ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA MINAT PEDAGANG PASAR IBUH TERHADAP BANK BRI SYARIAH KCP PAYAKUMBUH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

ACC PBB
Untuk Dimunaqasahkan

15 Juli 2020

Oleh :

NOVI JUNIASTI ANGGARAINI HRP
NIM. 3316004

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
TAHUN 2020

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA MINAT PEDAGANG PASAR IBUH TERHADAP BANK BRI SYARIAH KCP PAYAKUMBUH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh :

NOVI JUNIASTI ANGGARAINI HRP
NIM. 3316004

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
TAHUN 2020

HALAMAN PERSEMBAHAN



Alhamdulillahirabbil'alamiin… Alhamdulillah Ya Allah

Segala puji bagi Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Sujud dan rasa syukur ini tiada henti kupersembahkan kepada-Mu ya Allah ya Tuhan ku Yang Maha Agung nan Maha Tinggi, atas takdir yang Kau tetapkan untukku sehingga aku menjadi manusia yang berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan. Tak lupa lantunan Al-Fatihah beriring Shalawat kupersembahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

Untukmu Papa Tercinta ***(Gusti Harahap)****…*

Mama Tercinta ***(Intan Mahreni Siregar)****…*

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya seni ini kepada papa dan mama tercinta yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, dan segala hal yang terbaik yang tiada hentinya yang tidak mungkin dapat ku balas hanya dengan kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat papa dan mama bangga. Yang mana ku sadari selama ini masih belum bisa membuat papa dan mama bangga. Bahkan aku sering sekali membuat papa dan mama marah dan kesal dengan sikap atau perilaku yang aku miliki. Tapi yakinlah, setiap aku melakukan sesuatu yang membuat papa dan mama marah dan kesal, aku langsung sedih dan berkata dalam hati bahwa aku meminta maaf dan aku bukan bermaksud membuat papa dan mama marah. Aku sangat-sangat bersyukur, karena aku terlahir di keluarga yang sangat menyayangi dan mencintaiku. Kehadiran papa dan mama membuatku termotivasi agar langkah selanjutnya aku menjadi lebih baik dan bisa membanggakan papa dan mama.
Terima kasih pa... Terima kasih ma...
Aku sangat menyayangi dan mencintai papa dan mama... (ttd anakmu)

Kepada dosen pembimbingku ***Rahmi, M.A*** *terimakasih banyak untuk semua saran, motivasi, kesabaran, serta ilmu yang telah tercurahkan selama ini. Semoga Allah SWT. membalas kebaikan Ibu dengan pahala yang berlipat ganda. Semoga Ibu selalu dalam lindungan Allah SWT. dan semoga kebagiaan selalu menyertai Ibu.*

Untuk kakakku tercinta ***Khotri Yanti Rizky Harahap, Sri Nova Gusniati Harahap, dan Kris Santoso,*** *terimakasih atas dukungannya selama ini dan*

nasehat-nasehat yang membuatku bangkit dalam kegalauan skripsi ini. Untuk ***adikku*** *yang tersayang* ***Mifta Atul Marzuliah Harahap,*** *terimakasih untuk dukungannya selama ini yang selalu menjadi tempat curhatku dan dia adalah salah satu orang yang ikut menangis ketika aku lagi sedih karena kegalauan skripsi ini. Dan untuk* ***keponakanku*** *yang tersayang* ***Dzaki Abi Hasan*** *yang membuat aku selalu tersenyum dan gembira ketika melihatnya dan dialah yang menjadi semangatku...*

Tak luput aku ucapkan juga banyak terima kasih kepada keluarga ku yang di bukittinggi ***mamak*** *yang tersayang* ***Desmawati, uni*** *tersayang* ***Elga Efasari*** *dan* ***Sonya Defa Sari,*** *dan* ***sibungsu*** *tersayang* ***Wulan Trifa Sari,*** *terimakasih udah banyak membantu dan menolongku dalam segala hal. Tak ada yang bisa aku berikan selain doa yang ku panjatkan. Semoga Allah SWT. memberikan perlindungan dimana pun mamak dan sekelurga berada, serta dilimpahkan kebahagian yang beribu-ribu kali lipat.*

Sahabat-sahabatku sedari awal masuk kuliah yang sangat ku sayangi Truk Gandeng dan Mini Bus ku ***Novia Munasti*** *dan* ***Zulia Nur Putri*** *yang sering kususahkan dan yang selalu memotivasiku****.*** *Telah banyak cerita yang kita ukir bersama. Suka, duka, tangis dan tawa merupakan bumbu dalam menjalin hubungan persahabatan ini. Tetaplah menjadi teman ribut, teman kocak, teman curhat, teman bahagia dan teman sedih sampai kapanpun… dan juga kepada sahabatku* ***Mezi Ramadhani*** *dan* ***Doli Amanta Nasution*** *terimakasih untuk motivasi dan dukungannya, kita berlima ada untuk menjadi sahabat yang erat dan saling menguatkan dalam situasi dan kondisi apapun… tetaplah seperti ini kita ya sahabat-sahabatku…*
Terimakasih untuk semua petualangan dan pelajarannya selama ini...

Teruntuk sahabatku tersayang seperjuangan ***(Niche karmila, Mega Silviana, Imam Sahril Matondang, Syarief Hidayatullah, Gilang Prasetyo, Rizki Isvireza,*** *dan* ***Ali Hazmi Dalimunthe*** *terimakasih untuk selalu sabar ketika kurepoti, terimakasih untuk selalu menjadi pendengar cerita-ceritaku, terimakasih untuk segala kepeduliannya selama ini, terimakasih untuk selalu membangkitkan ketika dalam keterpurukan dan terimakasih untuk segala saran dan dukungannya selama ini…*

Kepada teman-teman seperjuangan S1 Perbankan Syariah angkatan 2016 (keluarga besar PS A 2016) terimakasih untuk segala dukungan dan doa nya, terkhusus dan teristimewa kepada kosma ***Gilang Prasetio*** *yang menjadi garda terdepan pembela kelas dan selalu memberikan wejangan/motivasi terbaiknya demi keberhasilan anggota kelas…*

"Bila ada pertemuan di dunia ini, maka ada perpisahan disampingnya. Bila ada kebahagiaan di dunia ini, maka ada kesedihan disampingnya."
"Terkadang, pertemuan dan perpisahan terjadi terlalu cepat. Namun, kenangan dan perasaan tinggal terlalu lama."

Teruntuk

Dan terimakasih untuk semua pihak yang telah membantu dalam segala hal yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Kurendahkan hati dan diri untuk meminta beribu-ribu kata maaf tercurah. Dengan bangga ku persembahkan skripsi ini.

__*"Novi Juniasti Anggaraini Hrp"*__

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Novi juniasti Anggaraini Hrp
NIM	: 3316.004
Tempat/Tanggal Lahir	: Rantauprapat/12 Juni 1997
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat pedagang pasar ibuh terhadap Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) saya dengan judul di atas adalah benar asli karya penulis. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia diproses dengan hukum yang berlaku dan gelar sarjana dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 14 Juli 2020
Penulis,



Novi Juniasti Anggaraini Hrp
Nim: 3316023

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **Novi Juniasti Anggaraini Hrp, NIM. 3316.004**, dengan judul: **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Pedagang Pasar Ibuh Terhadap Bank Bri Syariah Kcp Payakumbuh"** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

Bukittinggi, 14 Juli 2020
Pembimbing,



Rahmi, MA
Nip. 197605152009012002

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Pedagang Pasar Ibuh Terhadap Bank Bri Syariah Kcp Payakumbuh"** yang disusun oleh **Novi Juniasti Anggaraini Hrp, NIM 3316004,** Program Studi S1 Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Latar belakang dalam penelitian ini adalah peneliti melihat bahwa masih banyak masyarakat terutama pedagang pasar Ibuh Payakumbuh yang belum mengetahui tentang perbankan syariah. Yang mana peneliti menemukan minat pedagang pasar Ibuh terhadap Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh mengalami penurunan dari tahun 2016-2018 secara berturut-turut. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kurangnya minat pedagang pasar Ibuh terhadap Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh. Adapun faktor yang mempengaruhi kurangnya minat pedagang pasar Ibuh yang ingin peneliti ketahui dalam memilih Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh adalah Pengetahuan dan Pemasaran.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana pengaruh faktor Pengetahuan dan faktor Pemasaran terhadap kurangnya minat Pedagang Pasar Ibuh kepada Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh dengan menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) dengan metode penelitian survei (*survey research*). Data yang digunakan yaitu data primer. Pengumpulan data yaitu dengan membagikan kuesioner kepada 87 pedagang pasar Ibuh Payakumbuh. Teknik penilaian pengaruh Pengetahuan dan Pemasaran terhadap Minat Pedagang adalah dengan melakukan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi, Uji T, Uji F, Uji Determinasi (R^2) dan Uji Regresi Linear Berganda.

