaharuan baik itu dari segi teknologi, pembelajaran maupun dunia ekonomi. Adapun perkembangan ekonomi yang telah diterapkan yaitu Perbankan Syariah. Berbagai produk perbankan syariah mampu mendorong dan mempercepat kemajuan ekonomi masyarakat sesuai dengan prinsip islam dan diharapkan menjadi dunia ekonomi modern yang menggantikan dan memperbaiki sistem ekonomi konvensional yang berbasis bunga.

Landasan perbankan syariah sebagai bagian dari sistem perbankan nasional berdasarkan ketentuan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, Pasal 1 ayat 2 “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat”, sedangkan pengertian bank syariah sesuai pasal 1 ayat 7 “ bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).¹

Bank yang beroperasi berdasarkan karakteristik islam maksudnya beroperasi sesuai kaidah islam yang menyangkut tata cara bermuamalah yaitu menjahui praktik-praktik yang mengandung unsur riba, mengisi dengan kegiatan

¹ Undang-Undang Perbankan Syariah, (Jakarta : Sinar Grafika, 2008), hal. 3-4

kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan atau usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah seperti bentuk usaha yang telah ada sebelumnya, tetapi tidak dilarang oleh beliau.

Bank berbasis Syariah pertama kali diterapkan di Aceh yaitu Bank Aceh, sesuai dengan Undang-Undang nomor 21 tahun 2008 menjelaskan : Mengatur tentang prinsip syariah yang digunakan, serta menganut demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Ketentuan fungsi bank syariah juga dipaparkan, dengan tujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional yang meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Pada tahun 2020 Aceh mewajibkan semua bank berbasis syariah. Salah satunya yang terbentuk adalah Bank Syariah Indonesia telah berganti dari bank konvensional menjadi Bank Syariah. Kehadiran Bank Syariah Indonesia ditengah-tengah masyarakat mampu bersaing dengan Bank Syariah Lainnya yang melayani nasabah dengan produk-produk yang sesuai dengan syariat seperti produk penghimpunan dana, tabungan Bank Syariah Indonesia, Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia, Gadai Bank Syariah Indonesia, simpan pinjam dan produk-produk lainnya yang dikerjakan sesuai dengan karakteristik marketing syariah.²

Peraturan yang mengatur mengenai bank syariah adalah UU No. 7 Tahun 1992. Bank syariah pada masa ini masih berbentuk pengkreditan rakyat. Fakta bahwa bank perkreditan rakyat ini beroperasi sesuai dengan aturan dan peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah adalah yang membedakannya. Landasan hukum bagi koperasi jasa keuangan syariah dan unit jasa keuangan syariah semakin

² Undang-Undang No.21 Tahun 2008, Tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 Butir 23

diperkuat dengan disahkannya UUD Nomor 20 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah merupakan upaya untuk memberikan penjelasan yang komprehensif tentang bagaimana bank syariah beroperasi. Di dalamnya diatur tentang jenis usaha, cara penerapan prinsip syariah, cara pembagian uang, dan kemudahan berbisnis.

Bank Syariah Indonesia memiliki Kantor Cabang Pusat di seluruh Aceh, baik itu Kabupaten maupun Kecamatan, salah satunya di Kecamatan Kuala Batee yang merupakan salah satu daerah yang kental akan syariat islamnya, pengaruh bank syariah Indonesia ini menjadi tolak ukur masyarakat Kuala Batee untuk bergabung menjadi nasabah di bank tersebut.

Bank Syariah Indonesia kcp Kuala Batee adalah bank yang masih sangat baru di kalangan masyarakat, berganti dari bank konvensional menjadi bank syariah, dimana produk-produk yang di berikan untuk nasabah sesuai dengan nilai marketing syariah yang tercantum dalam undang-undang pemerintahan Indonesia, hampir sebagian masyarakat Kuala Batee banyak yang memilih untuk berdagang, berkebun, berinvestasi dan berbisnis lainnya yang pastinya memerlukan modal usaha. Bank Syariah Indonesia hadir dengan produk simpan pinjam yang dapat mendorong masyarakat untuk memulai usaha dengan pinjaman dari bank yang melalui akad Kerjasama atau mudarabah..

Secara teknis, mudarabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (Shahibul Maal) menyediakan 100% modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Kerugian ditanggung pemilik modal jika

kerugian bukan akibat kelalaian pengelola dan jika kerugian itu akibat kelalaian pengelola maka pengelola yang harus menanggung kerugian.³

Secara umum mudarabah terbagi menjadi dua jenis, mudarabah mutlaqah dan mudarabah muqayyadah.

a) Mudarabah mutlaqah adalah bentuk kerjasama antara pemilik modal yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan wilayah bisnis. Dalam pembahasan fikih, sering kali dicontohkan dengan ungkapan *if al ma syi'ta* (lakukanlah sesukamu) dari shahibul maal kepada mudharib. Artinya, pemilik modal memberikan kekuasaan yang sangat besar kepada pengelola.

b) Mudarabah muqayyadah atau disebut juga dengan istilah restricted mudarabah/ spesified mudarabah adalah kebalikan dari mudarabah mutlaqah. Si pengelola modal dibatasi dalam hal jenis usaha, waktu, dan tempat usaha. Pembatasan ini sering kali mencerminkan kecenderungan umum si pemilik modal dalam memasuki jenis usaha.⁴

Berdasarkan beberapa uraian diatas, maka peneliti merasa perlu mengangkat permasalahan tersebut kedalam sebuah penelitian yang berjudul

Pengaruh Nilai Marketing Syariah Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee Terhadap Minat Simpan Pinjam Masyarakat Kuala Batee.

³ Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktik, (Cet. I, Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 95.

⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktik, (Cet. I, Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 127

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar Belakang, Pemasalahan Penelitian dirumuskan dengan tegas dan jelas, sehingga mudah diketahui ruang lingkup masalah dan arah kegiatan yang akan dilakukan. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Adakah pengaruh nilai markering syariah bank syariah ndonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee?
2. Seberapa besar pengaruh nilai markering syariah bank syariah Indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh nilai markering syariah bank syariah ndonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh nilai markering syariah bank syariah Indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee

D. Manfaat Penulisan

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan berguna untuk memberikan pengetahuan pengujian ilmiah mengenai minat simpan pinjam bank syariah Indonesia.
2. Bagi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pusat Kuala Batee, dapat dijadikan masukkan dalam mengevaluasi dan meningkatkan pelayanan terhadap nasabah yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

3. Bagi masyarakat Kuala Batee, dapat menjadi acuan dalam mengambil keputusan untuk simpan pinajm di Bank Syariah Indonesia.

E. Penjelasan Konsep

Agar tidak terjadi kesalahpahaman para pembaca dalam memahami istilah-istilah yang terdapat dalam penulisan ini, penulis merasa perlu untuk menjelaskan. Adapun istilah-istilah yang dimaksud, diantaranya:

1. Pengaruh

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* 2015: 1045 pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Sedangkan menurut Surakhmat adalah kekuatan yang muncul dari suatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan yang membentuk kepercayaan atau perubahan

2. Nilai

Nilai merupakan sesuatu yang memberi makna pada hidup, memberi acuan, titik tolak, dan tujuan hidup. Nilai adalah sesuatu yang dijunjung tinggi, yang dapat mewarnai dan menjiwai tindakan seseorang. Dilihat dari segi Sumbernya maka nilai terbagi menjadi dua, yaitu Nilai yang turun bersumber dari Allah SWT yang disebut dengan nilai illahiyyah dan nilai yang tumbuh dan berkembang dari peradaban manusia sendiri yang disebut dengan nilai insaniah. Kedua nilai tersebut selanjutnya membentuk norma-norma atau kaidah-kaidah kehidupan yang dianut dan melembaga pada masyarakat yang mendukungnya.⁵

⁵ Ramayulis, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: KALAM MULIA, 2012), hal. 250

3. Marketing syariah

Marketing syariah sendiri menurut definisi adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi Pemasaran syariah dijalankan berdasarkan konsep keIslaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Menurut Hermawan Kartajaya, nilai inti dari Pemasaran syariah adalah Integritas dan transparansi, sehingga marketer tidak boleh bohong dan orang membeli karena butuh dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, bukan karena diskonnya.⁶

4. Minat

Menurut Ahmad Susanto, “minat merupakan dorongan dari dalam diri seseorang atau faktor yang menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu obyek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan dan lama kelamaan akan mendatangkan kepuasan dalam dirinya”⁷. Sedangkan menurut Djali, minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri.⁸

5. Simpan Pinjam

Menurut supriyanto merupakan koperasi yang anggotanya terdiri dari orang-orang yang mempunyai kepentingan langsung dalam hal pinjaman yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada anggotanya agar memperoleh pinjaman dengan

⁶ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2009) h. 256

⁷ Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 58

⁸ Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 121

mudah dan bunga yang ringan serta didasarkan atas kepercayaan.⁹ Adapun menurut Rudianto pengertian koperasi simpan pinjam adalah: “Simpan pinjam adalah koperasi yang bergerak dalam bidang pemupukan simpanan dana para anggotanya, untuk kemudian dipinjamkan kembali kepada para anggota yang memerlukan bantuan dana”¹⁰



⁹ Supriyanto , Tata Kelola Koperasi Kredit atau Koperasi Smpn Pinjam, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2015), hal. 23

¹⁰ Rudianto. *Akuntansi Koperasi* , Edisi Kedua, (Jakarta: Erlangga, 2010), hal. 51

BAB II KAJIAN TEORI

A. Penelitian Sebelumnya yang Relevan

Tabel. 2.1 Penelitian sebelumnya yang relevan

No	Judul penelitian	Nama peneliti	Hasil penelitian	Perbedaan
1	Minat Masyarakat dalam Menggunakan Produk Koperasi Syariah Ar-Rahman Kota Palangka Raya	Anzelika Sari	Penelitian yang telah dilakukan oleh Anzelika Sari (2019) Hasil analisis yang diperoleh dari bagaimana minat masyarakat Kota Palangka Raya terhadap produk yang ditawarkan oleh koperasi syariah menunjukkan bahwa masyarakat yang dimaksud oleh peneliti adalah anggota koperasi, dan diketahui berminat terhadap koperasi syariah Ar-	Penelitian yang dilakukan oleh Anzelika Sari ialah Minat Masyarakat dalam Menggunakan Produk Koperasi Syariah Ar-Rahman Kota Palangka Raya sedangkan peneliti akan melakukan penelitian terhadap nilai marketing syariah bank BSI

			Rahman. Selain karena pembayaran yang tidak memberatkan, koperasi ini juga membantu masyarakat yang sedang memerlukan tambahan modal untuk usaha. Hal tersebut sangat menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk yang telah disediakan oleh koperasi syariah Ar-Rahman.¹¹	terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee.
2	Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi nasabah KSP Surya Abadi Mandiri	Nugraha Masruri Siregar	Penelitian yang telah dilakukan, diperoleh Uji statistik yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi	Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha Masruri Siregar mengenai Faktor yang

¹¹ Anzelika Sari, Minat Masyarakat dalam Menggunakan Produk Koperasi Syariah Ar-Rahman Kota Palangka Raya, Skripsi : Institut Agama Islam Palangka Raya, 2019), hal. 93

	Muhammadiyah Mencirim Medan		klasik, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, uji hipotesis dengan bantuan SPSS 16.0. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel lokasi menunjukkan nilai t = 4.122 dengan nilai signifikansi sebesar $0.00 < 0.05$ atau nilai t hitung $4.122 > t$ tabel 1.656, maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama diterima. Artinya ada pengaruh lokasi terhadap variabel Y. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel pelayanan menunjukkan nilai t =	mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah KSP Surya Abadi Mandiri Muhammadiyah Mencirim Medan sedangkan peneliti akan melakukan penelitian terhadap nilai marketing syariah bank BSI terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee.
--	---	--	---	--

			8.549 dengan nilai signifikan sebesar 0.00 < 0.05 atau nilai t hitung 8.549 > t tabel 1.656 dapat disimpulkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan hasil uji F untuk faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah adalah lokasi, pelayanan dan keputusan nasabah adalah 0.00 < 0.05 dan nilai F hitung 298.405 > F tabel 2.67, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti lokasi,	
--	--	--	--	--

			pelayanan dan keputusan nasabah berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah.¹²	
3	Pengaruh Unit Simpan Pinjam Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Desa	Eka Kusuma Ramadani, Dewi Oktayani	Hasil penelitiannya untuk kuesioner yaitu semua pernyataan normal dengan nilai signifikan $0.140 > 0.05$, karena nilai signifikan > 0.05 maka H_0 diterima (normal). Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa, anatar variabel (X) Unit Simpan Pinjam (USP) dan	Penelitian yang dilakukan oleh Eka Kusuma Ramadhani dan Dewi Oktayani mengenai Pengaruh Unit Simpan Pinjam Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Desa sedangkan peneliti akan

¹² Nugaraha Masruri Siregar, Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi nasabah KSP Surya Abadi Mandiri Muhammadiyah Mencirim Medan, Skripsi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2020), hal. 47

			variabel (Y) Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat memiliki pengaruh yang signifikan dengan angka signifikan < 0.05 yaitu $0.000 < 0.05$. karena berdasarkan hipotesis, jika nilai signifikan < 0.005 maka dinyatakan berpengaruh (H_a diterima). Berdasarkan uji determinasi (R^2) diketahui R square sebesar 0.380 angka tersebut disebut juga sebagai koefisien determinasi. Besarnya angka 0.380 sama dengan 38% , artinya 38% variabel Unit	melakukan penelitian terhadap nilai marketing syariah bank BSI terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee.
--	--	--	--	--

			Simpan Pinjam mempengaruhi variabel Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. Sementara sisanya dari (100% - 38%) yaitu 62% Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Berdasarkan hasil hipotesis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Unit Simpan Pinjam berpengaruh terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat terbukti. Hal ini dapat	
--	--	--	--	--

			ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 serta nilai koefisien regresi 0.239 maka dapat disimpulkan bahwa Unit Simpan Pinjam (USP) memberikan kontribusi dalam meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Penebal. Untuk menguji hipotesis penelitian ini, digunakan teknik <i>regression</i>. Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis yang meliputi: melihat pengaruh antara Unit Simpan Pinjam (USP) terhadap Peningkatan	
--	--	--	---	--

			Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. Berdasarkan uji regresi untuk hipotesis yang peneliti lakukan, terdapat pengaruh yang signifikan antara Unit Simpan Pinjam (USP) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat dengan nilai signifikannya $0.000 < 0.05$. Hal ini karena, untuk uji regresi jika nilai signifikannya < 0.05 maka uji tersebut dinyatakan memiliki pengaruh (H_a diterima). Namun jika nilai signifikannya > 0.05 maka uji tersebut dinyatakan tidak berpengaruh (H_o	
--	--	--	--	--

			ditolak). ¹³	
--	--	--	-------------------------	--

B. Nilai Marketing Syariah Terhadap Minat Simpan Pinjam

1. Nilai Marketing Syariah

a. Pengetian Nilai Marketing Syariah

Nilai adalah mengacu kepada gaya hidup, titik tolak seseorang serta nilai-nilai yang berkembang secara teratur sehingga tingkah laku menjadi lebih konsisten dan mudah di perhatikan. Menurut Steeman, nilai adalah sesuatu yang memberikan makna dalam hidup, yang memberi acuan, titik tolak dan tujuan hidup. Sesuatu yang dijunjung tinggi, yang dapat mewarnai dan menjiwai tindakan seseorang.¹⁴

Nilai menurut Rokeach merupakan suatu keyakinan yang dalam tentang perbuatan, tindakan atau perilaku yang dianggap jelek.¹⁵ Sedangkan menurut Linda dan Richard yang dimaksud dengan nilai ialah standar-standar perbuatan dan sikap yang menentukan siapa kita, bagaimana kita hidup dan bagaimana kita memperlakukan orang lain.¹⁶

Definisi lainnya oleh Tyler yang mengemukakan bahwa nilai adalah suatu objek, aktivitas atau idea yang dinyatakan oleh individu yang mengendalikan

¹³ Eka Kusuma Ramadani, Dewi Oktayani, Pengaruh Unit Simpan Pinjam Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Desa, *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 2, Oktober 2020, hal. 138-149

¹⁴ Andisusilo, Panduan Pintar Ekspor Impor, (Jakarta : Transmedia, 2013) hal. 56

¹⁵ Djemari Mardapi, Teknik Penyusunan Tes dan Non Tes, Yogyakarta: Mitra Cendikia Press, 2008), hal. 106

¹⁶ Adisusilo, Panduan Pintar Ekspor Impor, (Jakarta : Transmedia, 2013), hal. 57

pendidikan dalam mengarahkan minat, sikap dan kepuasan.¹⁷ Berdasarkan beberapa definisi diatas mengenai nilai, dapat dikatakan bahwa nilai merupakan keyakinan dalam menemukan suatu pilihan atau kecenderunagn seseorang dalam mengambil keputusan yang memuaskan diri.

Sedangkan syariah marketing meyakini bahwa perbuatan yang dilakukan seseorang akan dimintai pertanggung jawabannya kelak, selain itu syariah marketing mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral di dalam pelaksanaannya. Hal inilah yang membedakan antara syariah marketing dengan marketing konvensional.¹⁸ Istilah marketing berasal dari kata market yang artinya pasar, pasar dapat diartikan sebagai tempat dimana terjadinya kontrak antara penawaran dan permintaan yang dapat terjadi dimana saja dan kapan saja, tidak dibatasi waktu.¹⁹

Jadi syariah marketing sendiri merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari seorang produsen atau perusahaan atau perorangan kepada orang lain dan dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip bisnis dalam Islam. Sedangkan marketing konvensional menurut Kotler yaitu terdiri atas semua aktivitas yang dirancang untuk menghasilkan dan memfasilitasi setiap

¹⁷ Mardapi, Djemari, *Teknik Penyusunan Instrumen Tes dan Non Tes*, Jakarta: Mitra Cendikia Offset, 2008 , hal. 106

¹⁸ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012, hal.156.