Berdasarkan hasil pengolahan data maka diperoleh perhitungan regresi linear berganda dengan persamaan yaitu $Y = 11{,}869 - 0{,}189\ X_1 + 0{,}532\ X_2$. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 11,869 berarti Pengetahuan (X_1) mempunyai pengaruh negatif sebesar -0,189 dan Pemasaran (X_2) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,532 terhadap Minat Pedagang, maka nilai kostanta Minat Pedagang (Y) sebesar 11,869.

Hasil penelitian dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas semua pernyataan Valid dan Reliabel. Berdasarkan Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi, bahwa variabel berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, terbebas dari heteroskedastisitas, dan tidak terdapat autokorelasi. Dan pada Uji Determinasi (R^2) dimana R^2 sebesar 0,206 atau 20,6 %. Uji T, T_{hitung} -1,539 > T_{tabel} 1,98861 bahwa Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Minat Pedagang dan T_{hitung} 4,129 > T_{tabel} 1,98861 bahwa Pemasaran berpengaruh terhadap Minat Pedagang. Dan Uji F, F_{hitung} > F_{tabel} (10,886 > 3,104),

maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Pengetahuan X_1 dan Pemasaran X_2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Minat Pedagang Y).

Kata kunci: Pengetahuan, Pemasaran, Minat Pedagang.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT. atas berkat, taufiq dan hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Pedagang Pasar Ibuh Terhadap Bank Bri Syariah Kcp Payakumbuh".**

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, terutama keluarga yang telah mendukung penulis baik secara moril maupun materil, teristimewa kepada ayahanda penulis **Gusti Harahap** dan ibunda penulis **Intan Mahreni Siregar** tercinta yang telah mendidik, membesarkan, memotivasi serta mendo'akan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Berkenaan dengan ini, izinkan penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada orang-orang yang telah berjasa dalam penulisan skripsi ini:

1. Kepada Ibu **Dr. Ridha Ahida, M.Hum** selaku Rektor IAIN Bukittinggi.
2. Kepada Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dan Ibu **Sandra Dewi, SE.,MM** selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah.
3. Kepada ibu **Rahmi, MA** selaku pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi hingga selesainya skripsi ini.

4. Kepada Bapak **Dr. Asyari, S.Ag, M.Si** selaku dosen Pembimbing Akademik yang selalu mengarahkan, membimbing, mengajarkan dan mempermudah urusan penulis dalam bidang akademik.
5. Kepada Bapak/Ibu **Dosen IAIN Bukittinggi** khususnya Dosen FEBI .
6. Kepada Pimpinan beserta seluruh karyawan **PT. Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh** yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis berdoa dan berharap kepada Allah SWT. semoga amal dan kebaikan kita semua di ridhoi oleh Allah SWT. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan untuk menyempurnakan skripsi ini. Harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Bukittinggi, 13 Juli 2020
Penulis,

Novi Juniasti Anggaraini Hrp
Nim: 3316023

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING
ABSTRAK
KATA PENGANTAR.....i
DAFTAR ISI.....iii
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah.....1
B. Identifikasi Masalah.....6
C. Batasan Masalah.....7
D. Rumusan Masalah.....7
E. Tujuan Penelitian.....8
F. Penjelasan Judul.....9
BAB II KAJIAN PUSTAKA
A. Bank Syariah.....11
B. Nasabah.....20
C. Minat.....21
D. Menabung.....26
E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....27
F. Kajian Terdahulu.....33
G. Kerangka Pemikiran.....35
H. Hipotesis.....35
BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian.....37
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....37
C. Jenis Dan Sumber Data.....37
D. Populasi Dan Sampel.....38
E. Defenisi Operasional Variabel.....38
F. Instrumen Penelitian.....39
G. Teknik Pengumpulan Data.....40
H. Teknik Analisis Data.....41
I. Pengujian Model.....41
BAB IV HASIL PENELITIAN
A. Profil PT. Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.....46
B. Gambaran Umum Responden.....59
C. Hasil Uji Pra Penelitian.....62
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....64
E. Hasil Uji Hipotesis.....71
F. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....74
G. Analisis Pembahasan.....76
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan.....79

B. Saran 80
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah nasabah pedagang pasar Ibuh Payakumbuh yang menabung di BRI Syariah KCP Payakumbuh.....6

Tabel 3.1 Skala Likert..... 40

Table 4.1 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin..... 60

Tabel 4.2 Jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir..... 60

Tabel 4.3 Jumlah responden berdasarkan usia..... 61

Tabel 4.4 Daftar pernyataan pengetahuan..... 62

Tabel 4.5 Daftar pernyataan pemasaran..... 62

Tabel 4.6 Daftar pernyataan minat pedagang..... 63

Tabel 4.7 Pengujian validitas..... 64

Tabel 4.8 Pengujian reliabilitas.....65

Tabel 4.9 Pengujian normalitas..... 66

Tabel 4.10 Pengujian multokolinearitas..... 69

Tabel 4.11 Klarifikasi nilai d..... 71

Tabel 4.12 Pengujian autokorelasi..... 71

Tabel 4.13 Pengujian t..... 72

Tabel 4.14 Pengujian f.....74

Tabel 4.15 Pengujian determinasi..... 75

Tabel 4.16 Pengujian regresi linear berganda..... 76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur organisasi perusahaan..... 54

Gambar 4.2 Pengujian normalitas dengan P-P Plot..... 67

Gambar 4.3 Pengujian normalitas dengan histogram..... 68

Gambar 4.4 Pengujian heteroskedastisitas..... 70

BAB I

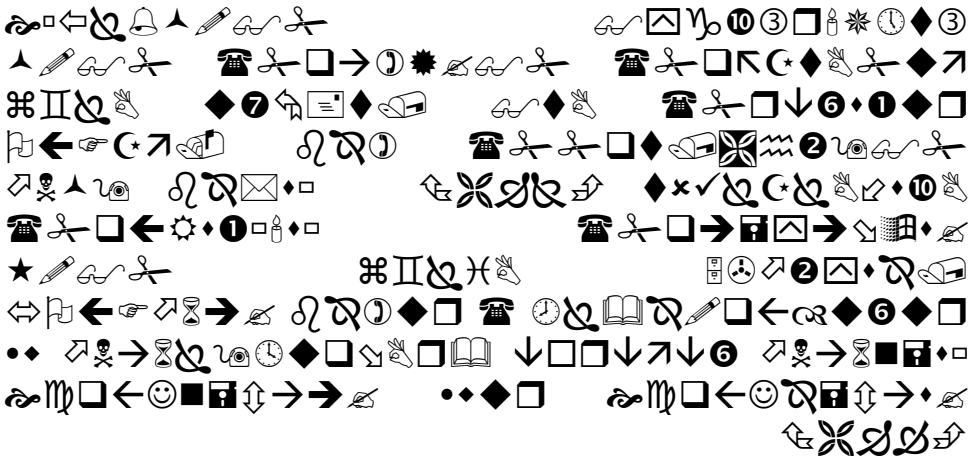
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah menurut UU Nomor 21 tahun 2008 merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.[1] Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang lahir pada tahun 1991 sebelum diundangkannya undang-undang tentang perbankan yang baru, yaitu UU No.7 Tahun 1992.[2] Pada saat terjadinya krisis moneter yang melanda Indonesia, Bank Muamalat Indonesia yang satu-satunya bank dapat bertahan terhadap krisis moneter tersebut. Bank Muamalat Indonesia merupakan bank yang sepenuhnya melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang mana mengharamkan bunga. Pelarangan riba terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 278-279 yang mana secara tegas dinyatakan sebagai berikut:

[1] Andri Soemitra, *Bank Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 63

[2] Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), hlm. 57



Artinya : Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum di pungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) di aniaya. (QS. Al-Baqarah:278-279)

Bank syariah pada awalnya dikembangkan dari respon kelompok ekonomi dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip syariah Islam. Bank syariah juga dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam.[3] Sejak diberlakukannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, sebagaimana telah di ubah dengan UU No. 10 Tahun 1998, bank syariah secara resmi telah diperkenalkan kepada masyarakat. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia pada umumnya. Berdasarkan

[3] Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 106

hasil kajian Tim BEINEWS (2004) menunjukkan bahwa ada lima faktor yang memicu perkembangan perbankan syariah di Indonesia,[4] sekaligus menjadi pembeda antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional, yaitu:

1. Pasar yang di anggap luas ternyata belum di garap secara maksimal (apalagi bank syariah tidak hanya dikhususkan untuk orang muslim karena di sejumlah bank terdapat nasabah nonmuslim).
2. Sistem bagi hasil terbukti lebih menguntungkan dibandingkan dengan sistem bunga yang di anut bank konvensional.
3. *Return* yang diberikan kepada nasabah pemilik dana bank syariah lebih besar daripada bunga deposito bank konvensional.
4. Bank syariah tidak memberikan pinjaman dalam bentuk uang tunai, tetapi bekerjasama atas dasar kemitraan.
5. Prinsip laba bagi bank syariah bukan satu-satunya tujuan karena bank syariah mengupayakan bagaimana memanfaatkan sumber dana yang ada untuk membangun kesejahretaan masyarakat.