¹⁹ Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi yang Kreatif fan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2010, hal. 18

pertukaran yang dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen.²⁰

Tujuan kegiatan marketing diatas adalah sama-sama untuk mengambil kepercayaan konsumen agar membeli jasa perusahaan yang ditawarkan serta mengenalkan produk jasa apa saja yang terdapat di perusahaan tersebut. Namun perbedaannya didalam marketing konvensional lebih menitik beratkan evaluasi keinginan dan kebutuhan konsumen, sedangkan dalam syariah marketing selain memenuhi kebutuhan konsumen tersebut juga di dasari dengan prinsip-prinsip bisnis menurut islam.

Adapun marketing syariah terdiri atas 4 diantaranya, Teistis (*rabbaniyyah*) yang menyakini bahwa hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan, kemudian Etis (*akhlaqiyyah*) mengedepankan masalah akhlaq dalam seluruh aspek kegiatannya, Realistis (*al-waqi'yyah*) berpenampilan bersih, rapih dan bersahaja apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan serta Humanistis (*insaniyyah*) melayani manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa memperdulikan ras.²¹ Adapun pendapat lainnya mengenai Marketing Syariah yang memiliki beberapa karakteristik yang menjadi acuan dalam penerapannya terhadap nasabah. Ada empat karkteristik yang terdapat pada marketing syariah yaitu (1) Theitis (Rabbaniyah); (2) Etis (Akhlaqiyah); (3)Realistis (Al Waqi'iyyah);(4) Humanistis (Al Insaniyyah):²²

²⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penarapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: ANDI, 2014, hal. 2

²¹ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 22-24.

²² Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: (Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal.40

a. Teistis (*rabbaniyyah*)

Jiwa pemasar syariah percaya bahwa hukum syariah ilahi adalah hukum yang paling adil, sehingga mereka akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran. Inilah salah satu ciri pemasaran syariah. Ketaatan hukum Islam harus dipertahankan setiap saat selama setiap langkah. Marketer syariah mengakui bahwa peraturan Agama ini adalah yang terbaik, terbaik mutlak, paling cocok untuk semua jenis kebaikan dan paling siap untuk mencegah semua jenis kerusakan.

Seorang pemasar syariah akan terus merasa bahwa Allah mengawasinya, meskipun ia tidak dapat melihat Allah. Ini akan membantunya menghindari menipu orang lain dengan apa pun dan semua barang yang dia jual. Karena seorang pemasar syariah berkeyakinan bahwa apapun yang dilakukannya akan dimintai pertanggungjawaban dan dipertanggungjawabkan di kemudian hari, di hari kiamat.

عَنْ عَمْرِو بْنِ عَوْفٍ الْمُزَنِيِّ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الصُّلْحُ جَائِزٌ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ إِلَّا صُلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا قَالَ أَبُو عِيسَى هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ (رواه الترمذ) ⁸

Artinya: Dari Amr bin 'Auf al-Muzani r.a dari ayahnya dari kakeknya bahwa sesungguhnya Rasulullah Saw bersabda: Perdamaian diperbolehkan di antara kaum muslimin kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram. Dan kaum muslimin boleh menentukan syarat kecuali

syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram. Abu Isa berkata hadits ini hasan shahih. (HR. at-Tirmidzi)²³

b. Etis (*akhlaqiyyah*)

Karakteristik lain dari pemasar syariah adalah mereka sangat menjunjung tinggi masalah moral dalam setiap aspek operasinya. Pemasaran syariah adalah gagasan pemasaran yang menerapkan nilai moral dan etika yang bersifat universal, tanpa memandang agama. Dalam menjalankan aktivitas pemasarannya, seorang pemasar syariah harus menjunjung tinggi etika, salah satunya adalah menghindari janji-janji manis yang tidak benar dan selalu mengutamakan kejujuran dalam menjelaskan kualitas produk.

hadits dari Abu Hurairah Radhiyallahu ‘Anhu, Rasulullah Shallallahu ‘Alaihi Wasallam bersabda:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

Artinya: “Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan keshalihan akhlak.” (HR. Al-Baihaqi).²⁴

c. Realistis (*al-waqi'yyah*)

Pemasaran Islami adalah konsep pemasaran yang fleksibel bukan yang eksklusif, fanatik, anti-modern. Pemasar yang mematuhi syariah tidak harus bertindak seperti orang Arab atau melarang ikatan. Namun, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan, para pemasar syariah dituntut untuk menjaga penampilan tetap bersih, rapi, dan bersahaja. Masuk akal karena pemasaran syariah

²³ Haris, Muhammad, Ayat dan Hadist Mudharabah, Musyarakah, Muzaraah, Musaqaah (Telaah Filosofi, Sosiologi, Yuridis Perfektif Hukum di Indonesia), *Jurnal Syariah dan Hukum Bisnis*, Vol. 1, No. 2, 2022 : 117

²⁴ Muhammad Iqbal Fasa, dkk, Eksistensi Bisnis Islami di era Revolusi 4.0, (Bandung: Widi Bhakti Persada, 2020), Hal. 120

jauh lebih mudah beradaptasi daripada pemasaran konvensional dalam hal interpretasi dan penerapan hukum. Rasulullah SAW berkata untuk membersihkan segala sesuatu karena Islam dibangun atas kebersihan,

تَنْظِفُوا بِكُلِّ مَا اسْتَطَعْتُمْ فَإِنَّ اللَّهَ تَعَالَى بَنَى الْإِسْلَامَ عَلَى النِّظَافَةِ وَلَنْ يَدْخُلَ الْجَنَّةَ إِلَّا كُلُّ نَظِيفٍ

Artinya: "Bersihkanlah segala sesuatu semampu kamu. Sesungguhnya Allah ta'ala membangun Islam ini atas dasar kebersihan dan tidak akan masuk surga kecuali setiap yang bersih." (HR Ath-Thabrani).²⁵

d. Humanistik (*insaniyyah*)

Pandangan humanistiknya bersifat universal, yang merupakan keistimewaan lainnya. Menurut pandangan humanistik, syariah dibuat untuk manusia agar akhlaknya berkembang, fitrah kemanusiaannya terjaga, dan aturan syariah dapat mengatur sifat-sifat negatifnya. Hukum Islam dirancang untuk semua orang berdasarkan kapasitasnya, tanpa memandang ras, warna kulit, kebangsaan, atau status, memastikan bahwa cita-cita pemasaran Islam bersifat universal. Adapun hadist yang menjelaskan tentang humanistik :

أَيُّ الْإِسْلَامِ خَيْرٌ قَالَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - أَنَّ رَجُلًا سَأَلَ النَّبِيَّ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا - عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو
تُطْعِمُ الطَّعَامَ، وَتَقْرَأُ السَّلَامَ عَلَى مَنْ عَرَفْتَ وَمَنْ لَمْ تَعْرِفْ

Artinya: Dari Abdullah bin Umar, ia berkata, "Seorang laki-laki bertanya kepada Nabi SAW: 'Bagaimanakah Islam yang paling baik?' Nabi SAW menjawab:

²⁵ Djamaluddin Ahmad Al-Buny, Keteladanan Hidup Nabi Muhammad Saw, Yogyakarta : Mitra Pustaka, 2003), hal : 95-96

*'Memberi makan (orang-orang miskin), mengucapkan salam kepada orang yang engkau kenal dan orang yang tidak engkau kenal.'*²⁶

Ada 5 Kriteria penentuan kualitas jasa pelayanan menurut Vincent Gasperz yaitu:

- a. Kecakapan, pelayanan yang ramah serta selalu siap menolong.
- b. Respon atau tanggapan, kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah, keluhan yang disampaikan pelanggan
- c. Keyakinan pengetahuan dan kecakapan karyawan.
- d. Empati bertanggung jawab atas barang dan memberikan perhatian individu kepada pelanggan.
- e. berwujud, kerapian dan kebersihan kantor, dan tata ruang.²⁷

b. Strategi Marketing Syariah

1) Cara Kerja Marketing Syariah

Dalam ilmu pemasaran, kita mengenal gagasan tradisional tentang Marketing mix, yang menyatakan bahwa untuk menembus pasar, sejumlah strategi diperlukan untuk setiap komponen yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), promosi (*Promotion*), dan lokasi (*Location*). Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) di aplikasikan pada pemasaran syariah pada jaman Nabi Muhammad saw, yaitu:

a) Produk (*product*)

Apa pun yang ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan adalah produk. Produk membantu pelanggan memuaskan keinginan dan

²⁶ Shofaussamawati, Iman dan Kehidupan Sosial, *Jurnal Studi Hadis*, STAIN Kudus, Vol 2, No.2, 2016, hal: 223

²⁷ Sutanto, Daniel. "Pengaruh pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Etam Mandiri di Samarinda". *Jurnal Fakultas Ekonomi*. No.18. Vol. 2. 2013

kebutuhan mereka. Penawaran atau solusi adalah nama lain untuk suatu produk.²⁸ Dalam praktiknya, Nabi Muhammad SAW menggunakan elemen produk untuk menjelaskan kualitas produk yang dijualnya. Pelanggan selalu menerima barang dengan kualitas yang sama dengan yang mereka pesan. Ia mengingatkan, jika ada ketidaksesuaian, nasabah berhak khiyar, yaitu membatalkan jual beli.²⁹

Sekali lagi, bisnis Nabi Muhammad sangat bergantung pada kejujuran. Terlepas dari kesulitan dan kelangkaannya, kejujuran adalah strategi yang paling hemat biaya. Pelanggan akan percaya kepada kita jika kita selalu terbuka dan jujur kepada mereka tentang kelebihan dan kekurangan suatu produk. Mereka tidak akan merasa dibohongi dengan ucapan kita dan melakukan riba yang berlebihan. Rasulullah bersabda:

وَعَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: (الرِّبَا ثَلَاثَةٌ وَسَبْعُونَ بَابًا أَيْسَرُهَا مِثْلُ أَنْ يَنْكِحَ الرَّجُلُ أُمَّهُ، وَإِنَّ أَرْبَى الرِّبَا عَرَضُ الرَّجُلِ الْمُسْلِمِ) رَوَاهُ ابْنُ مَاجَةَ مُخْتَصَرًا، وَالْحَاكِمُ بِتَمَامِهِ وَصَحَّحَهُ

Artinya: Dari Abdullah Ibnu Mas'ud RA bahwa Nabi Muhammad SAW bersabda:

“Riba itu mempunyai 73 pintu, yang paling ringan ialah seperti seorang laiki-laki menikahi ibunya dan riba yang paling berat ialah merusak kehormatan seorang muslim” (HR. Ibnu Majah)³⁰

²⁸ Veithzal Rivai, Islamic Marketing, Jakarta: (Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal. 12

²⁹ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, Manajemen Bisnis Syariah, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 268

³⁰ Misra Gulam . D, Menguak Alasan dibalik Minimnya Nasabah Pengguna Bank Syariah di Gorontalo, Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Audit Syariah, Vol.1, No.1, 2021 : hal. 43

b) Harga (*price*)

Harga mengacu pada jumlah uang yang kita berikan untuk memiliki dan menggunakan suatu produk. Tjiptono, menyatakan bahwa biaya merupakan berapa rupiah yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan satu barang dan biaya wajar akan mudah menarik pembeli³¹. Keller dan Kotler (2012:405) Harga ialah satu bagian bauran pemasaran yang mendatangkan uang dan paling mudah diubah. Harga tetap sangat penting untuk bisnis³².

Sementara itu Lupiyoadi mengatakan strategi penetapan harga berperan penting dalam memberikan nilai kepada pelanggan, mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk, dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, harga memainkan bagian penting dalam menentukan pasar dan tingkat keuntungan. Oleh karena itu, jelas dari pengertian para ahli tersebut bahwa harga ialah jumlah yang harus diserahkan oleh pelanggan untuk dapat mengkonsumsi atau memiliki barang atau jasa. Karena harga dikatakan sesuai, yaitu jika harga yang diserahkan sesuai dengan produk atau jasa yang diberikan, maka citra produk atau jasa juga dapat dilihat dari harganya.³³

Pada era Nabi Muhammad saw, ia memerintahkan para pengusaha untuk tegas dalam memberikan harga agar tidak menimbulkan kebingungan konsumen.

³¹ Fandi Tjiptono. *Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014), hal. 42

³² Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane.. *Marketing Management (14 th)*. (United State : Pearson, 2012), hal. 405

³³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 95.

Rasulullah saw bersabda :

بِمِثْلِ مِثْلًا بِالْمِلْحِ وَالْمِلْحُ بِالْتَّمْرِ وَالتَّمْرُ بِالشَّعِيرِ وَالشَّعِيرُ بِالْبُرِّ وَالْبُرُّ بِالْفِضَّةِ وَالْفِضَّةُ بِالذَّهَبِ
سَوَاءٌ فِيهِ وَالْمُعْطَى الْآخِذُ أَرَبَى فَقَدْ اسْتَزَادَ أَوْ زَادَ فَمَنْ يَدَّ

Artinya: Telah mngabarkan kepada Ishaq bin Ibrahim, ia menceritakan kepada kami Sufyan dari az-Zuhri dari Malik bin Aus bin al- Hadatsan bahwa ia mendengarkan Umar bin al-Khatbah berkata: Rasulullah saw bersabda: Menukar emas dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, jelai dengan jelai, kurma dengan kurma, dan garam dengan garam. Apabila barang yang ditukar itu berlainan jenis lakukanlah sesukamu asal tunai. (H.R. Muslim no. 1583)³⁴

Harga Itu harus dilakukan sesuai dengan nilai barang saat membeli dan menjual. Ini pada akhirnya akan membantu bisnis karena kepercayaan pembelanja akan tercapai dengan sendirinya.

c) Promosi (*promotions*)

Perusahaan secara aktif terlibat dalam kegiatan yang dikenal sebagai promosi untuk menarik pelanggan agar membeli produk mereka. Dalam mempromosikan bisnis atau organisasi harus berpegang pada prinsip kejujuran dan menghindari penipuan. Media dan fasilitas yang sesuai..dengan..syariah harus digunakan. Menurut Basu Swasta “Dalam pemasaran, promosi adalah aliran

³⁴ Muhammad Tsani. A, Hadis Tentang Uang: Analisis Syarah terhadap Nilai Uang dalam Perspektif Ekonomi Islam, Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin, Vol.2, No.1, 2022: hal. 140-141

informasi atau persuasi satu arah yang dirancang untuk mendorong individu atau organisasi untuk mengambil tindakan tertentu yang menghasilkan pertukaran.”³⁵

d) Tempat (*place*)

Nabi Muhammad SAW melarang pemutusan saluran distribusi pada saat itu. Nabi Muhammad (SAW) melarang menyongosong (mencegat) pedagang ketika datang ke pasar (sebelum tiba di pasar).³⁶

Dalam menjalankan kegiatannya konsep Marketing Syariah mempunyai tujuan bisnis yang dilakukan dengan kejujuran, selain mengejar keuntungan, adalah untuk mendapatkan ridha Allah. Adapun cara pemasaran syariah :

1) Strategi Marketing

Rencana yang menentukan pasar sasaran (*targeting*) dan secara akurat memposisikan produk di benak pelanggan yang lebih setia pada satu merek daripada merek lainnya.

2) Program marketing

Komponen pemasaran program meliputi produk, harga, tempat, promosi, kekhasan, dan pesan alternatif.

3) *Value Marketing*

Nilai yang diyakini pelanggan sebagai merek atau sekumpulan barang atau jasa bernilai. Jika nilainya bagus, maka hati pelanggan akan direbut oleh upaya pemasaran.

³⁵ Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani, cet. ke-7, 2008, h. 171.

³⁶ Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad: Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad saw*, (Bandung: Karya Kita, 2007), hal. 50

4) *Soul Marketing*

Upaya untuk menggerakkan daya tarik pasar rasional, emosi dan spiritual.

5) Implementasi

Implementasi harus memperhitungkan manfaat, kerugian baik, halal, haram, riba, dan keberkahan dari produk yang dinikmati untuk menghasilkan transaksi bisnis yang diinginkan yang dicapai organisasi, dalam penelitian ini BSI KCP Kuala Batee.

2) **Etika Markting Syariah**

Etika dalam marketing syariah menurut Hernawan kertajaya dan Sula ada sembilan, yaitu:³⁷

a) Memiliki Kepribadian Spiritual

Setiap muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah, bahkan dalam keadaan sesibuk apapun dengan aktifitasna, ia hendaknya sadar akan prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh Maha Pencipta.

b) Berperilaku baik dan simpati (*Shiddq*)

Berperilaku baik yang dimaksud seperti sopan santun, tidak membedakan status, memprioritaskan orang yang lebih tua, ibu hamil dan menyusui.

³⁷ Hermawan Kertajaya dan Syakir Sula, *Marketing Syariah*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), hal. 28-42

c) Berperilaku adil dalam bisnis (*Al-Adl*)

Berbisnis secara adil adalah wajib hukumnya dalam semua aspek ekonomi yang menekankan keadilan dan produktivitas, kejujuran dalam perdagangan serta kompetisi yang tidak merugikan.

d) Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*)

Melayani customer dengan rendah hati, sabar saat menjelaskan produk, sopan dan bersahabat saat berelasi.

e) Menepati janji dan tidak curang

Menjaga amanah yang telah dipercayakan kepadanya dan tidak mengambil kesempatan yang menguntungkan pribadi.

f) Jujur dan terpercaya (*Al-amanah*)

Dapat melaksanakan program dengan jujur tanpa ada maksud tertentu serta menjaga sesuatu yang telah dititipkan.

g) Tidak suka berburuk sangka (*Su 'uzh-zhan*)

Saling menghormati dalam perilaku bisnis dan tidak berburuk sangka terhadap pengusaha lain ketika mendapat kerugian.

h) Tidak suka menjelek-jelekkan (*Ghibah*)

Tidak boleh menjelekkan pengusaha lain yang memiliki produk yang sama.

i) Tidak melakukan suap (*Risywah*)

Dalam Islam menuap hukumnya haram, dan menuap termasuk dalam kategori harta orang lain dengan cara batil.

Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo mengatakan bahwa dalam bisnis Islami sangat mengedepankan adanya konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual pembeli, sampai dari Allah SWT. Dengan demikian, aktivitas pemasaran harus didasari pada etika dalam pemasarannya. Beberapa kiat dan etika Rasulullah SAW dalam membangun citra dagangannya adalah:

- a. Penampilan dagang Rasulullah SAW adalah tidak membohongi pelanggan, baik menyangkut besaran (kuantitas) maupun kualitas.
- b. Pelayanan Pelanggan yang tidak sanggup membayar kontan hendaknya diberi tempo untuk melunasinya, selanjutnya pengampunan (bila memungkinkan) hendaknya diberikan jika ia benar dan sanggup membayarnya.
- c. Persuasi Menjauhi sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang.
- d. Pemasaran. Hanya dengan kesepakatan bersama. Dengan suatu usulan dan penerimaan, penjualan akan sempurna.

2. Konsep Minat Masyarakat

a. Pengetian Minat Masyarakat

Minat merupakan suatu sikap batin dalam diri seseorang maka tumbuh nya minat itu bermuara pada berbagai dorongan batin (motives). Berbagai motif harus digerakkan sehingga dapat menjadi sebuah motivasi yang kuat untuk mencapai sesuatu.³⁸ Crow and crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan

³⁸ Ngilim Purwanto, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hal. 71

orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.³⁹ Jadi minat tidak hanya di ekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa masyarakat lebih menyukai sesuatu dari pada yang lainnya, tetapi dapat juga di implementasikan melalui partisipasi aktif dalam suatu kegiatan.

Adapun masyarakat adalah suatu kelompok manusia yang hidup secara bersama-sama dalam satu wilayah dimana adanya interaksi yang terjadi di dalamnya antara individu- individu yang ada dikelompok tersebut. Dengan demikian, Minat masyarakat adalah keinginan yang tumbuh dalam diri masyarakat terhadap suatu yang disenangi atau yang dibutuhkan.

Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/ produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan sesuatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian yang diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.⁴⁰

Adapun minat masyarakat adalah suatu keinginan yang tumbuh dari dalam diri masyarakat terhadap sesuatu yang disenangi atau dibutuhkan. Pilihan masyarakat terhadap produk simpan pinjam syariah sangat ditentukan oleh apakah ia berminat atau tidak. Di dalam minat terkandung unsur motif atau dorongan dari dalam diri masyarakat yang merupakan daya tarik untuk melakukan aktivitas atau kegiatan sesuai dengan tujuannya. Timbulnya minat masyarakat terhadap simpan pinjam Syariah juga di penuhi oleh adanya keinginan atau kebutuhan seperti memulai sesuatu usaha tetapi tidak memiliki cukup biaya dan

³⁹ H. Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal. 121

⁴⁰ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), hal. 141

memberanikan diri untuk meminjam ke koperasi syariah dalam hal ini Bank Syariah Indonesia.

b. Unsur-unsur Minat

Unsur-unsur minat yaitu kognisi, emosi, konasi. Menurut Hidayat, ada beberapa penjelasan indikator ketiga unsur-unsur minat, antara lain:

- 1) Kognisi (mengenal) Individu yang memiliki segala hal pada segala keadaan dan mempunyai target-target tertentu dalam mewujudkan keinginannya. Keinginan adalah salah satu faktor pendorong sesuatu yang ingin dituju oleh seseorang.
- 2) Emosi (perasaan) Setiap individu memiliki emosi senang terhadap objek, maka dia condong ingin tahu keterkaitan perasaan dengan minat. Pada umumnya emosi diperlihatkan dengan keingintahuan, dan pertimbangan seseorang.
- 3) Konasi (kehendak) Konasi adalah kemauan atau hasrat seseorang untuk melakukan suatu kegiatan. Minat berhubungan langsung dengan gerak untuk motivasi kita agar condong dengan ketertarikan pada individu, objek, dan aktivitas yang berbentuk pengetahuan dari aktivitas tersebut. Individu yang mempunyai ketertarikan yang tinggi terhadap sesuatu maka timbul suatu yang tinggi yang merupakan suatu ukuran minat seseorang.⁴¹

⁴¹ Noor Komari Pratiwi, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Perhatian Orang Tua, Dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMK Kesehatan Di Kota Tangerang Noor," Jurnal Pujangga Vol. 1, no. No 2 (2015): 75-105

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat

1) Pengetahuan dan Produk

Pengetahuan masyarakat adalah semua informasi yang dimiliki masyarakat mengenai berbagai macam produk dan jasa perbankan syariah. Sosialisasi sangat penting untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang kelebihan dan keunggulan koperasi syariah. Sosialisasi ini melibatkan pemerintah dan semua kalangan masyarakat untuk memperkenalkan koperasi syariah kepada masyarakat.

Produk ialah seperangkat atribut baik berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual, dan pelayanan pabrik serta pelayanan penjual, yang di terima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.⁴²

2) Pelayanan

Istilah pelayanan dapat di persepsikan berbeda-beda dalam konteks yang berlainan. Setidaknya konsep jasa mengacu pada beberapa lingkup definisi utama: industri, output atau penawaran, proses dan sistem kendati keanekaragaman perspektif ini bisa menimbulkan kerancuan, implikasi strateginnya adalah bahwa komponen jasa atau layanan membuktikan bahwa kualitas dari pelayanan memainkan peran strategis dalam setiap bisnis. Dari hasil survey langsung membuktikan bahwa kualitas dari pelayanan merupakan hal yang paling di pertimbangkan masyarakat dalam memilih bergabung pada suatu

⁴² Bukhari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung; Alfabeta 2007), hal. 139

organisasi, sehingga sangat perlu melakukan pelayanan yang sebaik mungkin kepada nasabah agar banyak masyarakat yang mau bertransaksi.⁴³

3) Lokasi

Menentukan lokasi merupakan keputusan penting dalam bisnis yang bertujuan untuk membujuk pelanggan agar datang ke tempat tersebut dalam hal pemenuhan kebutuhannya. Lokasi mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat dalam mendirikan suatu usaha adalah salah satu hal yang sangat menentukan keuntungan bagi perusahaan, pengusaha akan selalu mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi yang tepat adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar.

4) Reputasi

Reputasi bank diartikan sebagai suatu bangunan social yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan yang akhirnya akan menciptakan *brand image* bagi perusahaan. Reputasi yang baik merupakan sumber keunggulan bersaing suatu bank. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia reputasi adalah nama baik, pandangan paling dominan pada literature yang menunjukkan bahwa sikap terhadap merek yaitu reputasi atau penyedia jasa lebih merupakan evaluasi keseluruhan jangka panjang dibanding elemen kepuasan. Sedangkan menurut Joko Cahyono, reputasi adalah persepsi kualitas berkaitan dengan nama dan akan

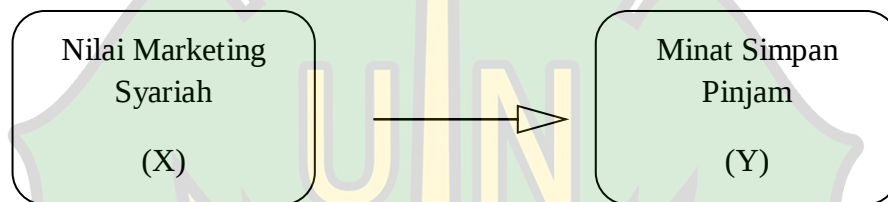
⁴³ Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah, Cet1*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal.142

mempengaruhi konsumen serta menyediakan jaminan bila ada kendala-kendala kecil di perusahaan.⁴⁴

C. Kerangka Berpikir.

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah di identiikasi sebagai masalah yang penting.⁴⁵

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah:



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

D. Hipotesis.

H_0 = Tidak adanya pengaruh nilai marketing syariah bank syariah Indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat kuala batee

H_a = adanya pengaruh nilai marketing syariah bank syariah Indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee.

⁴⁴ Gatot Febianto, *Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga, dan Reputasi Terhadap Keputusan untuk Menabung (Studi pada Badan KeSwadayaan Masyarakat Sari Asih Kelurahan, Padang Sari Kota Semarang)*, (Semarang: Skripsi UNDIP Manajemen, 2006), hal. 24

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 60

BAB III METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Adapun pokok permasalahan yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Nilai Marketing Syariah sebagai variabel independen (X)
2. Minat Simpan Pinjam sebagai variabel dependen (Y)

Tabel. 3.1 Definisi Operasional

No	Objek	Pengertian	Indikator	Ukuran	Skala	Item Pernyataan
1	Nilai Marketing (X)	Nilai Marketing Syariah adalah karakter dan gaya hidup perusahaan serta nilai-nilai yang berkembang secara teratur dalam pemasaran sebagai sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarah pada proses	a. Teitis b. Etis c. Realistis d. Humanitis	1-4	Interval	A1-A4

		penciptaan, penawaran dan perubahan nilai satu indicator kepada para pemegang sahamnya dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip muamalat (Nur Rianto: 2010, 22-24)				
2	Minat Simpan Pinjam (Y)	Minat merupakan perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan-	a. Teori Lokasi b. Factor pengetahuan dan produk c. Factor fasilitas pelayanan d. Teori reputasi	1-4	Interval	B1-B5

		kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. (Andi Mappiare: 2007, 62)				
--	--	--	--	--	--	--

B. Pendekatan Penelitian dan Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yaitu metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik.⁴⁶ Menurut Hartono, pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang analisisnya lebih fokus pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika.⁴⁷

Menurut Suharsimi arikunto, penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.⁴⁸ Penelitian kuantitatif merupakan salah satu kegiatan penelitian yang

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal.15

⁴⁷ Jogiyanto Hartono, *metodologi Peneitian Bisnis: Salah Kaprak dan Pengalaman-pengalaman*, (Yogyakarta: BPFE, 2011), hal. 85

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 12

spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur.⁴⁹

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, dimana metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologi dari sampel yang diambil berdasarkan populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) dan hasil penelitian cenderung digeneralisasikan.⁵⁰

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik survei, yang merupakan metode penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta dari gejala – gejala yang ada yang mencari keterangan-keterangan secara faktual.⁵¹ Adapun teknik survei yang digunakan adalah pembagian kuesioner.

C. Subjek Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian istilah lainnya adalah responden. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Kuala Batee, Kabupaten Aceh Barat Daya.

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek

⁴⁹ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis*, (Jakarta: Permata Puri Media, 2009), hal.3

⁵⁰ Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 24

⁵¹ Moh. Nasir, *Metode penelitian*,(Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), hal. 56

yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga dapat diartikan sebagai himpunan semua individu atau objek yang menjadi bahan pembicaraan atau bahan penelitian, bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti dapat menggunakan sample dari populasi itu. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kuala Batee yang terdiri dari 21 Gampong dengan jumlah 21.383 jiwa.

Tabel. 3.2 Jumlah Penduduk Menurut Gampong dan Jenis Kelamin di Kecamatan Kuala Batee

No	Desa	Jumlah Penduduk		
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	Lama Tuha	300	262	562
2.	Keudee Baro	428	381	809
3.	Ie Mameh	405	433	838
4.	Alue Pisang	606	610	1.216
5.	Krueng Batee	656	648	1.304
6.	Lhok Gajah	283	282	565
7.	Muka Blang	361	356	717
8.	Padang Sikabu	779	781	1.560
9.	Lhung Gelumpang	161	130	291
10.	Alue Padee	651	642	1.293
11.	Blang Panyang	248	221	469

12.	Kampung Tengah	673	677	1.350
13.	Blang Makmur	717	688	1.405
14.	Kuala Terubu	569	562	1.131
15.	Pasar Kuta Bahagia	805	817	1.622
16.	Panto Cut	571	571	1.142
17.	Kota Bahagia	482	431	913
18.	Gelanggan Gajah	821	798	1.619
19.	Krueng Panto	411	394	805
20.	Drien Beurumbang	441	438	879
21.	Rumoh Panyang	444	449	893
Jumlah		10.812	10.571	21.383

b. Sampel

Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sample juga adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang mewakili populasi.

Tabel. 3.3 Sampel Masyarakat Kuala Batee

No	Desa	Jumlah Penduduk		
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	Lama Tuha	1	1	2
2.	Keudee Baro	2	2	4

3.	Ie Mameh	1	1	2
4.	Alue Pisang	3	3	6
5.	Krueng Batee	3	3	6
6.	Lhok Gajah	1	1	2
7.	Muka Blang	2	2	4
8.	Padang Sikabu	4	4	8
9.	Lhung Gelumpang	1	1	2
10.	Alue Padee	3	3	6
11.	Blang Panyang	1	1	2
12.	Kampung Tengah	3	3	6
13.	Blang Makmur	3	3	6
14.	Kuala Terubu	3	3	6
15.	Pasar Kuta Bahagia	4	4	8
16.	Panto Cut	3	3	6
17.	Kota Bahagia	2	2	4
18.	Gelanggan Gajah	4	4	8
19.	Krueng Panto	2	2	4
20.	Drien Beurumbang	2	2	4
21.	Rumoh Panyang	2	2	4
Jumlah		50	50	100

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan agar anggota populasi dianggap homogen.⁵²

Adapun penentuan jumlah sampel dapat ditentukan dengan menggunakan teori *Slovin*.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen Kelonggaran Ketidak Telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

Jumlah masyarakat Kecamatan Kuala Batee pada tahun 2021 sebanyak 21.383 jiwa dan dengan persentase kelonggaran Ketidak Telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (e) sebesar 0,1 atau 10% menggunakan rumus *Slovin* tersebut, maka diperoleh besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{21.383}{1 + 21.383 \cdot (10\%)^2}$$

⁵² Moh. Nasir, *Metode penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), hal. 64-65

$$n = \frac{21.383}{1 + 21.383 \cdot (0.1)^2}$$

$$n = \frac{21.383}{1 + 21.383 \cdot (0.01)}$$

$$n = \frac{21.383}{214,83}$$

$$n = 99,5 = 100$$

D. Teknik Pengumpulan data

Teknik Pengumpulan data merupakan cara-cara yang diguna oleh peneliti dalam upaya mendapatkan data yang diperlukan untuk menjelaskan fenomena dalam penelitian ini yang mencakup data langsung dari informasi dan data pendukung. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Observasi (Pengamatan)

Obeservasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan memperhatikan sesuatu berdasarkan pengamatan langsung melalui alat indera⁵. Observasi juga sering disebut sebagai proses dimana peneliti sebagai pengamat dan menafsirkan atas apa yang terjadi dalam sebuah fenomena. Pada penelitian ini, peneliti melakukan observasi terlebih dahulu terhadap masyarakat dengan hadirnya Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee.

2. Angket atau Kuesioner

Angket atau Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis

⁵ Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta:UGM, 1997), hal.56

kepada responden untuk dijawab atau ditanggapi⁶. Dalam penelitian ini angket digunakan sebagai alat untuk mencari informasi berdasarkan pengalaman pribadi yang tertuang dalam bentuk pernyataan yang sesuai dengan keadaan responden.

Adapun skala yang umum digunakan dalam angket yang diambil dari nama *Rensis Likert* yang menerbitkan suatu laporan yang menjelaskan penggunaannya. Sugiyono berpendapat bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena social.

Pada angket penelitian ini diberikan alternative jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju(S), Kurang Setuju(KS), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Terdapat lima kategori skala Likert sebagai berikut:

Tabel. 3.4 Skala Model Likert

Skala	Jawaban	Skor Favourable	Skor Unfavourable
1	Sangat Setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Netral	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang

⁶ Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal.199

berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian, dimana dokeumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah. Adapun dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi gambar.⁵³

E. Teknik pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisa data yang digunakan berbentuk statistik deskriptif, yang merupakan analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan ang berlaku untuk umum.

Dalam penelitian ini data yang akan di tampilkan dalam bentuk angka, untuk memperoleh frekuensi relatif/angka persenan maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus berikut:

1. Uji Instrumen

Instrumen pengukuran seluruh variable pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang disampaikan kepada responden untuk memberikan pernyataan sesuai dengan apa yang dirasakan dan dialaminya. Angket sebagai instrument harus memenuhi persyaratan dan reliabilitas angket penelitian.

a. Uji Validitas

Pada penelitian ini validitas yang digunakan adalah *Content Validity*, dimana validasi berkaitan dengan butir-butir pernyataan yang tersusun dalam kuesioner atau angket sudah mencakup semua materi yang hendak diukur. Pada penelitian ini semua materi mencakup informasi demografi, Jaminan simpan pinjam, minat masyarakat terhadap bank syariah Indonesia KCP Kuala Batee.