Perbankan syariah memiliki produk yang dapat ditawarkan kepada masyarakat salah satunya produk penghimpunan. Secara garis besar produk penghimpunan dana terbagi ke dalam dua kategori berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu penghimpunan dana dengan prinsip titipan

[4] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 11-12

(*Wadiah*), dan penghimpunan dana dengan prinsip kerjasama (*Mudharabah*).[5]

Menabung adalah salah satu hal yang harus dilakukan guna mengantisipasi keadaan darurat yang sangat berguna di masa yang akan datang. Hal ini tentunya sangat berkaitan dengan syariat Islam yang menganjurkan untuk menabung, menyisihkan harta dan berhemat yang mana merupakan suatu tindakan mensyukuri nikmat Allah SWT. Dengan menabung maka sudah memiliki persiapan untuk masa depan yang mana membantu untuk memiliki modal ketika ingin melakukan suatu usaha sehingga kegiatan ekonominya berlangsung secara produktif.

Pasar Ibuh merupakan pasar tradisional yang berada di Kelurahan Ibuh Kecamatan Payakumbuh Timur provinsi Sumatera Barat. Kehadiran pasar Ibuh sebagai pusat perdagangan bagi kebutuhan rumah tangga dan hasil pertanian masyarakat Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota. Para pedagang di pasar Ibuh berjumlah 87 pedagang. Yang mana lokasi pasar Ibuh sangat berdekatan dengan bank, baik bank konvensional maupun bank syariah. Dan ini merupakan hal yang sangat bagus bagi pihak bank dalam memasarkan produk kepada para pedagang baik dalam bentuk pembiayaan maupun dalam bentuk tabungan.

Dari berbagai produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah terutama produk penghimpunan dana, minat pedagang pasar Ibuh dalam menggunakan tabungan masih tergolong rendah. Dengan kata lain,

[5] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa,....., hlm. 18

pedagang pasar Ibuh lebih tertarik untuk melakukan transaksi ke bank konvensional daripada ke bank syariah karena mereka masih mengganggap bahwa sistem operasional pada bank syariah itu sama dengan sistem operasional di bank konvensional. Selain itu, rendahnya minat pedagang pasar Ibuh untuk bertransaksi di bank syariah karena masih kurangnya pemahaman dan sosialisasi mengenai perbankan syariah yang dilakukan oleh pihak bank mengenai produk yang ada di bank syariah dan pembeda antara bank syariah dengan bank konvensional. Sehingga para pedagang pasar Ibuh kurang mengetahui apa saja produk yang ada di bank syariah dan apa itu bank syariah. Ketertarikan para pedagang ke bank konvensional juga dipengaruhi karena keberadaan bank konvensional di pasar Ibuh cukup banyak dan dekat dengan pasar Ibuh, sedangkan bank syariah tidak banyak bahkan hanya bank BRI Syariah saja yang beroperasi dan dekat dengan pasar Ibuh tersebut.

Oleh karena itu upaya-upaya pensosialisasian mekanisme dan syariah dirasa perlu agar pedagang pasar Ibuh mengetahui dan memahami tentang perbankan syariah, sehingga pedagang pasar Ibuh tidak lagi terjebak dalam transaksi-transaksi yang tidak Islami dan para pedagang pasar Ibuh menaruh kepercayaan terhadap transaksi syariah. Itulah yang menyebabkan pedagang pasar Ibuh kurang berminat untuk menabung di bank Bri Syariah KCP Payakumbuh. Hal ini terbukti dari jumlah pedagang pasar Ibuh yang menjadi nasabah di bank Bri Syariah KCP Payakumbuh mengalami penurunan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pedagang Pasar Ibuh Payakumbuh Yang Menabung Di Bri Syariah KCP Payakumbuh Tahun 2016-2018

Tahun	Jumlah Nasabah	Naik/Turun	
		∑	%
2016	8	-	-
2017	5	(3)	(37,5)
2018	3	(2)	(40)

Sumber : Dari hasil observasi awal di Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh, tanggal 25 Oktober 2019

Dilihat dari tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah pedagang pasar Ibuh yang menjadi nasabah di bank Bri Syariah pada tahun 2016 berjumlah 8 pedagang. Sedangkan pada tahun 2017 jumlah pedagang pasar Ibuh yang menjadi nasabah di bank Bri Syariah berjumlah 5 pedagang. Dan pada tahun 2018 jumlah pedagang pasar Ibuh yang menjadi nasabah di bank Bri Syariah berjumlah 3 pedagang. Dan dapat kita lihat bahwa jumlah pedagang yang menjadi nasabah di bank Bri Syariah mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian tentang "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Pedagang Pasar Ibuh Terhadap Bank Bri Syariah KCP Payakumbuh**."

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalahnya mencakup:

1. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman para pedagang pasar Ibuh terhadap Bank Syariah.
2. Pedagang pasar Ibuh masih tertarik untuk bertransaksi dengan Bank Konvensional dibandingkan dengan Bank Syariah.
3. Kurang beroperasinya Bank Syariah di Pasar Ibuh dalam segi pemasarannya.

C. Batasan Masalah

Terdapat banyak karakteristik yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih pembelian atau memilih suatu produk. Dalam penelitian ini, penulis akan membatasi permasalahannya, yaitu faktor pengetahuan dan faktor pemasaran.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dirumuskan suatu permasalahan yang ingin di teliti lebih lanjut, yaitu bagaimana faktor tersebut mempengaruhi kurangnya minat pedagang pasar Ibuh terhadap bank Bri Syariah KCP Payakumbuh. Dan seberapa besar faktor tersebut mempengaruhi kurangnya minat pedagang pasar Ibuh terhadap bank Bri Syariah KCP Payakumbuh.

E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk menganalisis sejauh mana pengaruh faktor pengetahuan dan faktor pemasaran terhadap kurangnya minat Pedagang Pasar Ibuh kepada Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.
2. Kegunaan dari penelitian ini, yaitu:
    a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan sebagai referensi untuk Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh dalam melakukan kebijakan maupun evaluasi yang berhubungan dengan pengetahuan dan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan sehingga dapat meningkatkan minat pedagang terhadap perusahaan.
    b. Bagi akademis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan.
    c. Bagi penulis, penelitian ini berguna untuk menambah wawasan keilmuan dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana.
    d. Bagi pembaca, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman dalam menyelesaikan studi yang berkaitan dengan variabel yang di teliti.

F. Penjelasan Judul

Agar lebih memudahkan dalam memahami isi dari penelitian ini, maka penulis mendefinisikan beberapa istilah yang berkaitan dengan judul penelitian ini, yaitu:

Analisis	Penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebelumnya.[6]
Faktor	Segala hal yang ikut menyebabkan / mempengaruhi terjadinya sesuatu hal.[7]
Minat	Kecenderungan mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui sesuatu hal atau aktivitas yang menjadi objek dari minat tersebut.[8]
Pedagang	Sehimpunan orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh suatu keuntungan.[9]
Bank Syariah	Lembaga perbankan yang mana pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam.[10]

[6] Departemen Pendidikan Nasional, "*Kamus Besar Bahasa Indonesia*", (Jakarta: Gramedia, 2008), hlm. 58

[7] Departemen Pendidikan Nasional,....., hlm.58

[8] Departemen Pendidikan Nasional,....., hlm. 916

[9] https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pedagang

[10] Wangsawidjaja, "*Pembiayaan Bank Syariah*", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 15

Jadi, kesimpulan dari penjelasan judul di atas adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa, perbuatan, dan keadaan yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) kurangnya minat pedagang terhadap bank syariah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Perbankan syariah di Indonesia di atur dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bahwa yang di maksud dengan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).[11]

2. Sejarah Bank Syariah Di Indonesia

Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika Islam adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berdasarkan Al-qur'an dan Hadist. Islam tidak hanya mengatur urusan ibadah tetapi juga mengatur segala aspek muamalah manusia terutama yang berkaitan dengan masalah ekonomi. Oleh karena itu, untuk menjalankan kegiatan perekonomian yang berkaitan dengan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam maka tentu dibutuhkan suatu lembaga

[11] Andri Soemitra, *Bank Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 61

perbankan yang beroperasi dengan prinsip-prinsip tersebut, yakni perbankan syariah sebagai tempat menabung dan bertransaksi masalah keuangan.

Usaha pertama yang mendirikan bank syariah tanpa bunga pertama kali dilakukan di Malaysia pada pertengahan tahun 1940an, namun usaha tersebut tidak sukses. Kemudian usaha berikutnya dilakukan di Pakistan pada akhir 1950an yaitu dengan pendirian suatu lembaga perkreditan tanpa bunga di Pedesaan. Rintisan institusional lainnya adalah *Islamic Rural Bank* di Desa Mit Ghamir pada tahun 1963 di Mesir.[12] Pendirian bank ini cukup sukses pada waktu itu dan mendapat sambutan yang cukup hangat di Mesir, terutama dari kalangan petani dan masyarakat pedesaan. Namun karena terjadi kekacauan politik di Mesir, Mit Ghamir mulai mengalami kemunduran, sehingga operasionalnya di ambil alih oleh *National Bank Of Egyp*t dan Bank Sentral Mesir pada tahun 1967. Pengambil alihan ini menyebabkan prinsip nir-bunga pada Mit Ghamir ditinggalkan, sehingga bank ini kembali beroperasi berdasarkan bunga. Pada tahun 1971 konsep nir-bunga kembali dibangkitkan pada masa rezim saat melalui pendirian *Nasser Social Bank*. Tujuan bank ini adalah untuk menjalankan

[12] Irwan Misbach, *Bank Syariah: Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan*, (Makassar: Alauddin Pers, 2013), hlm. 25

kembali bisnis yang berdasarkan konsep yang telah diperhatikan oleh Mit Ghamir.[13]

Kesuksesan Mit Ghamir ini memberikan inspirasi bagi umat muslim di seluruh dunia untuk mendirikan bank Islam. Akhirnya, pada tahun 1975 berdirilah *Islamic Development Bank* yang disponsori negara-negara yang bergabung dalam Organisasi Konferensi Islam. Kemudian secara berturut-turut berdirilah sejumlah bank yang berbasis Islam. Berkembangnya bank-bank Islam di Negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal tahun 1980an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Bank Muamalat Indonesia akhirnya lahir sebagai hasil kerja keras Tim perbankan MUI. Dan akte pendirian PT Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada tanggal 1 November 1991. Dan secara resmi pada tanggal 1 Mei 1992 Bank Muamalat Indonesia mulai beroperasi.[14]

Pada tahun 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang di beli oleh Bank Dagang Negara, kemudian di konversi menjadi Bank Syariah Mandiri, yang merupakan bank syariah kedua di Indonesia.[15]

---

[13] Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 23

[14] Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 25

[15] Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 24

3. Produk-Produk Bank Syariah

Bank syariah yang terdiri dari BUS, UUS serta BPRS pada dasarnya melakukan kegiatan usaha yang sama dengan bank konvensional yaitu melakukan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat di samping penyediaan jasa keuangan lainnya. Perbedaannya adalah seluruh kegiatan BUS, UUS serta BPRS didasarkan pada prinsip syariah. Implikasinya, di samping harus selalu sesuai dengan prinsip hukum Islam juga adalah karena dalam prinsip syariah memiliki berbagai variasi akad yang akan menimbulkan variasi produk yang lebih banyak dibandingkan produk bank konvensional. Adapun kegiatannya sebagai berikut:

a. Penghimpunan dana

Dalam penghimpunan dana bank syariah melakukan mobilisasi dan investasi tabungan dengan cara yang adil. Mobilisasi dana sangat penting karena Islam mengutuk penumpukan dan penimbunan harta dan mendorong penggunaannya secara produktif dalam rangka mencapai tujuan ekonomi dan sosial. Sumber dana bank syariah berasal dari modal di setor dan hasil mobilisasi kegiatan penghimpunan dana melalui rekening giro, rekening tabungan, rekening investasi umum dan rekening investasi khusus. Di samping itu bank syariah juga dapat menerbitkan obligasi syariah sebagai alternatif pembiayaan jangka panjang.

1) Prinsip *wadi'ah*

Prinsip *wadi'ah* atau di kenal dengan nama titipan atau simpanan adalah titipan murni dari suatu pihak ke pihak lain, baik itu individu maupun badan hukum yang harus di jaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.[16] Akad berpola titipan ini terbagi atas dua. Pertama titipan *wadi'ah yad amanah* adalah titipan murni dari pihak penitip yang mempunyai barang/aset kepada pihak penyimpan yang di beri amanah/kepercayaan. Barang/aset yang dititipkan adalah sesuatu yang berharga yang dapat berupa uang, dokumen, surat berharga lainnya.[17] Kedua, titipan *wadi'ah yad dhamanah* adalah akad antara dua pihak yang mana pihak pertama sebagai pihak yang menitipkan dan pihak yang lainnya sebagai pihak penerima titipan. Pihak penerima titipan dapat memanfaatkan barang yang dititipkan dan penerima titipan wajib mengembalikan barang yang dititipkan kepadanya dalam keadaan utuh.[18]

2) Prinsip *mudharabah*

Prinsip *mudharabah* adalah prinsip kerjasama antara pemilik dana dengan pengelola dana. Yang mana dana tersebut dipergunakan untuk melakukan *murabahah* dan *ijarah*,

[16] Syafi'i Antonio,....., hlm. 85
[17] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali, 2013), hlm. 42
[18] Ismail,....., hlm. 63

kemudian hasil usaha ini akan di bagi hasilnya antara pemilik dana dengan pengelola dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

b. Penyaluran dana

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

1) Pembiayaan dengan prinsip jual beli

Pembiayaan dengan prinsip jual beli ditujukan untuk pemilikan barang, yang mana terdiri dari tiga akad. Pertama, *murabahah* adalah jual beli barang dengan harga asal di tambah dengan keuntungan yang disepakati. Kedua, salam adalah pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat dan ketentuan yang telah disepakati.[19] Ketiga, *istishna'* adalah pembiayaan dalam bentuk pemesanan barang tertentu dengan kriteria tertentu dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan penjual.

2) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

Pembiayaan dengan bagi hasil ditujukan untuk kerjasama usaha, yang mana terdiri dari dua akad. Pertama, *mudharabah*

[19] Syafi'i Antonio,....., hlm. 108

adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak yang pertama bertindak sebagai pemilik dana yang menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak yang lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha di bagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi di tanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan diakibatkan kelalaian pengelola dan jika kerugian itu diakibatkan oleh kelalaian pengelola maka pengelola harus bertanggungjawab atas kerugian tersebut. Kedua, *musyarakah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan di tanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

3) Pembiayaan dengan prinsip sewa

Pembiayaan dengan prinsip sewa ditujukan untuk mendapatkan jasa. Kebutuhan aset investasi yang biayanya sangat tinggi dan memerlukan waktu yang relatif lama untuk memproduksinya pada umumnya tidak dilakukan dengan cara bagi hasil. Kebutuhan investasi seperti ini dapat di penuhi dengan pembiayaan yang berpola sewa dengan akad *ijarah*. *Ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa tanpa diikuti dengan

pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.[20] Selain akad *ijarah* pembiayaan dengan prinsip sewa juga dapat dilakukan dengan akad *ijarah muntahiyyah bittamlik* yaitu akad transaksi sewa dengan perjanjian untuk menjual atau menghibahkan objek sewa.[21]

4) Pembiayaan dengan akad pelengkap

Produk yang biasa dijadikan sebagai akad pelengkap yakni produk *rahn*. *Rahn* bertujuan memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Barang yang akan digadaikan harus mempunyai kriteria sehingga barang tersebut dapat dijadikan sebagai jaminan.

c. Jasa perbankan

Produk jasa perbankan syariah terdiri dari lima akad, yaitu:

1) *Wakalah*

Akad *wakalah* adalah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain dalam hal-hal yang boleh diwakilkan. Dalam aplikasinya dalam perbankan syariah biasanya diterapkan dalam *Letter Of Credit (L/C)* impor syariah yang mana pengertiannya adalah surat pernyataan akan membayar

[20] Syafi'i Antonio,....., hlm. 117

[21] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali, 2013), hlm. 103

kepada pengekspor yang diterbitkan oleh bank atas permintaan importir dengan pemenuhan persyaratan tertentu.[22]

2) *Kafalah*

Akad *kafalah* adalah transaksi penjaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga atau yang tertanggung untuk memenuhi kewajiban pihak kedua. Aplikasinya dalam dunia perbankan adalah dengan penerbitan bank garansi syariah.