⁵³ Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (mix methods), (Bandung: Alfa Beta, 2015), hal. 329

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan untuk mengetahui ketetapan hasil pengukuran pada sampel yang sama dalam waktu yang berbeda atau dinyatakan reliabel jika instrument tersebut dapat menyediakan hasil skor yang konsisten pada setiap pengukuran. Pada penelitian ini untuk mengukur dan menentukan ketetapan reliabilitas menggunakan tes konsistensi internal, yaitu menggunakan *Alpha's Cronbach* :

$$r_i \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma i^2}{\sigma 2_t} \right\}$$

Keterangan :

r_i = Reabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma i^2$ = Jumlah varian butir pertanyaan

$\sigma 2_t$ = Varian total⁵⁴

. Rentangan nilai koefisiennya berkisaran antara 0 (tanpa reliabilitas) sampai dengan 1 (reliabilitas sempurna):

0 = Tidak memiliki reliabilitas

>0.70 = Reliabilitas yang dapat diterima

>0.80 = Reliabilitas baik

>0.90 = Reliabilitas sangat baik

1 = Reliabilitas sempurna

2. Uji Asumsi klasik

⁵⁴ Suharsimi, Ari kunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hal. 238

Mengingat data penelitian yang digunakan adalah sekunder, maka untuk memenuhi syarat yang di tentukan sebelum uji hipotesis melalui uji t dan uji f maka perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu normalitas, multikolieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukanya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, salah satunya adalah metode Kolmogorov-smirnov. Metode ini memiliki prinsip kerja membandingkan frekuensi kumulatif distribusi teoritik dengan frekuensi kumulatif empirik. Kaidah pengujian adalah sebagai berikut:⁵⁵

- a) Data berdistribusi normal jika nilai probabilitasnya (*sig.*) > 0,05
- b) Data berdistribusi tidak normal jika nilai probabilitasnya (*sig.*) < 0,05

b. Uji Linearitas

Menurut Sugiyono dan Susanto uji linearitas dapat di pakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui *test of linearity*. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikasi pada *linearity* $\leq 0,05$, maka dapat

⁵⁵ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2014), hal. 153

diartikan bahwa antara variable bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.⁵⁶

Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk uji linearitas sebagai berikut:

- 1) Menghitung kuadrat total (Jk_t), regresi a (Jk_a), regresi b (Jk_b), residu (Jk_{res}), galat/kesalahan (Jk_g), ketidakcocokan (Jk_{tc}). Berikut ini rumus yang digunakan:

$$Jk_t = \sum Y^2$$

$$Jk_a = \frac{[\sum Y]^2}{N}$$

$$Jk_b = b \left(\sum XY - \frac{\sum X \cdot \sum Y}{N} \right)$$

$$b = \frac{N \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$Jk_{res} = Jk_t - Jk_a - Jk_b$$

$$Jk_g = \left(\sum Y^2 \right) - \frac{(\sum Y)^2}{n_i}$$

$$Jk_{tc} = Jk_{res} - Jk_g$$

Keterangan:

Jk_t = kuadrat total

Jk_a = regresi a

Jk_b = regresi b

Jk_{res} = residu

⁵⁶ Sugiyono dan Susanto, Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal.323

Jk_g = galat/kesalahan

Jk_{tc} = ketidakcocokan

X = distribusi nilai pemahaman operasi bilangan

pecahan Y = distribusi nilai penyelesaian soal faro'id

- 2) Menghitung derajat kebebasan galat (db_g) dan ketidakcocokan (db_{tc}),

dengan menggunakan rumus berikut:

$$db_g = N - K$$

$$db_{tc} = k - 2$$

Keterangan :

db_g : derajat kebebasan galat

db_{tc} : derajat ketidakcocokan

N : Jumlah Sampel

k : kuadrat

- 3) Menghitung jumlah rata-rata kuadrat ketidakcocokan Rk_{tc} dan galat Rk_g

$$Rk_{tc} = \frac{Jk_{tc}}{db_{tc}}$$

$$Rk_g = \frac{Jk_g}{db_g}$$

Keterangan:

Rk_{tc} = jumlah rata-rata kuadrat ketidakcocokan

Rk_g = jumlah rata-rata kuadrat galat

Jk_g = galat/kesalahan

Jk_{tc} = ketidakcocokan

db_g = kebebasan galat

db_{tc} = kebebasan ketidakcocokan

4) Menghitung rasio F, menggunakan

rumus:

$$F = \frac{Rk_{tc}}{Rk_g}$$

Keterangan:

F= nilai Rasio

Rk_{tc} = jumlah rata-rata kuadrat ketidakcocokan

Rk_g = jumlah rata-rata kuadrat galat

Membandingkan antara F_{hitung} dan F_{tabel} , jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka data berbentuk linear sebaliknya, jika $F_{tabel} < F_{hitung}$ maka data tidak berbentuk linear.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Cara yang paling sering digunakan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variable terikat yakni ZPRED dengan residualnya yakni SRESID. Deteksi tersebut dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara Zpred dan SRESID dimana sumbu Y yakni Y yang telah di prediksi , sedangkan sumbu X yakni residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah distudentized. Dasar analisisnya adalah sebagai berikut.⁵⁷

⁵⁷ Ghozali Iman, Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, (Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro), hal. 137

- a) Bila pola tertentu, seperti titik-titik membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), mengindikasikan terjadinya heteroskedastisitas.
- b) Bila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan bawah angka nol pada sumbu y , berarti tidak ada heteroskedastisitas.

3. Teknik Analisis Data

a. Pengukuran Variabel

Variabel dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang berbentuk apa saja oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulan.⁵⁸ Terdapat dua variabel dalam penelitian yakni variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen.⁵⁹

Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen (X) ialah nilai marketing, sedangkan yang menjadi variabel dependen (Y) adalah minat simpan pinjam. Dalam analisis ini akan ditransformasikan suatu variabel independen dan mengendalikan variabel dependen, sehingga diperoleh suatu gambaran hubungan sebab akibat dalam hipotesis, persamaan umum dari model penelitian ini dengan menggunakan model regresi linear sederhana.

⁵⁸ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal.2

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 39

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilambangkan dengan (r^2). Nilai ini menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel dependen yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linear dengan variabel independen, selain itu (sisanya) diterangkan oleh variabel yang lain (galat atau peubah lainnya). Nilai koefisien determinasi dinyatakan dalam kuadrat dari nilai koefisiens korelasi $r^2 \times 100\% = \%$ memiliki makna bahwa nilai variabel dependen dapat diterangkan oleh variabel independen sebesar $n\%$, sedangkan sisanya sebesar $(100-n)\%$ diterangkan oleh galat atau pengaruh variabel yang lainnya⁶⁰

F. Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal tersebut dan dilakukannya pengecekan. Jika asumsi atau dugaan tersebut dikhususkan mengenai populasi, umumnya mengenai nilai-nilai parameter populasi, maka hipotesis itu di sebut dengan hipotesis statistik.

Menurut sugiyono bahwa hipotesis adalah sebagai berikut :

*“Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian oleh karna itu rumusan masalah penellitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum di jawab yang empirik”*⁶¹

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisi regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier atau satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan

⁶⁰ Supardi, *Aplikasi Statistika dalam Penelitian Konsep Statistika yang Lebih Komprensif*, (Jakarta Selatan: Change Publication, 2014), hal. 188

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2014), hal. 93

untuk memprediksi nilai dari variable dependen (Y) apabila variabel independen (X) mengalami kenaikan Atau penurunan dan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah positif atau negatif.⁶²

Adapun bentuk persamaan dari regresi linier sederhana ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y = *Return on asset* (nilai yang di prediksi)
 a = Konstanta (apabila nilai X= 0)
 b = Koefisien regresi sederhana
 X = Perputaran modal kerja (nilai variabel independen)

2. Analisis Koefisien Determinasi (r^2)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari pengawasan (X) terhadap kedisiplinan (Y) dilakukan perhitungan statistic dengan menggunakan koefisien determinasi.

$$Kd = r_{yx}^2 \cdot 100\%$$

Keterangan:

Kd : Nilai koefisien determinasi

R_{yx}^2 : Nilai koefisien kolerasi

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2014), hal. 188

3. Uji *t* (signifikan parsial)

Uji statistik atau juga disebut uji signifikan individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Bentuk pengujianya adalah sebagai berikut:

a. $H_o : b_1 = 0$, artinya independensi tidak berpengaruh terhadap kualitas audit.

$H_a : b_1 \neq 0$, artinya independensi berpengaruh terhadap audit.

b. $H_o : b_2 = 0$, artinya kompetensi tidak berpengaruh kualitas audit.

$H_a : b_2 \neq 0$, artinya kompetensi berpengaruh terhadap audit

Pengolahan data aka dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi software *IBM SPSS Statistic* agar pengukuran data yang dihasilkan lebih akurat. Adapun rumus yang digunakan menguji hipotesis (uji *t*) penelitian ini adalah:⁶³

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = korelasi

n = banyaknya sample

t = tingkat signifikan t_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan

dengan t_{tabel} , kemudian menentukan model keputusan dengan menggunakan statistik uji *t*, dengan melihat asusmsi sebagai berikut:

1) interval keyakinan $\alpha = 0,05$

2) derajat kebebasan = $n-2$

3) dilihat hasil t_{tabel} .

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2014), hal. 184

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee

Bank Syariah Indonesia diterapkan di Indonesia secara resmi pada tanggal 21 Februari tahun 2022 dan mengubah bank yang dulunya konvensional menjadi syariah. BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI Syariah, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada tanggal 27 Januari 2022 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021.

Aceh merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang wajib menerapkan Bank berbasis syariah, maka dari itu beberapa bank di Aceh berganti dari konvensional menjadi syariah. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee yang terletak di Kabupaten Aceh Barat Daya. Kuala Batee merupakan kecamatan yang terdiri dari 21 Gampong dan tercatat memiliki 21.383 jiwa. Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee menjadi target salah satu tempat penyimpanan uang yang berlokasi strategis dan di pimpin oleh Heri Hasnandar.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Adapun yang menjadi visi dari Bank Syariah Indonesia adalah untuk menjadi top 10 global Islamic bank.

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indoensia.

B. Pengolahan Data

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian ini terhadap masyarakat Kuala Batee yang terdiri dari 21 Gampong dengan jumlah populasi 21.383 jiwa sesuai data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Barat Daya Kecamatan Kuala Batee dalam angka 2021.

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan perbulan. Sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 orang masyarakat yang diperoleh menggunakan teori *slovin*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini yang telah diolah dengan *SPSS versi 29 for windows*.

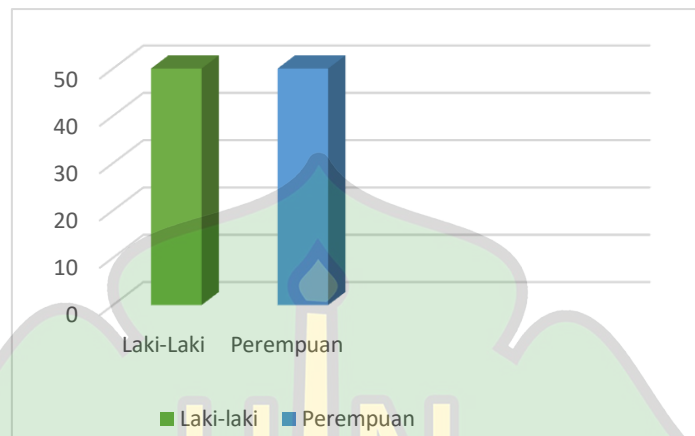
a. Jenis kelamin

Tabel 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	50	50.0	50.0	50.0
	Perempuan	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Kuesioner telah diolah tahun 2022

Pada tabel 4.1 diketahui bahwa pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin, yaitu dengan jumlah 50 orang laki-laki dan 50 orang perempuan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4.1. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 4.1 dan gambar 4.1 dapat dilihat bahwa penelitian ini dihasilkan jumlah sampel yang seimbang.

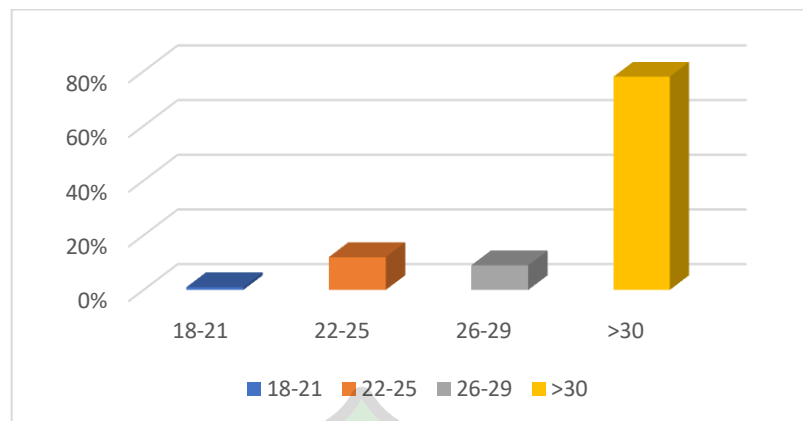
b. Usia

Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia

		Usia			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	18-21	1	1.0	1.0	1.0
	22-25	12	12.0	12.0	13.0
	26-29	9	9.0	9.0	22.0
	>30	78	78.0	78.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Kuesioner telah diolah tahun 2022

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang berusia 18-21 tahun sebanyak 1 orang, usia 22-25 tahun sebanyak 12 orang, usia 26-29 tahun sebanyak 9 orang, dan usia diatas 30 tahun sebanyak 78 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar 4.2.



Gambar 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia

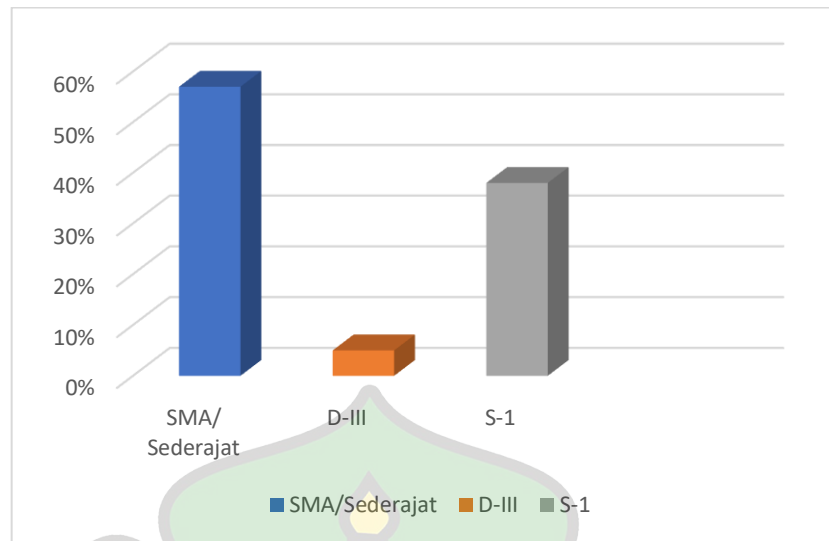
Berdasarkan tabel 4.2 dan gambar 4.2 menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan usia yang paling dominan ialah usia diatas 30 tahun dan usia yang paling tidak dominan adalah usia 18-21 tahun.

c. Pendidikan terakhir

Tabel 4.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/Sederajat	57	57.0	57.0	57.0
	D-III	5	5.0	5.0	62.0
	S1	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel 4.3 diketahui bahwa jumlah masyarakat yang menjadi responden berdasarkan pendidikan terakhirnya terdiri 100 orang yaitu 57 orang SMA/Sederajat, 5 orang D-III, 38 Orang S-1. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut.



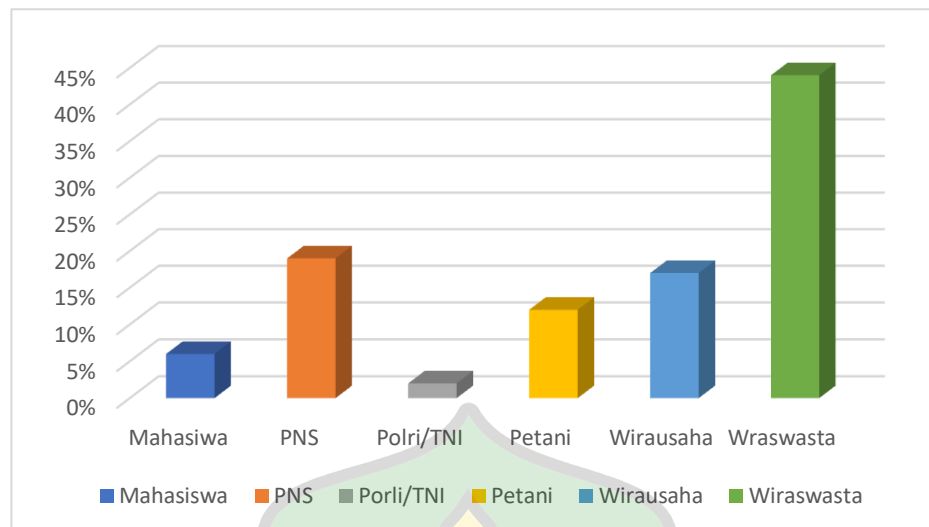
Gambar 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

d. Pekerjaan

Tabel. 4.4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Mahasiswa	6	6.0	6.0	6.0
	PNS	19	19.0	19.0	25.0
	Polri/TNI	2	2.0	2.0	27.0
	Petani	12	12.0	12.0	39.0
	Wirausaha	17	17.0	17.0	56.0
	Wiraswasta	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa dari total 100 responden diperoleh Mahasiswa sebanyak 6 orang, PNS sebanyak 19 orang, Polri/TNI sebanyak 2 orang, Petani sebanyak 12 orang, Wirausaha sebanyak 17 orang, Wiraswasta sebanyak 44 orang. Dengan demikian pengelompokan responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh Wiraswasta. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut.



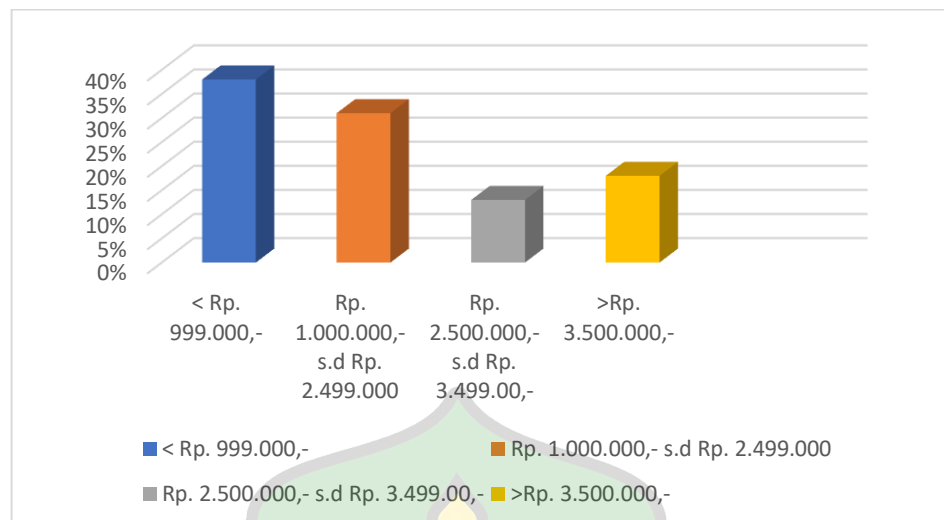
Gambar 4.4. Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

e. Pendapatan per bulan

Tabel 4.5 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <Rp.999.000,-	38	38.0	38.0	38.0
Rp.1.000.000,- s.d Rp. 2.499.000,-	31	31.0	31.0	69.0
Rp. 2.500.000,- s.d Rp. 3.499.000,-	13	13.0	13.0	82.0
>Rp. 3.500.000,-	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Dari data diatas dapat diketahui bahwa pengelompokan responden berdasarkan pendapatan perbulan dari 100 orang responden, pendapatan < Rp. 999.000,- sebanyak 38 orang, Rp. 1.000.000,- s.d Rp. 2.499.000,- sebanyak 31 orang, Rp. 2.500.000,- s.d Rp. 3.499.000,- sebanyak 13 orang, dan > Rp. 3.500.000,- sebanyak 18 orang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.5 berikut.



Gambar 4.5. Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

C. Pembahasan

Pengujian kuesioner tentang pengaruh nilai marketing syariah Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee mencakup tanggapan responden dan uji skala *Likert*, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, dan uji heterokedastisitas. Pengujian dilakukan dengan tujuan agar penulis tidak mengambil kesimpulan yang salah mengenai keadaan gambaran yang sebenarnya terjadi. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 29 *for windows*.