3) *Hawalah*

Akad *hawalah* adalah akad pemindahan piutang suatu pihak kepada pihak lain. Dalam hal ini ada tiga pihak, yaitu pihak yang berutang, pihak yang memberi utang, dan pihak yang menerima pemindahan.

4) *Sharf*

Sharf adalah pertukaran mata uang yang berbeda dengan penyerahan segera berdasarkan kesepakatan harga sesuai dengan harga pasar pada saat pertukaran.

5) *Qard*

Qard adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat di tagih kembali.[23] Aplikasinya dalam dunia perbankan syariah biasanya dalam hal pinjaman talangan haji, pinjaman tunai dari

---

[22] Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 223-224

[23] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 19

produk kartu kredit syariah, pinjaman kepada pengusaha kecil, dan sebagai pinjaman kepada pengurus bank.

B. Nasabah

Nasabah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah seseorang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 pasal 1 ayat (16) nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Berdasarkan pengertian tersebut, menurut UU No. 10 Tahun 1998 pasal 1 nasabah terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. Pasal 1 ayat (17) menyatakan bahwa nasabah penyimpang adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
2. Pasal 1 ayat (18) menyatakan bahwa nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.[24]

Berdasarkan pengertian di atas, maka untuk penelitian ini yang di maksud dengan nasabah adalah seseorang yang menjadi langganan sebuah bank karena uangnya diputarkan melalui bank atau orang yang menggunakan jasa bank. Dalam pengertian tersebut, termasuk pula

[24] Soegeng Wahyoedi dan Saparso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 23

pihak/seseorang yang tidak memiliki rekening, tetapi memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan (*walk in costumer*).

Seseorang/pihak memiliki perilaku yang mana merupakan proses dari suatu keputusan mengapa seseorang/pihak tersebut bersedia menjadi nasabah suatu bank dengan memanfaatkan produk-produk yang ada. Maka dari itu bank perlu memahami perilaku yang menyebabkan seseorang mau menjadi nasabah. Selain itu perlindungan terhadap nasabah perbankan dijamin oleh Lembaga Pinjaman Simpanan dengan dasar hukum ketentuan Undang-Undang No.24 Tahun 2004 tentang Lembaga Pinjaman Simpanan (LPS).[25]

C. Minat

1. Pengertian Minat

Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Minat menunjukkan adanya rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada

[25] Muhammad Dayyan, Fahriansah, dan Juprianto, *Analisi Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Vol. 1 No. 1 Mei 2020, hlm. 7

suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Semakin kuat rasa suka dan rasa ketertarikan tersebut, maka semakin besar minatnya.[26]

Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedangkan perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis agar kehendak bisa di atur dengan sebaik-baiknya. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan yang kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.[27]

2. Macam-Macam Minat

   a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

      1) Minat primitif, yaitu minat yang timbul dari kebutuhan jaringan yang berkisar pada soal-soal makanan, kebahagiaan hidup atau kebebasan beraktifitas. Minat ini dapat dikatakan sebagai minat pokok dari manusia.

---

[26] Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm. 121

[27] Janice J. Beaty, *Observasi Perkembangan Anak Usia Dini*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2013), hlm. 120

2) Minat kultural, yaitu minat yang berasal dari perbuatan belajar yang lebih tinggi tarafnya yang mana merupakan hasil dari pendidikan. Minat ini dikatakan sebagai minat pelengkap.

b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:
   1) Minat instrinsik, yaitu minat yang langsung berhubungan dengan aktifitas itu sendiri. Minat ini dapat dikatakan sebagai minat dasar atau minat asli.
   2) Minat ekstrinsik, yaitu minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

3. Minat Masyarakat

Minat masyarakat dapat diartikan sebagai keinginan mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa atau tindakan yang langsung terlibat dengan rasa senang atau tidaknya seseorang dalam menghadapi suatu objek. Menurut Djaali, minat adalah penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang di luar diri.

Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap suatu objek. Minat masyarakat merupakan ilmu pemasaran yang terpisah yang mana membahas khusus tentang bagaimana konsumen mengkonsumsi suatu produk atau jasa dengan memasukkan

ide-ide, pengalaman dan tindakan yang beragam untuk dapat memuaskan kebutuhan mereka.

Begitu juga halnya dengan bank syariah yang mana sebagai lembaga keuangan perlu mengkonsumsikan setiap produk dan jasa yang ditawarkan, ini dilakukan agar masyarakat bisa mengetahui serta memahami fasilitas dan jenis-jenis produk perbankan syariah, sehingga dapat menarik minat masyarakat khususnya pedagang pasar Ibuh untuk membeli manfaat dari produk dan jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

4. Cara Pengukuran Minat

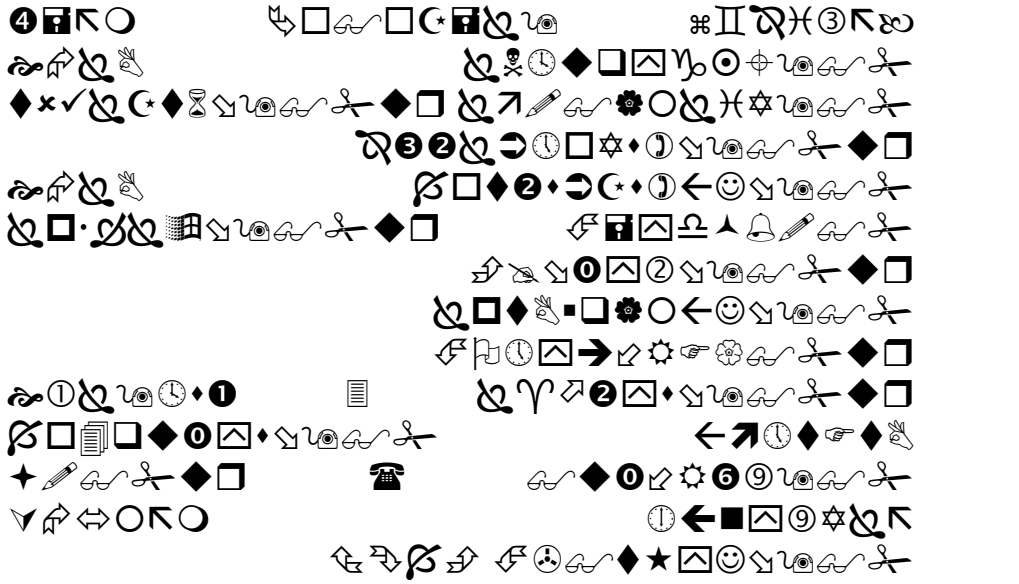
Ada beberapa metode cara pengukuran minat, yang mana dapat diketahui dengan jalan mengukur minatnya karena manifestasi minat yang bermacam-macam sesuai dengan konsep minat yang dianutnya. Keadaan minat individu yang perlu diketahui karena ini merupakan suatu hal yang penting. Keadaan minat individu tersebut diketahui melalui pengukuran minat seperti yang dikemukakan oleh Sumadi Suryabrata bahwa pengukuran minat merupakan hal yang penting karena terbukti minat mempunyai peran yang sangat penting dalam hal berhasil atau tidaknya seseorang dalam berbagai bidang terutama dalam studi dan kerja.

Sedangkan menurut Gunarto dan Hidayah, cara mengukur suatu minat dapat dilakukan dengan observasi. Observasi adalah alat

pemantau dengan mengamati perilaku seseorang sesuai dengan instrumen yang berisikan indikator minat yang telah ditentukan.

5. Pandangan Islam Tentang Minat

Al-qur'an menggambarkan keinginan, kesukaan, minat, hasrat dan cita-cita manusia dalam kehidupan di dunia. Supaya tercapai tujuan, manusia di tuntut untuk bekerja keras dan berjuang. Seperti yang diterangkan dalam Al-qur'an surat Ali Imran ayat 14, yaitu:



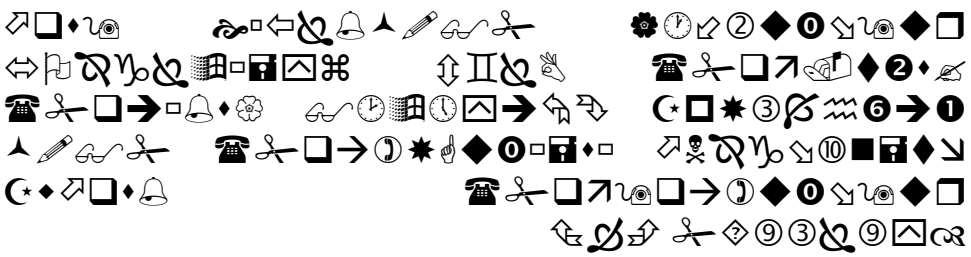
Artinya: Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, Yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternakdan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga). (QS. Ali Imran:14).

Ayat di atas menggambarkan keinginan, hasrat, dan minat manusia seperti minat terhadap lawan jenis, terhadap anak-anak yang didambakan kehadirannya setelah membangun keluarga dengan

perkawinan yang halal dan sah, serta minat terhadap harta dan uang untuk memenuhi keperluan hidupnya.[28]

D. Menabung

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam Al-qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.[29] Seperti terdapat dalam Al-qur'an surat An Nisa ayat 9, yaitu:



Artinya: Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar. (QS. An-Nisa:9)

Menabung bisa dilakukan oleh siapapun, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, maupun tua. Aktifitas menabung sudah dikenal sejak dulu, bahkan anak-anak selalu diajarkan untuk menabung ketika masih

---

[28] Hamsiah Djafar, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingginya Tingkat Minat Mahasiswa Terhadap Bank Syariah*, Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 5 No. 2 Mei 2020, hlm. 439

[29] Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta:Gema Insani, 2001), hlm. 153

berada di Taman Kanak-Kanak (TK). Hal tersebut dapat menjadi tanda bahwa menabung merupakan salah satu budaya di Indonesia.

Aktivitas menabung juga dianjurkan dalam Islam. Menabung adalah pelajaran yang dapat diteladani dari kisah Nabi Yusuf AS. Hal ini tercantum dalam Al-qur'an surat Yusuf ayat 47, yaitu:



Artinya: Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa. Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. (QS. Yusuf:12)

E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tapi harus benar-benar diperhitungkan.[30]

1. Faktor-Faktor Kebudayaan

   a. Kebudayaan

      Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

---

[30] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003), hlm. 10

b. Subbudaya

Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya.

c. Kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

2. Faktor-Faktor Sosial

a. Faktor referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

b. Keluarga

Kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Yang kedua keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga

merupakan organisasi pembeli yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

c. Peran dan status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, dan organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasikan dalam peran dan status.[31]

3. Faktor Pribadi

a. Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b. Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

c. Keadaan ekonomi

[31] Nugroho J. Setiadi,....., hlm. 11

Keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

d. Gaya hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

e. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk atau merek.[32]

4. Faktor-Faktor Psikologis

a. Motivasi

[32] Nugroho J. Setiadi,....., hlm. 11-12

Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan psikologis tertentu, seperti rasa lapar, haus, resah, dan tidak nyaman. Adapun kebutuhan lain bersifat psikogenik, yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

b. Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti di dunia ini. Faktor-faktor persepsi ini yaitu perhatian, gangguan, dan mengingat kembali yang selektif berarti bahwa para pemasar harus bekerja keras agar pesan yang disampaikan diterima.

c. Proses belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d. Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.[33]

[33] Nugroho J. Setiadi,....., hlm. 12-14

Menurut M. Anang Firmansyah, ada juga beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mempertimbangkan, memilih hingga menggunakan jasa perbankan syariah, yaitu:

1. Pengetahuan

   Pengetahuan masyarakat adalah semua informasi yang dimiliki masyarakat mengenai berbagai macam produk dan jasa perbankan syariah serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan bank syariah. Pengetahuan ini di dapat dari bentuk sosialisasi yang mana memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang kelebihan dan keunggulan yang dimiliki oleh bank syariah.

2. Pelayanan

   Kualitas dari pelayanan merupakan hal yang paling dipertimbangkan masyarakat dalam memilih bergabung dengan suatu bank, sehingga sangat diperlukan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada nasabah agar banyak masyarakat yang mau bertransaksi.[34]

3. Faktor Bauran Pemasaran

   a. Produk

      Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada masyarakat yang mana dapat digunakan atau dikonsumsi untuk

[34] Nina Indah Febriana, *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, Jurnal An-Nisbah Vol. 03 No. 01 Mei 2020, hlm. 153

memenuhi suatu kegiatan atau kebutuhan. Pengembangan sebuah produk dapat menghasilkan perusahaan menetapkan manfaat-manfaat apa yang akan diberikan produk tersebut.

b. Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa yang nilainya diterapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar. Harga di sini merupakan faktor utama yang harus ditentukan sebelum suatu produk diluncurkan ke masyarakat. Harga suatu produk juga merupakan penentu bagi permintaan pasar yang secara otomatis akan mempengaruhi volume penjualan.

c. Distribusi

Suatu pemasaran perusahaan di mulai dari distribusi, namum fungsi *place* memegang peranan yang sangat penting dalam pemasaran. Suatu produk dan jasa jika didistribusikan secara terencana maka suatu perusahaan akan lebih mudah dalam melakukan promosi.

d. Promosi

Promosi adalah sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, dengan menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang mana

pada akhirnya memberikan kontribusi pada kinerja laba jangka panjang.

F. Kajian Terdahulu

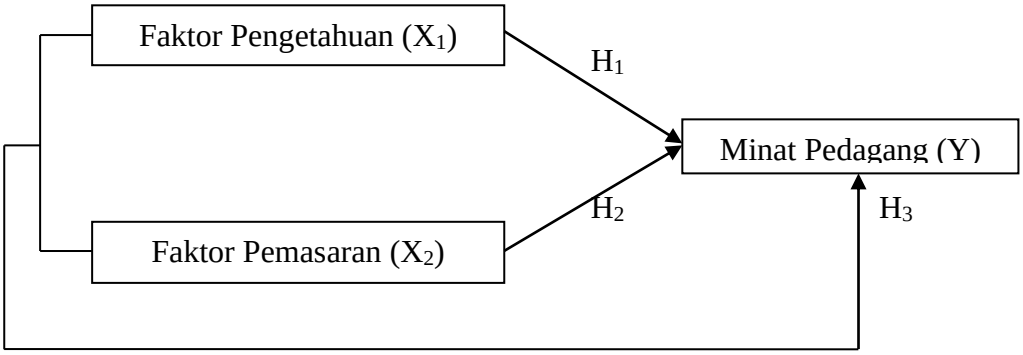
Kajian terdahulu pada penelitian ini, yaitu:

1. Ike Wardani (2018), dengan judul "*Analisis Faktor-Faktor Penyebab Rendahnya Minat Pedagang Dalam Menggunakan Pembiayaan Di Bank Syariah*", penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor penyebab rendahnya minat Pedagang Pasar Padang Lua dalam menggunakan pembiayaan di Bank Syariah dikelompokkan menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Pertama, faktor internal terdiri dari pemahaman tentang Bank Syariah dan produk-produk pembiayaan Bank Syariah masih sangat minim. Kedua, faktor eksternal terdiri dari lingkungan yang berupa kelompok referensi dan lokasi.
2. Tisnawati (2018), dengan judul "*Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah*", dari hasil penelitian ini diketahui bahwa masyarakat kurang berminat menabung karena pengetahuan mereka yang masih kurang, begitu pula pelayanan dan produk yang masih rendah dan kurang, serta lokasi yang kurang dekat dengan pemukiman masyarakat.

3. Wira Siska Putri (2018), dengan judul "*Analisis Rendahnya Minat Masyarakat Terhadap Bank Syariah*", dengan hasil penelitian diketahui bahwa keinginan, pendidikan, pemahaman, minat, lokasi adalah faktor yang menyebabkan rendahnya minat masyarakat terhadap bank syariah.

Beda penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek dari penelitian tersebut dan faktor yang mempengaruhinya.

G. Kerangka Pemikiran



H. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang kebenarannya harus di uji atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesisi di sebut sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data-data yang sudah terkumpul. Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini, yaitu:

H_1 = Faktor pengetahuan berpengaruh terhadap minat pedagang pasar Ibuh kepada bank Bri Syariah.

H_2 = Faktor pemasaran berpengaruh terhadap minat pedagang pasar Ibuh kepada bank Bri Syariah.