1. Tanggapan Responden dan Uji Skala Likert Nilai Marketing Syariah

Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee

a. Tanggapan Responden Terhadap Nilai Marketing Syariah Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan pada masyarakat pada bulan Oktober di Kuala Batee, maka peneliti akan menganalisis Pengaruh Nilai Marketing Syariah Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee.

Tabel. 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Nilai Marketing

No	Nilai Marketing	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai <i>Teitis</i> (Religius) sehingga menawarkan produk sesuai dengan akad dan tidak ingkar janji kepada masyarakat	31	31.0	60	60.0	9	9.0	0	0	0	0
	Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Etis (Akhlak) sehingga bersifat rendah hati dan empati terhadap masyarakat dalam proses penawaran	39	39.0	56	56.0	5	5.0	0	0	0	0
	Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Realistis dengan berpakaian dan berpenampilan rapi, bersih, serta bersahaja dengan	46	46.0	52	52.0	2	2.0	0	0	0	0

	memakai busana yang sopan										
	Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Humanitis (Kemanusiaan) sehingga melayani masyarakat tanpa memandang atau membeda-bedakan status sosialnya	44	44.0	51	51.0	5	5.0	0	0	0	0

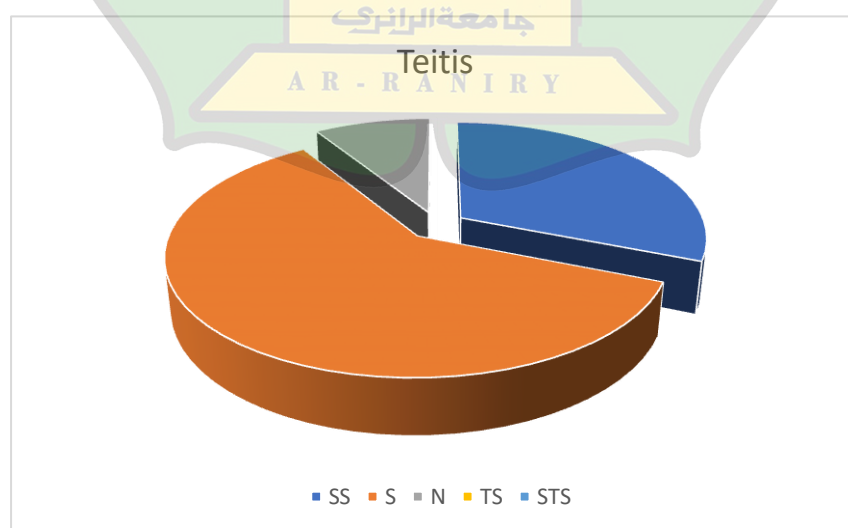
Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan hasil jawaban responden terhadap variabel nilai marketing syariah bank syariah Indonesia kcp Kuala Batee dengan pernyataan sesuai indicator teitis, etis, realitis, dan humanitis. Adapun jawaban responden pada kategori sangat setuju sebesar 40% yaitu hasil dari penjumlahan sangat setuju (SS) $(31+39+46+44 = 160 : 4 = 40\%)$, pada kategori setuju (S) memiliki persentase 54,75% berdasarkan hasil penjumlahan $(60+56+52+51 = 219 : 54,75\%)$, da kategori netral (N) memiliki persentase 5,25% sesuai penjumlahan $(9+5+2+5 = 21 : 4 = 5,25\%)$, sedangkan tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS) memiliki 0%.

Maka sesuai data diatas, dapat diketahui beberapa jawaban responden terhadap nilai marketing syariah.

- 1) Pada pernyataan Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai *Teitis* (Religius) sehingga menawarkan produk sesuai dengan akad dan tidak ingkar janji kepada masyarakat. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 31 orang (31%), setuju berjumlah 60 orang (60%) dan netral berjumlah 9 orang (9%), sedangkan untuk kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap Teitis

		Teitis			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	N	9	9.0	9.0	9.0
	S	60	60.0	60.0	69.0
	SS	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

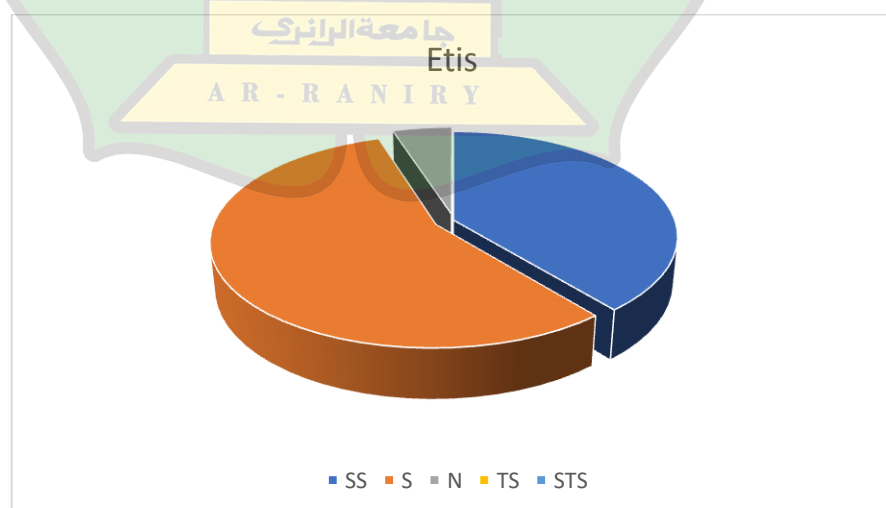


Gambar 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Teitis

- 2) Pada pernyataan Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Etis (Akhlaq) sehingga bersifat rendah hati dan empati terhadap masyarakat dalam proses penawaran. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 39 orang (39%), setuju berjumlah 56 orang (56%) dan netral berjumlah 5 orang (5%), sedangkan untuk kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Etis

		Etis		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	N	5	5.0	5.0	5.0
	S	56	56.0	56.0	61.0
	SS	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

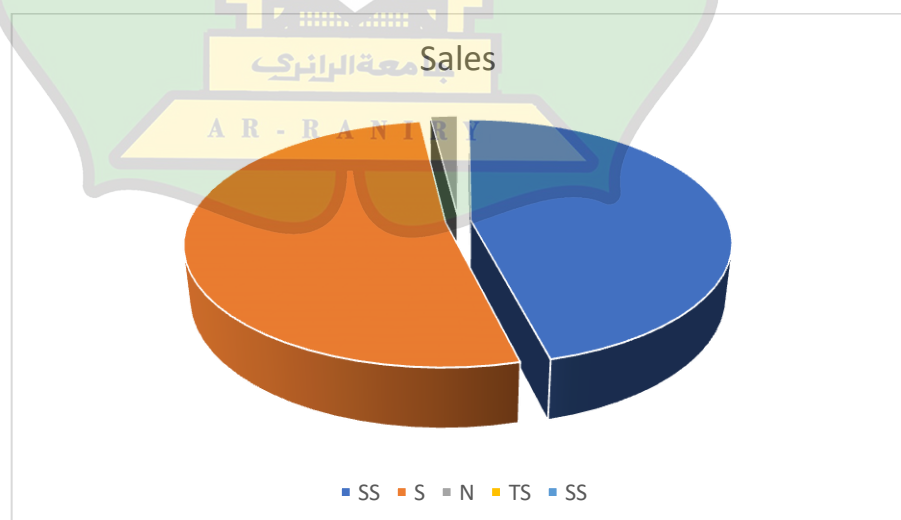


Gambar 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Etis

- 3) Pada pernyataan Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Realistis dengan berpakaian dan berpenampilan rapi, bersih, serta bersahaja dengan memakai busana yang sopan, responen yang menjawab sangat setuju berjumlah 46 orang (46%), setuju berjumlah 52 orang (52%) dan netral berjumlah 2 orang (2%), sedangkan untuk kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Realistis

		Realistis			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	N	2	2.0	2.0	2.0
	S	52	52.0	52.0	54.0
	SS	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

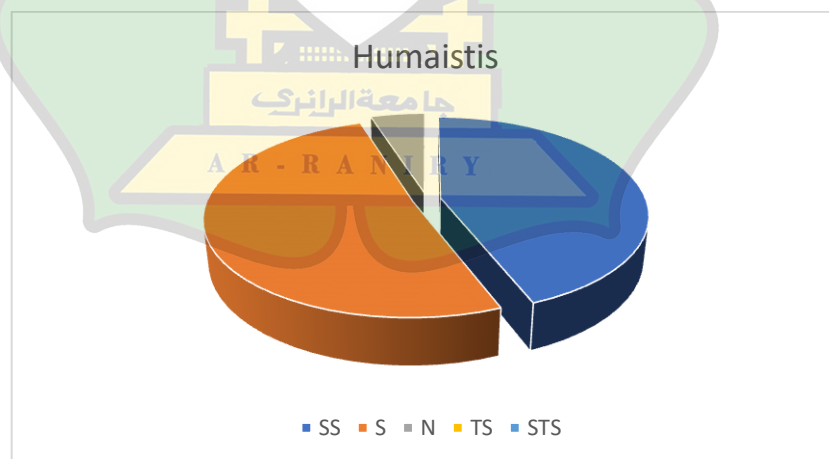


Gambar 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Realistis

- 4) Pada pernyataan Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Humanitis (Kemanusiaan) sehingga melayani masyarakat tanpa memandang atau membedakan status sosialnya, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 44 orang (44%), setuju berjumlah 51 orang (51%) dan netral berjumlah 5 orang (5%), sedangkan untuk kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Humanitis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	5.0	5.0	5.0
	S	51	51.0	51.0	56.0
	SS	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Gambar 4.9 Tanggapan responden Terhadap Humanitis

**b. Uji Skala Likert Variabel Nilai Marketing Syariah Bank Syariah
Indonesia KCP Kuala Batee**

1) Teitis (A1)

Tabel 4.11 Perhitungan Skala Likert Teitis

Kategori	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai
SS	5	31	5 x 31 =155	80-100%
S	4	60	4 x 60 =240	60-79,999%
N	3	9	3 x 9 = 27	40-59,999%
TS	2	0	2 x 0 = 0	20-39,999%
STS	1	0	1 x 0 = 0	0-19,999%
Total = 422				

Untuk mendapatkan hasil interpretensi, harus diketahui terlebih dahulu skor tertinggi X dan angka terendah Y dengan rumus:

$$indeks\% = \frac{total\ skor}{Y} 100\%$$

Dimana :Total skor = 422

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

Maka,

$$indeks\% = \frac{total\ skor}{Y} 100\%$$

$$ndeks\% = \frac{422}{500} 100\%$$

$$indeks\% = 84,4\% (Sangat Setuju)$$

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui responden sangat setuju bahwa karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai *Teitis* (Religius) sehingga menawarkan produk sesuai dengan akad dan tidak ingkar jani kepada masyarakat.

2) Etis (A2)

Tabel 4.12 Perhitungan Skala Likert Etis

Kategori	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai
SS	5	39	5 x 39 =195	80-100%
S	4	56	4 x 56 =224	60-79,999%
N	3	5	3 x 5 = 15	40-59,999%
TS	2	0	2 x 0 = 0	20-39,999%
STS	1	0	1 x 0 = 0	0-19,999%
Total = 434				

Untuk mendapatkan hasil interpretensi, harus diketahui terlebih dahulu skor tertinggi X dan angka terendah Y dengan rumus:

$$indeks\% = \frac{total\ skor}{Y} 100\%$$

Dimana :Total skor = 434

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

Maka,

$$indeks\% = \frac{total\ skor}{Y} 100\%$$

$$ndeks\% = \frac{434}{500} 100\%$$

$$indeks\% = 86,8\%$$

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui responden sangat setuju bahwa karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Etis (Akhlak) sehingga bersifat rendah hati dan empati terhadap masyarakat dalam proses penawaran.

3) Realistis (A3)

Tabel 4.13 Perhitungan Skala Likert Realistis

Kategori	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai
SS	5	46	5 x 46 =230	80-100%
S	4	52	4 x 52 =260	60-79,999%
N	3	2	3 x 2= 6	40-59,999%
TS	2	0	2 x 0 = 0	20-39,999%
STS	1	0	1 x 0 = 0	0-19,999%
Total = 496				

Untuk mendapatkan hasil interpretensi, harus diketahui terlebih dahulu skor tertinggi X dan angka terendah Y dengan rumus:

$$indeks\% = \frac{\text{total skor}}{Y} 100\%$$

Dimana :Total skor = 496

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

Maka,

$$indeks\% = \frac{\text{total skor}}{Y} 100\%$$

$$ndeks\% = \frac{496}{500} 100\%$$

$$indeks\% = 99,2\%$$

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui responden sangat setuju bahwa karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Realistik dengan berpakaian dan berpenampilan rapi, bersih, serta bersahaja dengan memakai busana yang sopan.

4) Humanitis

Tabel 4.14 Perhitungan Skala Likert Humanitis

Kategori	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai
SS	5	44	5 x 44 = 220	80-100%
S	4	51	4 x 51 = 204	60-79,999%
N	3	5	3 x 5 = 15	40-59,999%
TS	2	0	2 x 0 = 0	20-39,999%
STS	1	0	1 x 0 = 0	0-19,999%
Total = 439				

Untuk mendapatkan hasil interpretensi, harus diketahui terlebih dahulu skor tertinggi X dan angka terendah Y dengan rumus:

$$indeks\% = \frac{\text{total skor}}{Y} 100\%$$

Dimana : Total skor = 439

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

Maka,

$$indeks\% = \frac{\text{total skor}}{Y} 100\%$$

$$indeks\% = \frac{439}{500} 100\%$$

$$indeks\% = 87,8\%$$

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui responden sangat setuju bahwa Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Humanitis (Kemanusiaan) sehingga melayani masyarakat tanpa memandang atau membedakan status sosialnya.

Tabel 4.15 Perhitungan Skala Likert Variabel Nilai Marketing Syariah

No	Nilai Marketing Syariah	SS	S	N	TS	STS	Skor	Persentase	Kategori
1	Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai <i>Teitis</i> (Religius) sehingga menawarkan produk sesuai dengan akad dan tidak ingkar jani kepada masyarakat	31	60	9	0	0	422	84,4%	Sangat Setuju
2	Karyawan Bank	39	56	5	0	0	434	86,8%	Sangar

	BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Etis (Akhlak) sehingga bersifat rendah hati dan empati terhadap masyarakat dalam proses penawaran								Setuju
3	Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Realistis dengan berpakaian dan berpenampilan rapi, bersih, serta bersahaja dengan memakai busana yang sopan	46	52	2	0	0	496	99,2%	Sangat Setuju
4	Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Humanitis (Kemanusiaan)	44	51	5	0	0	439	87,8%	Sangat Setuju

	sehingga melayani masyarakat tanpa memandang atau membedakan status sosialnya								
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--

2. Tanggapan Responden dan Uji Skala Likert Minat Simpan Pinjam

Masyarakat Kuala Batee

a. Tanggapan Responden Terhadap Minat Simpan Pinjam

Masyarakat Kuala Batee

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan pada masyarakat pada bulan Oktober di Kuala Batee, maka peneliti akan menganalisis Minat Simpan Pinjam Masyarakat Kuala Batee.

Tabel. 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Minat Simpan Pinjam

No	Nilai Marketing	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	Sikap dan perilaku karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee mampu menumbuhkan kepercayaan bagi masyarakat sehingga mendorong saya untuk	16	16.0	51	51.0	33	33.0	0	0	0	0

	melakukan simpan pinjam											
	Bank BSI KCP Kuala Batee berlokasi ditengah Kota sehingga mudah untuk dikunjungi	48	48.0	30	30.0	21	21.0	1	1.0	0	0	
	Berbagai macam produk yang disediakan Bank BSI KCP Kuala Batee sudah sesuai dengan syariah	17	17.0	52	52.0	30	30.0	1	1.0	0	0	
	Banyaknya informasi dari lingkungan saya mengenai Bank BSI KCP Kuala Batee sehingga saya ingin melakukan simpan pinjam di Bank BSI KCP Kuala Batee	20	20.0	63	63.0	16	16.0	1	1.0	0	0	

Berdasarkan tabel 4.16 diatas menunjukkan hasil jawaban responden terhadap variabel minat simpan pinjam dengan pernyataan sesuai indicator teori lokasi, factor pengetahuan dan produk, factor fasilitas pelayanan, teori reputasi. Adapun jawaban responden pada kategori sangat setuju sebesar 25,25% yaitu

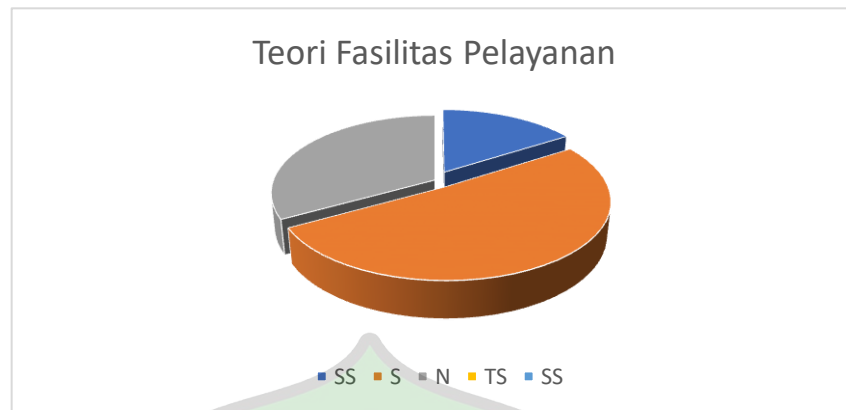
hasil dari penjumlahan sangat setuju (SS) ($16+48+17+20 = 101 : 4 = 25,25\%$), pada kategori setuju (S) memiliki persentase 49% berdasarkan hasil penjumlahan ($51+30+52+63 = 196 : 4 = 49\%$), kategori netral (N) memiliki persentase 25% sesuai penjumlahan ($33+21+30+16 = 100 : 4 = 25\%$), selanjutnya kategori tidak setuju (TS) memiliki persentase 0,75% dari hasil penjumlahan ($0+1+1+1 = 3 : 4 = 0,75\%$), sedangkan sangat tidak setuju (STS) memiliki 0%.

Maka sesuai data diatas, dapat diketahui beberapa jawaban responden terhadap minat simpan pinjam.

- 1) Pada pernyataan Sikap dan perilaku karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee mampu menumbuhkan kepercayaan bagi masyarakat sehingga mendorong saya untuk melakukan simpan pinjam, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 16 orang (16%), setuju berjumlah 51 orang (51%) dan netral berjumlah 33 orang (33%), sedangkan untuk kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.17 Tanggapan responden terhadap Teori Fasilitas Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	33	33.0	33.0	33.0
	S	51	51.0	51.0	84.0
	SS	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



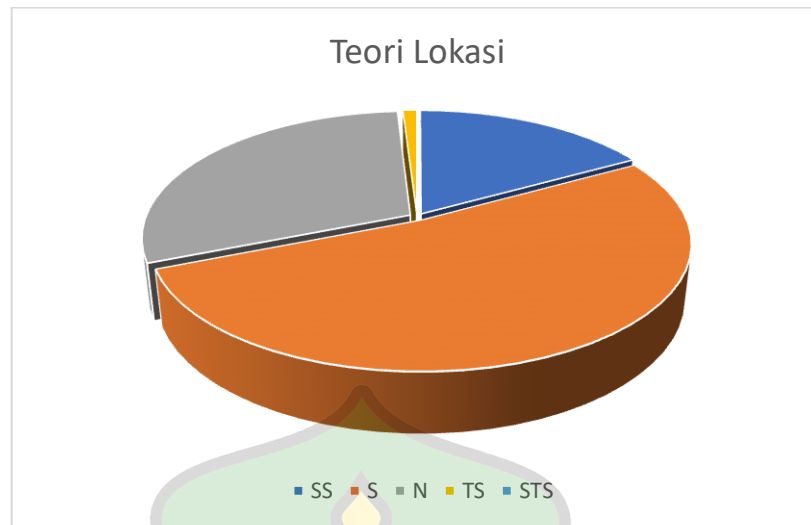
G

Gambar 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Teori Fasilitas Pelayanan

- 2) Pada Pernyataan Bank BSI KCP Kuala Batee berlokasi ditengah Kota sehingga mudah untuk dikunjungi, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 48 orang (48%), setuju berjumlah 30 orang (30%) dan netral berjumlah 21 orang (21%), kategori tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), sedangkan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Teori Lokasi

		Teori Lokasi			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	21	21.0	21.0	22.0
	S	30	30.0	30.0	52.0
	SS	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

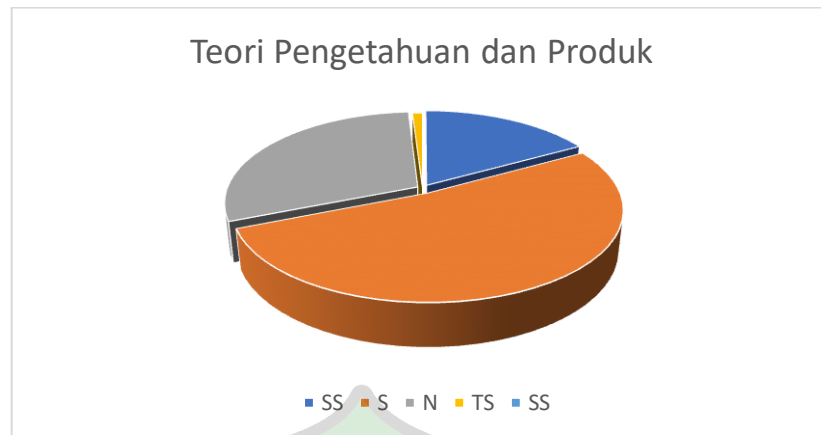


Gambar 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Faktor Pengetahuan dan Produk

- 3) Pada pernyataan Berbagai macam produk yang disediakan Bank BSI KCP Kuala Batee sudah sesuai dengan syariah, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 17 orang (17%), setuju berjumlah 52 orang (52%) dan netral berjumlah 30 orang (30%), kategori tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), sedangkan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan dan Produk

		Faktor Pengetahuan dan Produk			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	30	30.0	30.0	31.0
	S	52	52.0	52.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

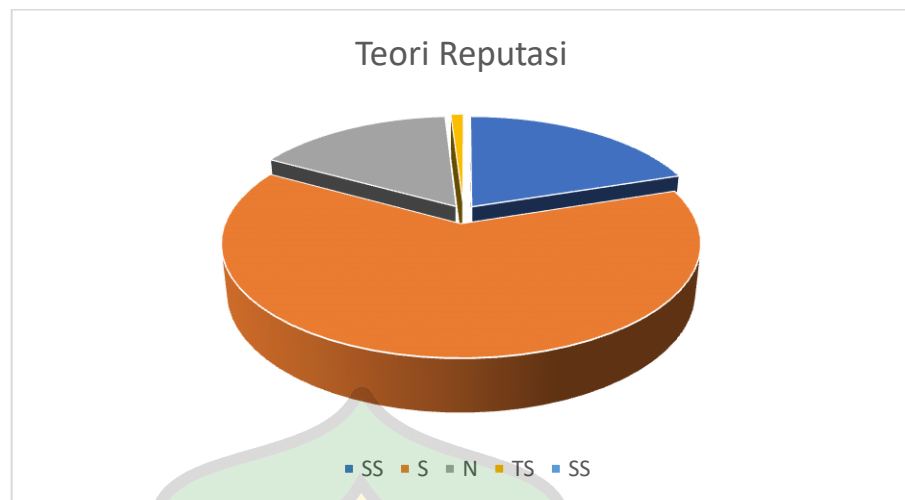


Gambar 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan dan Produk

- 4) Pada Pernyataan Banyaknya informasi dari lingkungan saya mengenai Bank BSI KCP Kuala Batee sehingga saya ingin melakukan simpan pinjam di Bank BSI KCP Kuala Batee, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 20 orang (20%), setuju berjumlah 63 orang (63%) dan netral berjumlah 16 orang (16%), kategori tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), sedangkan sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.20 Tabel Tanggapan Responden Terhadap Teori Reputasi

		Teori Reputasi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	16	16.0	16.0	17.0
	S	63	63.0	63.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Gambar 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Teori Reputasi

b. Uji Skala Likert Terhadap Minat Simpan Pinjam Masyarakat Kuala Batee

1) Teori Fasilitas Pelayanan

Tabel 4.21 Perhitungan Skala Likert Fasilitas Pelayanan

Kategori	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai
SS	5	16	$5 \times 16 = 80$	80-100%
S	4	51	$4 \times 51 = 204$	60-79,999%
N	3	33	$3 \times 33 = 99$	40-59,999%
TS	2	0	$2 \times 0 = 0$	20-39,999%
STS	1	0	$1 \times 0 = 0$	0-19,999%
Total = 383				

Untuk mendapatkan hasil interpretensi, harus diketahui terlebih dahulu skor tertinggi X dan angka terendah Y dengan rumus:

$$indeks\% = \frac{total\ skor}{Y} 100\%$$

Dimana :Total skor = 383

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

Maka,

$$indeks\% = \frac{total\ skor}{Y} 100\%$$

$$indeks\% = \frac{383}{500} 100\%$$

$$indeks\% = 76,6\% (Setuju)$$

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui responden setuju bahwa Sikap dan perilaku karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee mampu menumbuhkan kepercayaan bagi masyarakat sehingga mendorong saya untuk melakukan simpan pinjam.

2) Teori Lokasi (B2)

Tabel 4.22 Perhitungan Skala Likert Teori Lokasi

Kategori	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai
SS	5	48	$5 \times 48 = 240$	80-100%
S	4	30	$4 \times 30 = 120$	60-79,999%
N	3	21	$3 \times 21 = 63$	40-59,999%
TS	2	1	$2 \times 1 = 2$	20-39,999%
STS	1	0	$1 \times 0 = 0$	0-19,999%
Total = 425				

Untuk mendapatkan hasil interpretensi, harus diketahui terlebih dahulu skor tertinggi X dan angka terendah Y dengan rumus:

$$indeks\% = \frac{total\ skor}{Y} 100\%$$

Dimana :Total skor = 424

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

Maka,

$$indeks\% = \frac{total\ skor}{Y} 100\%$$

$$indeks\% = \frac{425}{500} 100\%$$

$$indeks\% = 85\% (Sangat Setuju)$$

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui responden sangat setuju bahwa Bank BSI

KCP Kuala Batee berlokasi ditengah Kota sehingga mudah untuk dikunjungi

3) Faktor Pengetahuan dan Produk (B3)

Tabel 4.23 Perhitungan Skala Likert Factor Pengetahuan dan Produk

Kategori	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai
SS	5	17	5 x 17 = 85	80-100%
S	4	52	4 x 52 = 208	60-79,999%
N	3	30	3 x 30 = 90	40-59,999%
TS	2	1	2 x 1 = 2	20-39,999%
STS	1	0	1 x 0 = 0	0-19,999%
Total = 385				

Untuk mendapatkan hasil interpretensi, harus diketahui terlebih dahulu skor tertinggi X dan angka terendah Y dengan rumus:

$$indeks\% = \frac{total\ skor}{Y} 100\%$$

Dimana :Total skor = 385

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

Maka,

$$indeks\% = \frac{total\ skor}{Y} 100\%$$

$$indeks\% = \frac{385}{500} 100\%$$

$$indeks\% = 77\% \text{ (Setuju)}$$

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui responden setuju bahwa Bank BSI KCP Kuala Batee berlokasi ditengah Kota sehingga mudah untuk dikunjungi

4) Teori reputasi (B4)

Tabel 4.24 Perhitungan Skala Likert Realistis

Kategori	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai
SS	5	20	5 x 20 = 100	80-100%
S	4	63	4 x 63 = 252	60-79,999%
N	3	16	3 x 16 = 48	40-59,999%
TS	2	1	2 x 1 = 2	20-39,999%
STS	1	0	1 x 0 = 0	0-19,999%
Total = 402				

Untuk mendapatkan hasil interpretensi, harus diketahui terlebih dahulu skor tertinggi X dan angka terendah Y dengan rumus:

$$indeks\% = \frac{total\ skor}{Y} 100\%$$

Dimana :Total skor = 402

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

Maka,
$$indeks\% = \frac{total\ skor}{Y} 100\%$$

$$indeks\% = \frac{402}{500} 100\%$$

$$indeks\% = 80,4\%(Sangat\ setuju)$$

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui responden sangat setuju Banyaknya informasi dari lingkungan saya mengenai Bank BSI KCP Kuala Batee sehingga saya ingin melakukan simpan pinjam di Bank BSI KCP Kuala Batee.

Tabel 4.25 Perhitungan Skala Likert Minat Simpan Pinjam

No	Nilai Marketing Syariah	SS	S	N	TS	STS	Skor	Persentase	Kategori
1	Sikap dan perilaku karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee mampu menumbuhkan kepercayaan bagi masyarakat sehingga mendorong saya untuk melakukan	16	51	33	0	0	383	76,6%	Setuju

	simpan pinjam.								
2	Bank BSI KCP Kuala Batee berlokasi ditengah Kota sehingga mudah untuk dikunjungi	48	30	21	1	0	425	85%	Sangat Setuju
3	Berbagai macam produk yang disediakan Bank BSI KCP Kuala Batee sudah sesuai dengan syariah	17	52	30	1	0	385	77%	Setuju
4	Banyaknya informasi dari lingkungan saya mengenai Bank BSI KCP Kuala Batee sehingga saya ingin melakukan simpan pinjam di Bank BSI KCP Kuala	20	63	16	1	0	402	80,4%	Sangat Setuju

	Batee							
--	-------	--	--	--	--	--	--	--

3. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuesioner yang dipakai, dengan skor total pada tingkat signifikan 5% dan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Suatu item dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dikatakan tidak valid. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.25 hasil validitas menggunakan SPSS versi 29.

Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation	R_{tabel} (Taraf signifikan 5%)	Keterangan
X	A1	0,779	0,196%	Valid
	A2	0,853		
	A3	0,754		
	A4	0,78		
Y	B1	0,831	0,196%	Valid
	B2	0,759		
	B3	0,782		
	B4	0,688		

Berdasarkan hasil validasi pada tabel 4.26 menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dibandingkan nilai r tabel, maka hasil uji validitas dinyatakan valid dan penelitian dapat dilanjutkan.

4. Uji Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan jawaban yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 29. Untuk melakukan uji Reliabilitas digunakan metode pengukuran Reliabilitas Cronbach Alpha, suatu instrument dapat dikatakan reliable apa bila nilai alpha lebih besar dari 0,06 dan sebaliknya. Berikut tabel 4.26 hasil uji Reliabilitas menggunakan SPSS versi 29.

Tabel 4.27 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas Koefisien	Cronbach's Alpha	Keterangan
X	4 Item pernyataan	0,801	Reliable
Y	4 Item Pernyataan	0,760	Reliable

Dari tabel 4.27 Hasil uji reliabilitas diatas dapat dilihat bahwa masing-masing nilai Cronbach Alpha yang dihasilkan sebesar 0,801 (X) dan 0,706 (Y) yaitu lebih besar dari 0,06 yang artinya bahwa semua variabel reliable.

5. Uji Normalitas

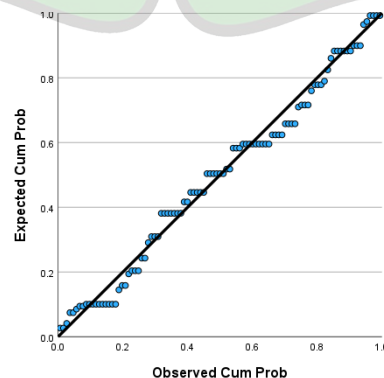
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data yang dilakukan memiliki distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal, jika nilai

signifikansi $<0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.28 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardize d Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.23281586
Most Extreme Differences	Absolute		.082
	Positive		.082
	Negative		-.068
Test Statistic			.082
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.093
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.099
	99% Confidence	Lower	.091
	Interval	Bound	
		Upper Bound	.106

Berdasarkan tabel diatas uji normalitas dengan menggunakan SPSS versi 29 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,093, lebih besar dari 0,05 jadi distribusi data pada penelitian ini dinyatakan normal. Berikut ini hasil uji normalitas menggunakan grafik P-P plot yang telah diolah dengan SPSS versi 29.



Gambar 4. 14 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-P Plot

Berdasarkan gambar diatas hasil uji normalitas pada grafik P-P plot berdistribusi normal apabila data atau titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan sebaliknya jika data atau titik-titik menyebar menjauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal, maka data tidak berdistribusi normal.

6. Uji Linieritas

Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak dan dasar pengambilan keputusannya jika nilai signifikan $>0,05$ maka terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel independen, (X) dengan variabel dependen, (Y) dan sebaliknya. Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka kesimpulannya tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel independen, (X) dengan variabel dependen, (Y). Jika nilai F_{hitung} lebih kecil dari pada F_{tabel} maka terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel independen, (X) dengan variabel dependen (Y). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4. 28 hasil uji linieritas menggunakan SPSS versi 29.

Tabel 4.29 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT * MARKETING	Between Groups	(Combined)	1.606	7	.229	4.098	<.001
		Linearity	1.387	1	1.387	24.776	<.001
		Deviation from Linearity	.219	6	.036	.652	.688
	Within Groups		5.093	91	.056		
	Total		6.699	98			

Dari tabel 4.29 di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi $0,688 > 0,05$ yang artinya terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel X dengan variabel Y. Berdasarkan nilai F dari output di atas diketahui $F_{hitung} 0,652 < F_{tabel} 3,94$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel X dengan variabel Y.

7. Uji Heteroskedastisitas

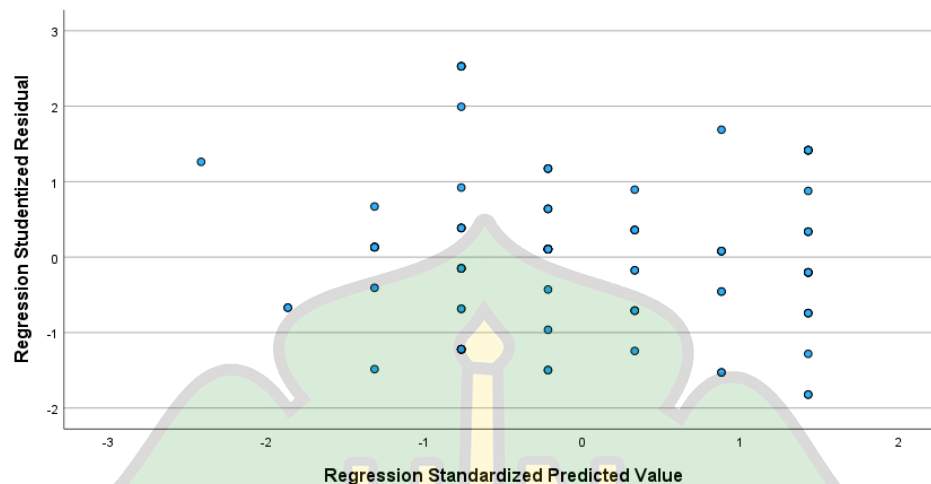
Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.29 dan gambar 4.15 hasil uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS versi 29.

Tabel 4.30 Hasil Uji heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.514	1.168		1.296	.198
	VARX	-.005	.067	-.007	-.072	.943

Berdasarkan output tabel 4.30 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel independent (X), sebesar $0,943 > 0,05$, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel independent. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat

pada gambar 4.15 hasil Uji heteroskedartisitas Scatterplot menggunakan SPSS versi 29 berikut ini:



Gambar 4.15 Uji Heteroskedartisitas

Berdasarkan gambar 4.15 Hasil Uji heteroskedartisitas Scatterplot diatas pendeteksian ada atau tidaknya heteroskedartisitas, dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas

D. Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah dengan menganalisis data angket yang diberikan kepada responden. Untuk mengetahui tanggapan responden maka di analisis data dengan menggunakan rata-rata keseluruhan skor yang telah dibuat dengan model skala likert. Analisis data tentang pengaruh nilai marketing syariah Bank Syaariah Indonesia KCP

Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee. Analisis data yang digunakan mencakup analisis regresi sederhana, koefisien determinasi, dan uji signifikansi, untuk menganalisis data dilakukan menggunakan program SPSS versi 29.

1. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent (Nilai Marketing Syariah) terhadap variabel dependent (Minat Simpan Pinjam). Pengambilan keputusan dalam uji regresi sederhana dapat mengacu pada dua hal, yakni membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, atau dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05. Analisis menggunakan metode kuantitatif untuk membuktikan hipotesis yang diajukan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat hasil analisis regresi sederhana menggunakan SPSS pada tabel 4.30 berikut ini.

Tabel 4.31 Koefisien Regresi Sederhana

		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.897	1.824		3.781	<.001
	MARKETING	.524	.104	.454	5.023	<.001

Berdasarkan tabel 4.31 di atas, diketahui hasil uji regresi sederhana nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel nilai marketing syariah (X) berpengaruh terhadap variabel minat simpan pinjam

(Y). Berdasarkan nilai t_{hitung} diketahui nilai t_{hitung} sebesar $5,023 > t_{tabel} 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable independen (X), berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

2. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi atau sering disimbolkan dengan R^2 (R square), nilai koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada tabel 4.31 dan 4.32 berikut ini:

Tabel 4.32 Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	89.383	1	89.383	25.233	<.001 ^b
	Residual	343.607	97	3.542		
	Total	432.990	98			

Berdasarkan tabel 4.37 diketahui bahwa nilai F_{hitung} 25.233 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < \text{dari } 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai marketing syariah berpengaruh terhadap minat simpan pinjam. Sementara itu untuk melihat berapa persen pengaruh tersebut dapat dilihat pada tabel 4.32 berikut ini:

Tabel 4.33 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.459 ^a	.210	.202	.05069

Dari tabel 4.32 di atas diperoleh koefisien R square (R^2) 0,210. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) sebesar 20,1 %, sedangkan 79,9 % di pengaruhi oleh factor-faktor yang lain yang tidak peneliti teliti.

3. Uji Signifikan (Uji t)

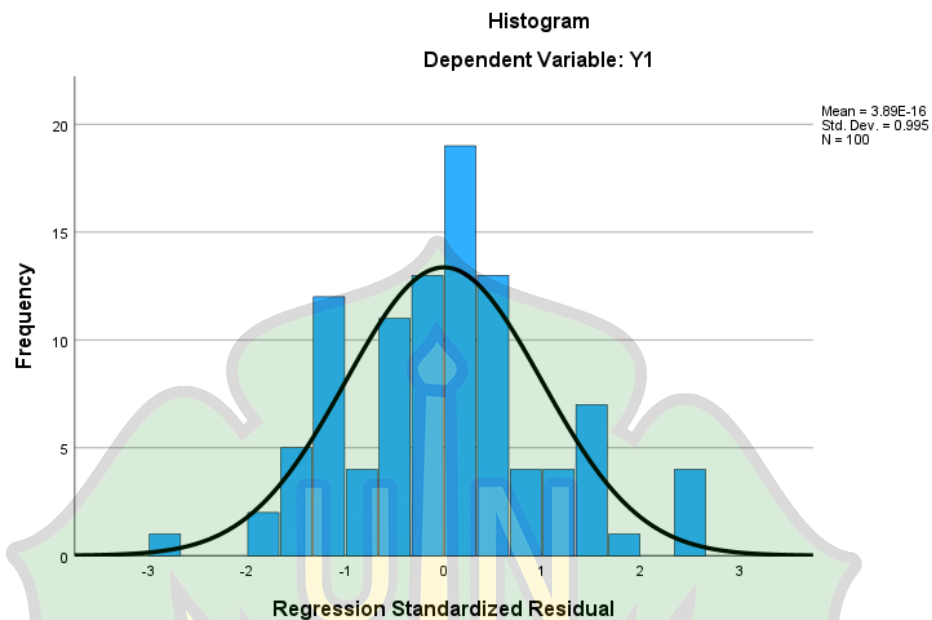
Uji t bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dasar pengambilan keputusan jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Berdasarkan nilai signifikansi jika nilai sig $< 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh signifikansi terhadap variabel terikat, dan nilai sig $> 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikansi terhadap variabel terikat. Berdasarkan uji t yang dilakukan menggunakan SPSS versi 29 diperoleh hasil pada tabel 4. 33 berikut ini:

Tabel 4.34 Hasil uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.495	.139		3.558	<.001
	Log10X	.570	.112	.459	5.084	<.001

Dari hasil uji t pada tabel 4.33 dapat diketahui nilai t_{hitung} 5,084 $> t_{tabel}$ 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa ada pengaruh nilai marketing syariah (Independent) bank syariah Indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala

Batee (Dependent). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.16 Uji Hepotesis dengan melihat kurva Regresi berikut ini



Gambar 4.16 Kurva Regresi Uji Hipotesis

1. Menentukan Hepotesis

Ho : Tidak adanya pengaruh nilai marketing syariah bank syariah Indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee

H1 : Adanya pengaruh nilai marketing syariah bank syariah Indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi meggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05, adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

3. Menentukan **thitung**

Berdasarkan tabel 4.33 diperoleh **thitung** sebesar 5,084.

4. Menentukan **ttabel**

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan $df = n - 2$ ($100 - 2 = 98$), maka hasil diperoleh untuk **ttabel** sebesar 1,984.

5. Kriteria Pegujian

H_0 diterima jika **thitung** < **ttabel**

H_0 ditolak jika **thitung** > **ttabel**

6. Membandingkan **thitung** degan **ttabel**

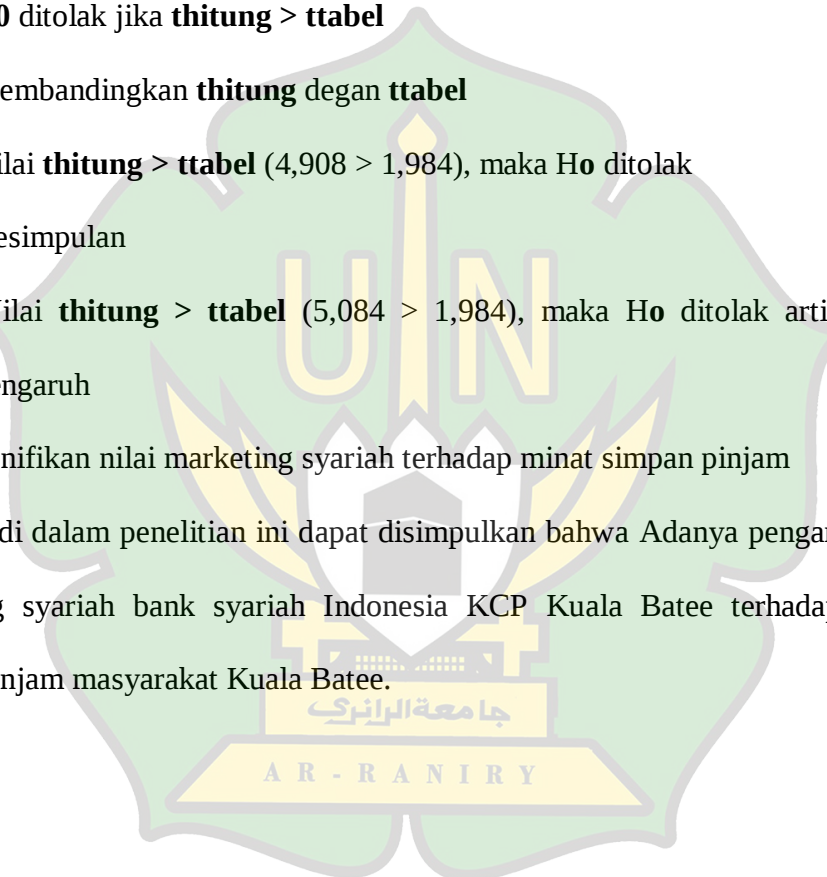
Nilai **thitung** > **ttabel** ($4,908 > 1,984$), maka H_0 ditolak

7. Kesimpulan

8. Nilai **thitung** > **ttabel** ($5,084 > 1,984$), maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh

secara signifikan nilai marketing syariah terhadap minat simpan pinjam

Jadi dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Adanya pengaruh nilai marketing syariah bank syariah Indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee.



BAB V

PENUTUP

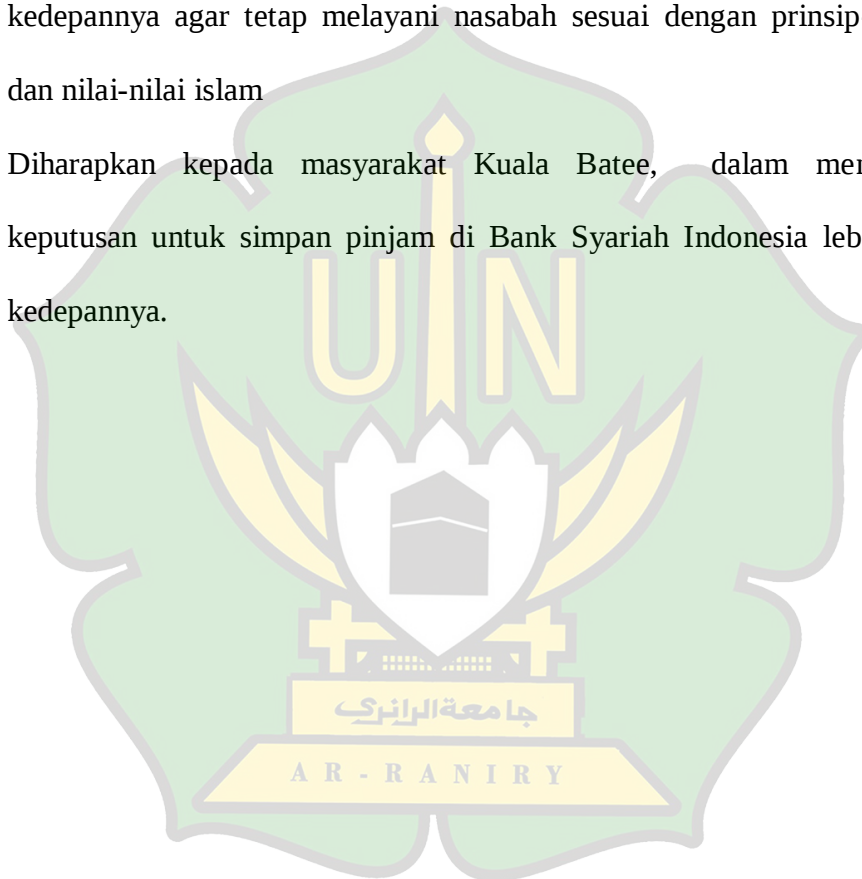
A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terkait pengaruh nilai marketing Syariah bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee dapat diambil kesimpulan, diantaranya:

1. Dari hasil penelitian diperoleh data pada indikator teitis sebanyak 84%, etis sebanyak 86%, Realistis sebanyak 99,2%, dan Humatinis 87%, adapun rata-rata persentase yang diperoleh adalah 89,05%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh nilai marketing syariah bank syariah indonesia KCP Kuala Batee terhadap minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee.
2. Pada penelitian juga diperoleh data pada Sikap dan perilaku karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee mampu menumbuhkan kepercayaan bagi masyarakat sehingga mendorong saya untuk melakukan simpan pinjam. 76,6%, Bank BSI KCP Kuala Batee berlokasi ditengah Kota sehingga mudah untuk dikunjungi 85%, Berbagai macam produk yang disediakan Bank BSI KCP Kuala Batee sudah sesuai dengan syariah 77%, dan Banyaknya informasi dari lingkungan saya mengenai Bank BSI KCP Kuala Batee sehingga saya ingin melakukan simpan pinjam di Bank BSI KCP Kuala Batee 80,4%, dari data tersebut diketahui besar persentase minat simpan pinjam masyarakat Kuala Batee terhadap nilai marketing Syariah bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee adalah 79,75%.

B. SARAN

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan berguna untuk memberikan pengetahuan pengujian ilmiah mengenai minat simpan pinjam bank syariah Indonesia.
5. Bagi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pusat Kuala Batee kedepannya agar tetap melayani nasabah sesuai dengan prinsip-prinsip dan nilai-nilai islam
6. Diharapkan kepada masyarakat Kuala Batee, dalam mengambil keputusan untuk simpan pinjam di Bank Syariah Indonesia lebih teliti kedepannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Adisusilo. (2013). *Panduan Pintar Ekspor Impor*. Jakarta : Transmedia.
- Agama R.I. (2012). *Al – Qur'an dan Terjemahnya*. Semarang: Diponegoro.
- Al Arif , Nur Rianto. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Ali, Zainuddin. (2008). *Hukum Ekonomi Syariah. Cet1*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Alma, Buchari.(2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung:Alfabeta.
- Alma, Bukhari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung; Alfabeta.
- Andisusilo. *Panduan Pintar Ekspor Impor*. (Jakarta : Transmedia. 2013) hal. 56
- Anzelika Sari. (2019). *Minat Masyarakat dalam Menggunakan Produk Koperasi Syariah Ar-Rahman Kota Palangka Raya*. Skripsi : Institut Agama Islam Palangka Raya.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofyan. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Djaali. (2008) . *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Febianto, Gatot. (2006). *Pengaruh Lokasi. Tingkat Suku Bunga. dan Reputasi Terhadap Keputusan untuk Menabung (Studi pada Badan KeSwadayaan Masyarakat Sari Asih Kelurahan. Padang Sari Kota Semarang)*. Semarang: Skripsi UNDIP Manajemen.
- Gunara, Thorik dan Utus Hardiono Sudibyo. (2007). *Marketing Muhammad: Starategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad saw*. Bandung: Karya Kita
- Hartono, Jogiyanto. (2011). *Metodologi Peneitian Bisnis: Salah Kaprak dan Pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Iman, Ghozali. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, Phillip & Keller. Kevin Lane. (2012). *Marketing Management (14th)*. United State : Pearson.

Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Mardapi, Djemari. (2008). *Teknik Penyusunan Tes dan Non Tes*. Yogyakarta: Mitra Cendikia Press.

Nasir, Moh.(2013).. *Metode penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Nugaraha Masruri Siregar. (2020). *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi nasabah KSP Surya Abadi Mandiri Muhammadiyah Mencirim Medan*. Skripsi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Pratiwi, Noor Komari.(2015) “Pengaruh Tingkat Pendidikan. Perhatian Orang Tua. Dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMK Kesehatan Di Kota Tangerang Noor.” *Jurnal Pujangga*. 1(2): 75-105

Purwanto, Ngalm. (2014). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Ramadani, Eka Kusuma dan .Dewi Oktayani. (2020).Pengaruh Unit Simpan Pinjam Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Desa. *Jurnal Perbankan Syariah* . 1(2): 138-149

Ramayulis. (2012). *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: KALAM MULIA.

Rangkuti, Freddy. (2010). *Strategi Promosi yang Kreatif fan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rivai, Veithzal. (2012). *Islamic Marketing*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

Rudianto. (2010). *Akuntansi Koperasi* . Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.

Siregar, Syofian. (2014). *Statistik Parametrik untuk penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono dan Susanto. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2006). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Cara Mudah Menyusun Skripsi. Tesis dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Kuantitatif. Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

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

Suharso, Puguh. (2009). *Metode Penelitian Kuantitaif Untuk Bisnis* . Jakarta: Permata Puri Media.

Supardi. *Aplikasi Statistika dalam Penelitian Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif*. (Jakarta Selatan: Change Publication. 2014). hal. 188

Supriyanto . (2015). *Tata Kelola Koperasi Kredit atau Koperasi Smpn Pinjam*. Yogyakarta: Andi Offset.

Susanto, Ahmad. (2013). *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar* . Jakarta: Kencana

Sutanto. Daniel. (2013). “Pengaruh pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Etam Mandiri di Samarinda”. *Jurnal Fakultas Ekonomi*. 2(18).

Tim Penerjemah Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al- Qur'an Departemen

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip.Penarapan. dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI

Undang-Undang Perbankan Syariah. (2008). Jakarta : Sinar Grafika

Veithzal Rivai. (2012). *Islamic Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. (2008). *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani

Lampiran 2

10/10/22, 5:24 PM

Document



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.3477/Un.08/FDK-1/PP.00.9/09/2022
Lamp : -
Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada Yth,
Pimpinan Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee

Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **NK. ALI MUCHAYAT SYAH / 160403049**
Semester/Jurusan : XIV / Manajemen Dakwah
Alamat sekarang : GAMPONG LAM ASAN KECAMATAN DARUSSALAM KABUPATEN ACEH BESAR

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **PENGARUH NILAI MARKETING SYARIAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP KUALA BATEE TERHADAP MINAT SIMPAN PINJAM MASYARAKAT KUALA BATEE**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 05 September 2022

an. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Berlaku sampai : 15 Januari
2023

Dr. Mahmuddin, M.Si.

Lampiran 3



Nomor : 02/477-1/19303
Tanggal : 16 November 2022
Lampiran : Surat Pernyataan

PT BANK SYARIAH INDONESIA
KCP KUALA BATEE
Jln. Lintas Meulaboh -Blang Pidie
Desa Kota Bahagia Kec Kuala Batee
Telpn : (0656) 323925

Assalamu'alaikumwarahmatullaahiwbarakatuh,

Sehubungan dengan permohonan penelitian ilmiah dengan Nomor Surat B.3477/Un.08/FDK-1/PP.00.9/09/2022 Tanggal 05 September 2022. menerangkan bahwa mahasiswa dengan data sebagai berikut :

Nama : NK ALI MUCHAYAT SYAH
NIM : 160403049
Semester/jurusan : XIV / MANAJEMEN DAKWAH

Adalah benar telah melakukan penelitian di BSI KCP Kuala Batee tanggal 24 Oktober 2022 mengenai **Pengaruh Nilai Marketing Syariah Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee Terhadap Minat Simpan Pinjam Masyarakat Kuala Batee** menggunakan Angket yang disebarkan ke masyarakat disekitar Area Kantor KCP Kuala Batee.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikumwarahmatullaahiwbarakatuh

PT. BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.
BSI KCP KUALA BATEE

BSI BANK SYARIAH INDONESIA
KCP Kuala Batee

HERI HASNANDAR
Branch Manager

Lampiran 4

**Kepada Yth,
Bapak/ Ibu/ Sdr/i
Di
Tempat**

Dengan hormat,

Saya yang tersebut dibawah ini:

Nama : NK. ALI MUCHAYAT SYAH

Nim :160403049

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas :Dakwah dan Komunikasi

Universitas : Islam Negeri Ar-raniry

Sedang melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Nilai Marketing Syariah Bank Syariah Indonesia KCP Kuala Batee Terhadap Minat Simpan Pinjam Masyarakat Kuala Batee.**

Penelitian ini adalah bagian dari proses pembuatan karya akhir atau skripsi yang hasil penelitiannya digunakan untuk tujuan akademis. Setiap jawaban **Bapak/Ibu/Sdr/i** berikan akan dijamin kerahasiaannya. Saya mohon kepada **Bapak/Ibu/Sdr/I** untuk mengisi kuesioner ini dengan selengkap-lengkapanya.