H_3 = Faktor Pengetahuan dan pemasaran berpengaruh terhadap minat pedagang pasar Ibuh kepada bank Bri Syariah.

Faktor-faktor yang sudah dijelaskan di atas akan direduksi dan membentuk sebuah faktor yang lebih sederhana serta dapat mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kurangnya minat pedagang pasar Ibuh terhadap bank Bri Syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang datanya dicari berupa angka-angka, jumlah tingkatan serta analisisnya menggunakan statistik.[35] Penelitian ini menggunakan metode *survey research* yang mana pengertiannya yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan cara survei, baik langsung terjun kelapangan maupun dengan cara membagikan kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner dan dokumentasi.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Ibuh Payakumbuh. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja karena berkaitan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Penelitian ini dilakukan sejak Oktober 2019 sampai selesai.

C. Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data sebagai berikut:

[35] Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), hlm. 58

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung yang mana dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi. Dalam penelitian ini diperoleh data primer dari hasil kuesioner.
2. Data sekunder, yaitu informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada, yang mana data tersebut mendukung permasalahan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini diperoleh data sekunder dari buku, jurnal, dan media informasi lainnya.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi, adalah semua individu yang menjadi sumber pengambilan data yang memiliki syarat-syarat yang berkaitan dengan penelitian.[36] Dalam penelitian ini populasinya adalah semua pedagang di Pasar Ibuh Payakumbuh yaitu sebanyak 87 pedagang.
2. Sampel, adalah bagian kecil yang diambil dari sebuah populasi yang dapat mewakili populasi tersebut secara menyeluruh. Dalam penelitian ini semua populasi dijadikan sampel yaitu sebanyak 87 orang (responden).

E. Defenisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

[36] Muri Yusuf,....., hlm. 145

1. Variabel dependen

   Variabel Y (dependen) disebut juga sebagai variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi dampak adanya variabel lain.[37] Dalam penelitian ini variabel dependennya yaitu minat pedagang (Y).

2. Variabel independen

   Variabel X (independen) disebut juga dengan variabel penjelas merupakan variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi sebab dan dapat merubah variabel lain. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan sebagai variabel X (independen) yaitu faktor pengetahuan (X_1) dan faktor pemasaran (X_2).

F. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan proses pembuatan yang meliputi aktivitas perencanaan, penyusunan, uji coba, pengabsahan dan keandalan. Instrumen penelitian diartikan sebagai segala peralatan yang digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterprestasikan informasi dari para responden yang dilakukan dengan pola pengukuran yang sama.

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, skala pengukuran

[37] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 61

yang digunakan yaitu skala *likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.1
Skala *Likert*

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Skala ini digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek yang diperoleh melalui jawaban secara bertingkat dari pernyataan-pernyataan yang diajukan.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang penulis gunakan dalam pengumpulan data, yaitu teknik kuisioner, yaitu teknik pengumpulan data yang mana dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Tujuan utama menggunakan kuisioner dalam penelitian yaitu untuk memperoleh informasi yang lebih relevan dengan tujuan penelitian, dan juga untuk mengumpulkan informasi dengan reliabilitas dan validitas yang tinggi.[38]

[38] Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016), hlm. 27

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis statistik parametrik untuk menguji hipotesis. Pada penelitian ini alat bantu yang penulis gunakan untuk menganalisis data penelitian berupa program SPSS 22.

I. Pengujian Model

1. Uji Validitas

   Uji validitas merupakan ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas berguna untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian kuesioner yang digunakan untuk memperoleh data dari responden.

   Data tidak dikatakan valid apabila nilai KMO lebih kecil dari 0,05 sebaliknya jika nilai KMO lebih besar dari 0,05 maka data tersebut dikatakan valid.[39]

2. Uji Reliabilitas

   Uji reliabilitas adalah suatu alat uji lain selain uji validitas dimana uji ini berguna untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.

---

[39] Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 133

Jika nilai a lebih besar dari 0,60 maka dapat dikatakan bahwa item-item kuesioner yang digunakan dinyatakan *reliable* dan konsisten. Sebaliknya apabila nial a lebih kecil dari 0,60 maka item-item kuesioner yang digunakan tidak *reliable* dan tidak konsisten.

3. Uji Klasik

Uji yang pertama dilakukan sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F dan uji t yaitu uji klasik. Uji dilakukan terlebih dahulu untuk menguji validitas model pada regresi linier berganda. Pengujian uji klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik apabila setiap variabel dan semua kombinasi variabel linear memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara untuk menguji normalitas. Pertama menggunakan grafik histrogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal, apabila suatu data terdistribusi secara normal maka gambar grafik tidak akan menceng kekiri atau kekanan menjauhi garis normal dengan kata lain beredar di sekitar garis. Kedua data tidak dikatakan terdistribus normal apabila signifikasi *kolmogorof-sumirnov* lebih kecil dari nilai a nya, sebaliknya jika

nilai signifikasi *kolmogorof-sumirnov* lebih besar dari pada nilai a nya maka data tersebut dikatakan memiliki distribusi normal. Pada uji normalitas nilai a yang digunakan sebesar 0,05.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas. Jika pada penelitian ini variabel bebas terdapat multikolinearitas maka nilai korelasi antar sesama variabel independen akan bernilai nol.

Cara yang digunakan yaitu dengan membandingkan nilai *tolerance* dengan VIF nya. Nilai *cut off* yang umumnya dipakai untuk mengetahui adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* nya = 0,10 atau sama dengan nilai VIF = 10.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilaksanakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu ke residual yang lain atau dengan kata lain bahwa data tidak bersifat heteroskedastisitas namun bersifat homokedastisitas. Dalam penelitian ini digunakan uji statistik heteroskedastisitas yang dilihat dari grafik *scatterplot* untuk mengetahui apakah dalam data terjadi heteroskedasitas atau tidak.

d. Uji autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear terdapat pengganggu pada periode t

yang saling berkorelasi dengan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1). Deteksi adanya autokorelasi dalam sebuah penelitian dapat dilihat dari nilai Durbin-Watson.

Untuk mengetahui apakah dalam suatu data tidak terdapat autokorelasi nilai Durbin-Watson yang dihasilkan akan dibandingkan dengan nilai signifikan sebesar 5%, jumlah sampel (n), dan jumlah variabel independen pada penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada prinsipnya untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan oleh penelitian diterima atau ditolak sesuai dengan keadaan data yang sebenarnya, dan bukan untuk membenarkan hipotesis yang telah disusun.

a. Uji t

Uji stastistik t pada dasarnya menunjukkan adanya pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependennya.

b. Uji f

Uji statistik f biasanya dilakukan untuk mencari apakah terdapat pengaruh dalam model regresi jika diuji secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependennya.

c. Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan secara keseluruhan variasi variabel independen. R^2 adalah perbandingan antara variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen secara bersama-sama dibandingkan dengan variasi total variabel dependen.

5. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen dan variabel dependen. Bentuk umum persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Keterangan:

Y = Minat pedagang

b_0 = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi dari X_1

b_2 = Koefisien regresi dari X_2

X_1 = Faktor pengetahuan

X_2 = Faktor pemasaran

e = Kesalahan berdistribusi normal dengan rata-rata 0, tujuan perhitungan e diasumsikan nol.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil PT. Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh

1. Sejarah Berdirinya PT. Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh

Sejarah BRI Syariah berawal pada tanggal 19 Desember 2007 saat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, mengakuisi Bank Jasa Arta. Setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada tanggal 16 Oktober 2008 melalui surat No: 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, PT. BRI Syariah kemudian secara resmi menjalankan kegiatan Perbankan berdasarkan prinsip Syariah pada tanggal 17 November 2008. Setelah sebelumnya sempat menjalankan kegiatan usaha bank secara konvensional[40].

Sepuluh tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah Bank Ritel Modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah, dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip Syariah.

Kehadiran PT. Bank BRI Syariah di tengah-tengah industri Perbankan Nasional di pertegas oleh makna pendar cahaya yang

[40] https://www.brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=sejarah&idp Diakses pada hari Minggu tanggal 12 Juli 2020 Pukul 12.00 WIB.

mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah Bank Modern, sekelas PT. Bank BRI Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan *brand* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah (proses *spin off)* yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Melihat perkembangan Perbankan Syariah yang menjanjikan, maka untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan Perbankan Syariah, perluasan jaringan pun dilakukan dengan cara pembukaan kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Kantor Cabang diletakkan di Ibukota Provinsi, sedangkan Kantor Cabang Pembantunya tersebar di beberapa daerah. Di Sumatera Barat telah di buka beberapa Kantor Cabang Pembantu yang berlokasi di Bukittinggi, Payakumbuh, Pasaman, Pulau Punjung, dan Sungai Rumbai, dengan Kantor Cabang pusat terletak di Padang.