Demikian atas perhatiannya dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Kuala Batee, 24 Oktober 2022

Peneliti,

NK. ALI MUCHAYAT SYAH

Lampiran 5

DAFTAR PERTANYAAN

Petunjuk Pengisian :

Bacalah semua pernyataan dengan teliti dan berilah tanda (x) pada salah satu jawaban dari pilihan yang sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan Jawaban :

1. SS (Sangat Setuju)
Berarti Bapak/Ibu/Sdr/I berpendapat bahwa apa yang terkandung didalam pernyataan tersebut sungguh-sungguh benar dan sesuai dengan arah pemikiran yang dirasakan.
2. S (Setuju)
Berarti Bapak/Ibu/Sdr/I berpendapat bahwa apa yang terkandung didalam pernyataan tersebut banyak benarnya.
3. N (Netral)
Berarti Bapak/Ibu/Sdr/I berpendapat bahwa apa yang terkandung didalam pernyataan tidak berpihak atau sulit menyatakan setuju.
4. TS (Tidak Setuju)
Berarti Bapak/Ibu/Sdr/I berpendapat bahwa apa yang terkandung didalam pernyataan lebih banyak tidak benar.
5. STS (Sangat Tidak Setuju)
Berarti Bapak/Ibu/Sdr/I berpendapat bahwa apa yang terkandung didalam pernyataan sungguh-sungguh tidak benar dan tidak sesuai dengan arah pemikiran yang dirasakan.

Peneliti,

NK. ALI MUCHAYAT SYAH
Nim. 160403049

Lampiran 6

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :

2. Jenis Kelamin:

☐

1. Laki-laki

☐

2. Perempuan

3. Usia:

☐

1. 18-21

☐

2. 22-25

☐

3. 26-29

☐

4. >30

4. Pendidikan Terakhir:

☐

1. SMA/ Sederajat

☐

2. D-III

☐

3. S1

5. Pekerjaan:

☐

1. Mahasiswa

☐

2. PNS

☐

3. Polri/ TNI

☐

4. Petani

☐

5. Wirausaha

☐

6. Wiraswasta

6. Pendapatan Perbulan:

☐

1. Kurang dari Rp. 999.000,-

☐

2. Rp 1.000.000,- s.d Rp. 2,499.000,-

☐

3. Rp. 2.500.000,- s.d Rp. 3.499.000,-

☐

4. Diatas Rp. 3.500.000,-

Lampiran 7

Pendapat Responden

Variabel Independent (X)
1. Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai <i>Teitis</i> (Religius) sehingga menawarkan produk sesuai dengan akad dan tidak ingkar jani kepada masyarakat. ☐ SS ☐ S ☐ N ☐ TS ☐ ST
2. Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Etis (Akhlak) sehingga bersifat rendah hati dan empati terhadap masyarakat dalam proses penawaran. ☐ SS ☐ S ☐ N ☐ TS ☐ ST
3. Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Realistik dengan berpakaian dan berpenampilan rapi, bersih, serta bersahaja dengan memakai busana yang sopan. ☐ SS ☐ S ☐ N ☐ TS ☐ ST
4. Karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee memiliki nilai Humanitis (Kemanusiaan) sehingga melayani masyarakat tanpa memandang atau membedakan status sosialnya. ☐ SS ☐ S ☐ N ☐ TS ☐ ST
Variabel Dependent (Y)
1. Sikap dan perilaku karyawan Bank BSI KCP Kuala Batee mampu menumbuhkan kepercayaan bagi masyarakat sehingga mendorong saya untuk melakukan simpan pinjam. ☐ SS ☐ S ☐ N ☐ TS ☐ ST
2. Bank BSI KCP Kuala Batee berlokasi ditengah Kota sehingga mudah untuk dikunjungi. ☐ SS ☐ S ☐ N ☐ TS ☐ ST
3. Berbagai macam produk yang disediakan Bank BSI KCP Kuala Batee sudah sesuai dengan syariah ☐ SS ☐ S ☐ N ☐ TS ☐ ST

Lampiran 8

Tabulasi Data Jawaban Responden

no	Identitas Responden						Variable (X) Marketing Syariah				Variable (Y) Minat			
	Gampong	J K	Usi a	P T	P K	P P	A 1	A 2	A 3	A 4	B 1	B 2	B 3	B 4
1	L.Tuha	1	4	1	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
2	L.Tuha	2	4	1	6	1	5	5	5	5	5	5	5	5
3	K.Barok	1	4	1	4	1	4	4	5	5	4	5	5	4
4	K.Barok	1	4	1	4	1	4	5	4	5	5	4	4	4
5	K.Barok	2	4	3	6	1	5	4	4	4	4	4	4	4
6	K.Barok	2	4	1	6	1	5	4	4	4	4	4	4	4
7	I.Mameh	1	4	1	6	1	4	4	4	4	5	5	5	5
8	I.Mameh	2	4	1	6	1	4	5	5	5	4	5	4	4
9	A.Pisang	1	4	1	6	2	4	4	5	4	3	2	3	2
10	A.Pisang	1	4	1	4	1	4	4	4	4	5	5	5	5
11	A.Pisang	1	4	1	5	2	4	4	4	4	5	5	5	5
12	A.Pisang	2	2	1	6	1	4	5	5	5	4	5	3	4
13	A.Pisang	2	4	1	5	1	3	4	4	4	3	5	4	3
14	A.Pisang	2	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4
15	K.Batee	1	2	1	5	2	4	4	4	3	3	4	4	4
16	K.Batee	1	4	3	2	4	4	5	4	5	4	5	4	4
17	K.Batee	1	4	1	5	2	4	4	4	5	3	4	4	4
18	K.Batee	2	2	1	1	1	4	5	4	4	4	4	4	4
19	K.Batee	2	4	3	6	1	5	5	5	4	5	4	4	4
20	K.Batee	2	4	3	6	2	4	4	5	4	4	5	5	4
21	L.Gajah	1	2	1	6	1	4	4	4	4	3	4	3	3
22	L.Gajah	2	2	1	1	1	4	5	4	4	4	4	4	4
23	M.Blang	1	4	3	2	4	4	5	5	5	4	5	2	5
24	M.Blang	1	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3
25	M.Blang	2	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4
26	M.Blang	2	4	1	4	1	5	5	5	4	4	5	4	4
27	P.Sikabu	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	3	3	3
28	P.Sikabu	1	3	3	2	3	5	5	5	5	3	5	4	4
29	P.Sikabu	1	4	1	6	2	4	4	4	3	3	4	4	4
30	P.Sikabu	1	4	1	5	3	4	5	4	5	4	4	5	3
31	P.Sikabu	2	3	3	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5
32	P.Sikabu	2	4	3	5	1	5	5	5	5	4	5	4	4
33	P.Sikabu	2	4	3	2	4	4	5	5	5	3	5	3	3
34	P.Sikabu	2	3	3	6	2	4	5	4	5	4	5	4	4
35	L.Gelumpang	1	4	1	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3

36	L.Gelumpang	2	4	3	2	4	4	4	5	5	3	5	3	3
37	A.Padee	1	4	3	6	3	4	5	4	4	4	5	4	4
38	A.Padee	1	4	1	6	2	5	5	5	5	4	4	4	4
39	A.Padee	1	3	2	6	1	4	4	4	5	4	5	5	4
40	A.Padee	2	3	3	2	3	5	5	5	5	3	5	3	3
41	A.Padee	2	4	3	2	2	4	4	4	5	4	5	4	5
42	A.Padee	2	3	3	2	3	5	5	5	5	4	5	4	4
43	B.Panyang	1	4	1	6	1	5	4	4	4	4	5	4	4
44	B.Panyang	2	4	3	2	4	5	5	5	5	3	5	4	3
45	K.Tengah	1	4	1	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4
46	K.Tengah	1	4	3	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5
47	K.Tengah	1	4	2	6	1	4	4	4	4	4	4	4	4
48	K.Tengah	2	4	3	2	4	4	4	5	4	4	5	3	4
49	K.Tengah	2	4	3	5	2	5	5	5	5	4	5	4	4
50	K.Tengah	2	4	3	2	4	4	4	5	5	4	4	3	4
51	B.Makmur	1	2	1	1	2	4	4	4	4	3	5	4	5
52	B.Makmur	1	2	3	5	2	3	4	5	4	4	3	3	5
53	B.Makmur	1	2	1	5	2	3	4	5	4	4	3	3	5
54	B.Makmur	2	4	1	4	1	4	4	5	5	4	4	4	4
55	B.Makmur	2	4	1	5	1	4	4	4	4	5	5	5	5
56	B.Makmur	2	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
57	K.Terubu	1	4	2	2	3	4	4	5	4	3	5	4	4
58	K.Terubu	1	4	1	6	2	5	5	5	5	4	5	3	5
59	K.Terubu	1	4	1	5	3	5	4	5	5	3	3	3	5
60	K.Terubu	2	4	1	6	1	4	4	5	4	4	5	4	4
61	K.Terubu	2	3	1	6	1	5	5	5	5	4	4	4	4
62	K.Terubu	2	4	3	6	2	5	5	5	5	5	5	5	5
63	PSKB	1	3	3	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
64	PSKB	1	4	1	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
65	PSKB	1	4	3	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4
66	PSKB	1	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
67	PSKB	2	4	3	2	4	5	5	5	5	4	5	4	4
68	PSKB	2	4	3	2	4	5	5	5	5	4	5	4	5
69	PSKB	2	4	2	6	2	4	4	4	4	3	4	4	4
70	PSKB	2	3	3	6	2	5	5	4	4	4	4	3	4
71	P.Cut	1	4	1	6	2	4	4	4	4	3	3	3	4
72	P.Cut	1	4	1	6	3	4	4	4	4	3	3	3	4
73	P.Cut	1	4	1	6	2	4	4	4	5	3	3	3	4
74	P.Cut	2	4	1	6	1	4	4	4	4	3	3	3	4
75	P.Cut	2	4	1	6	1	4	4	4	4	4	3	4	4
76	P.Cut	2	4	1	6	1	4	4	4	4	3	3	4	4
77	K.Bahagia	1	4	1	6	1	5	4	4	4	4	4	4	4

78	K.Bahagia	1	4	1	4	1	4	4	5	5	3	5	3	4
79	K.Bahagia	2	4	1	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4
80	K.Bahagia	2	4	3	6	1	5	5	5	5	4	3	4	3
81	G.Gajah	1	4	1	6	2	4	4	4	4	3	3	3	4
82	G.Gajah	1	4	3	6	3	4	4	4	3	3	3	4	4
83	G.Gajah	1	4	1	6	2	3	3	4	3	4	4	4	4
84	G.Gajah	1	4	1	6	2	5	5	4	3	3	3	4	3
85	G.Gajah	2	2	3	6	2	4	4	4	4	3	3	3	4
86	G.Gajah	2	4	1	6	2	4	4	4	4	3	3	3	4
87	G.Gajah	2	4	1	6	2	4	4	4	5	3	3	4	4
88	G.Gajah	2	4	1	6	1	4	4	4	4	3	3	3	4
89	K.Panto	1	4	1	3	4	3	3	4	5	4	5	3	3
90	K.Panto	1	4	1	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3
91	K.Panto	2	4	3	6	2	4	3	3	4	3	3	4	3
92	K.Panto	2	2	1	1	1	4	4	5	4	4	4	4	4
93	D.Beurumban g	1	4	1	6	1	5	5	5	5	4	5	4	4
94	D.Beurumban g	1	4	3	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4
95	D.Beurumban g	2	4	1	4	2	5	5	5	5	5	5	5	4
96	D.Beurumban g	2	4	1	5	2	4	4	4	4	3	4	4	4
97	R.Panyang	1	2	3	6	3	3	3	5	4	3	3	3	3
98	R.Panyang	1	4	1	6	4	4	4	4	4	4	3	3	4
99	R.Panyang	2	4	2	6	1	4	5	5	5	4	5	4	4
100	R.Panyang	2	2	3	5	2	4	4	4	4	4	5	5	5

AR - RANIRY

Lampiran 9

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laki-Laki	50	50.0	50.0	50.0
	Perempuan	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Karakteristik Responden			
		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	18-21	1	1.0	1.0	1.0
	22-25	12	12.0	12.0	13.0
	26-29	9	9.0	9.0	22.0
	>30	78	78.0	78.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Pendidikan Terakhir			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	SMA/Sederajat	57	57.0	57.0	57.0
	D-III	5	5.0	5.0	62.0
	S1	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		sPekerjaan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Mahasiswa	6	6.0	6.0	6.0
	PNS	19	19.0	19.0	25.0
	Polri/TNI	2	2.0	2.0	27.0

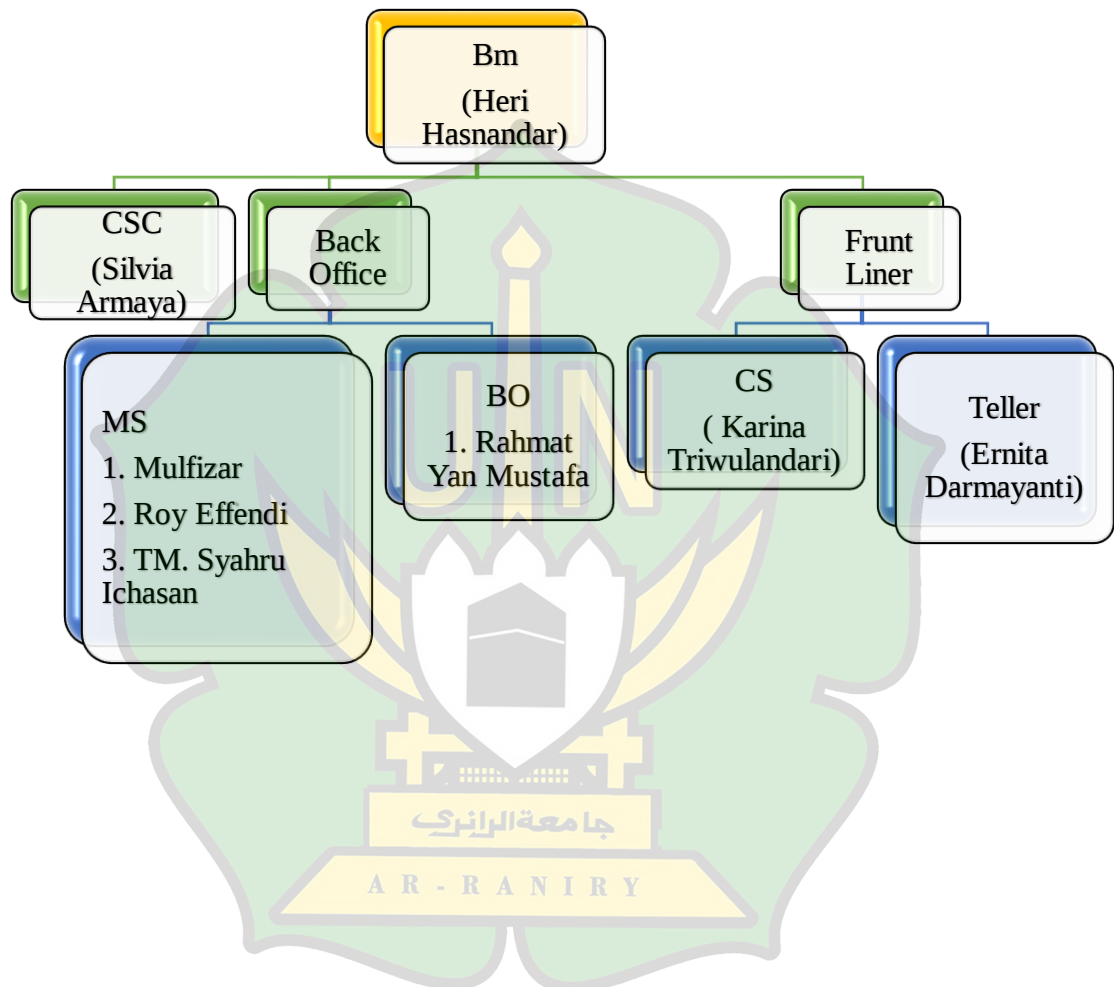
Petani	12	12.0	12.0	39.0
Wirausaha	17	17.0	17.0	56.0
Wiraswasta	44	44.0	44.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendapatan Perbulan

		Frequen cy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp.999.000,-	38	38.0	38.0	38.0
	Rp.1.000.000,- s.d Rp. 2.499.000,-	31	31.0	31.0	69.0
	Rp. 2.500.000,- s.d Rp. 3.499.000,-	13	13.0	13.0	82.0
	>Rp. 3.500.000,-	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



STRUKTUR ORGANISASI BSI KCP KUALA BATEE



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : NK. ALI MUCHAYAT SYAH
Tempat Tanggal Lahir: Lamainong, 21 Agustus 1998
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
NIM : 160403049
Kebangsaan : Warga Negara Indonesia
Alamat
1. Kecamatan : Kuala Batee
2. Kabupaten : Aceh Barat Daya
3. Provinsi : Aceh
No. Tlpn/Hp : 0895 3278 54581

B. Riwayat Pendidikan

SD : SD Negeri 3 Keude Siblah
SMP : SMP Negeri 2 Blangpidie
SMA : SMK Negeri 1 Aceh Barat Daya

C. Data Orang Tua

Nama Ayah : Nyak Sabi
Nama Ibu : Rosmiani Sirait
Pekerjaan
1. Ayah : Pensiunan
2. Ibu : Guru
Alamat : Kuala Batee, Aceh Barat Daya, Aceh

Banda Aceh, 23 Februari 2023
Peneliti,

NK. ALI MUCHAYAT SYAH
NIM. 160403049