Kantor Cabang Pembantu Bank BRI Syariah Payakumbuh sudah mulai beroperasi tanggal 10 September 2012, dengan hadirnya Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Payakumbuh, yang mengedepankan Syariah, serta sesuai dengan situasi dan kondisi

masyarakat yang mayoritas beragama Islam. Dengan adanya Kantor Cabang Pembantu di Payakumbuh, Bank BRI Syariah dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan Perbankan Syariah, dengan beragam produk yang dimilikinya.

2. Visi dan Misi PT. Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh

PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, memiliki visi dan misi tersendiri dalam tujuan pendiriannya. Adapun visi dan misinya adalah sebagai berikut[41]:

a. Visi

Menjadi Bank Ritel Modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

b. Misi:

1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah.
3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.

[41] https://www.brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=visimisi&idp Diakses pada hari Minggu tanggal 12 Juli 2020 Pukul 12.00 WIB.

4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

3. Produk PT. Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh

a. Produk penghimpunan dana:

1) Tabungan faedah BRI Syariah iB

Tabungan Faedah BRI Syariah iB merupakan produk simpanan dari BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari. Akad yang digunakan yaitu akad *Wadi'ah Yad Adhamanah*.

2) Tabunganku

Simpanan yang dapat di ambil setiap saat, fasilitas layanan yang diberikan hanya layanan di kantor cabang BRI Syariah. Akad yang digunakan yaitu *Wadiah Yad Adhamanah*.

3) Tabungan impian BRI Syariah iB

Produk simpanan berjangka dari BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, belanja) dengan terencana memakai mekanisme autodebet setoran rutin bulanan. Akad yang digunakan yaitu akad *Mudharabah Muthlaqah*.

4) Tabungan haji BRI Syariah iB

Tabungan Haji BRI Syariah iB merupakan produk simpanan dari BRI Syariah untuk calon jamaah haji dalam

memenuhi kebutuhan setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) dengan prinsip bagi hasil.

5) Deposito BRI Syariah

Deposito BRI Syariah iB adalah salah satu jenis simpanan berdasarkan prinsip bagi hasil. Hasil investasi nasabah tak hanya menguntungkan, tetapi juga akan membawa berkah.

6) Giro BRI Syariah

Merupakan simpanan untuk kemudahan berbisnis dengan pengelolaan dana berdasarkan prinsip titipan *(Wadi'ah Yad Adhamanah)* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan Cek/Bilyet Giro.

b. Produk penyaluran dana:

1) KPR BRI Syariah iB (griya faedah BRI Syariah iB)

KPR BRI Syariah adalah Pembiayaan Kepemilikan Rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan mengunakan prinsip jual beli (*Murabahah*)/sewa menyewa (*Ijarah*) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan.

2) KPR sejahtera BRI Syariah iB

KPR Sejahtera adalah Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR iB) yang diterbitkan Bank BRI Syariah untuk

pembiayaan rumah dengan dukungan bantuan dana Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) kepada masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) dalam rangka pemilikan rumah sejahtera yang di beli dari pengembang (*develover*).

3) KKB BRI Syariah iB

Pembiayaan Kepemilikan Mobil dari BRI Syariah kepada nasabah perorangan untuk memenuhi kebutuhan akan kendaraan dengan mengunakan prinsip jual beli (*Murabahah*) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan di bayar setiap bulan. Produk Pembiayaan KKB BRI Syariah iB mengunakan prinsip jual beli (*Murabahah*) dengan akad *Murabahah bil Wakalah*.

4) Pembiayaan umrah BRI Syariah iB

Pembiayaan Umrah BRI Syariah iB hadir membantu anda untuk menyempurnakan niat anda beribadah dan berziarah ke Baitullah.

5) KMF purna BRI Syariah iB

Kepemilikan Multi Faedah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan paket barang atau jasa dengan menggunakan prinsip jual beli (*Murabahah*) atau sewa menyewa (*Ijarah*) dimana pembayarannya secara angsuran

dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan di bayar setiap bulan.

6) KMF pra purna BRI Syariah iB

Fasilitas pembiayaan kepada para PNS aktif yang akan memasuki masa pensiunan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan paket barang atau jasa dengan menggunakan prinsip jual beli (*Murabahah*) atau sewa menyewa (*Ijarah*) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan di bayar setiap bulan sampai memasuki masa pensiunan.

7) KMF BRI Syariah iB

Kepemilikan Multi Faedah pembiayaan yang diberikan khusus kepada karyawan untuk memenuhi segala kebutuhan (barang/jasa) yang bersifat konsumtif dengan cara yang mudah. Akad pembelian barang menggunakan akad *Murabahah Wal Wakalah*. Akad pembelian paket jasa menggunakan akad *Ijarah Wal Wakalah*.

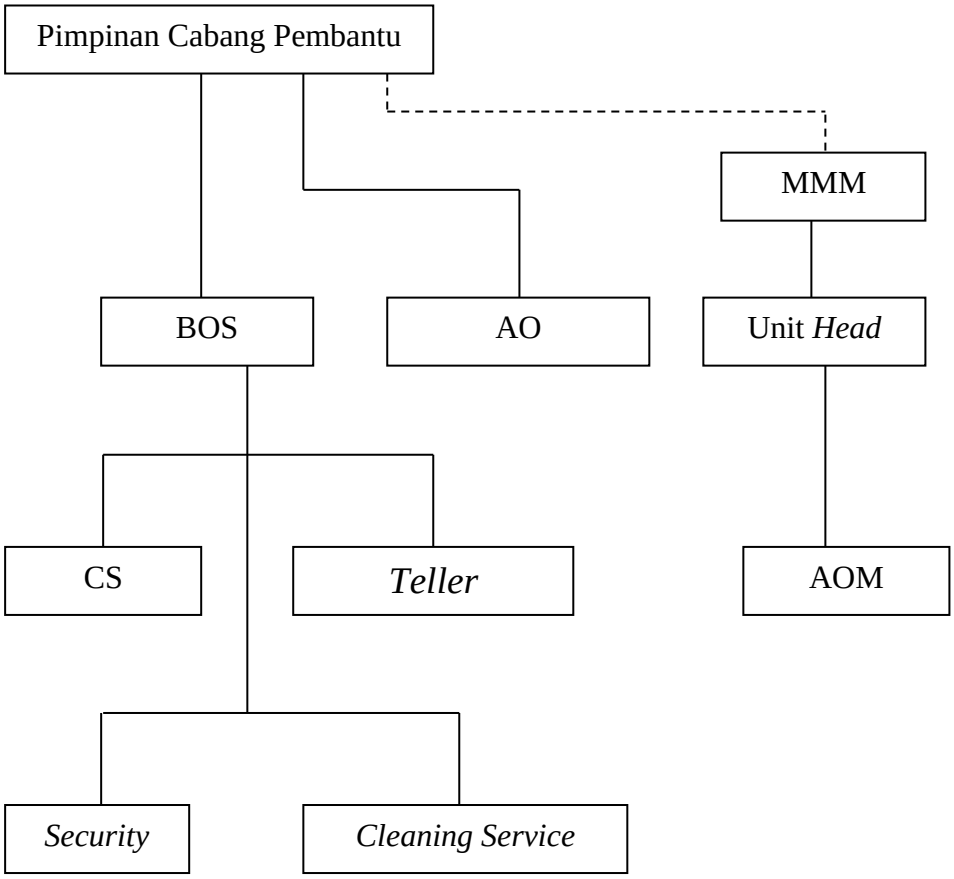
8) Mikro BRI Syariah

Jenis pembiayaan mikro BRI Syariah yaitu mikro 25 iB, mikro 75 iB, mikro 200 iB, dan KUR. Skema pembiayaan mikro BRI Syariah menggunakan akad *Murabahah* (jual beli) dengan tujuan pembiayaan untuk modal kerja investasi dan

konsumsi (setinggi-tingginya 50% dari tujuan produktif nasabah)[42].

4. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Perusahaan
PT. Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh



[42] https://www.brisyariah.co.id/produkPerbankan.php?f=personal&idp Diakses pada hari Minggu tanggal 12 Juli 2020 Pukul 12.00 WIB.

Uraian tugas bagian/unit kerja:

1. Pimpinan cabang pembantu

   Adapun tugas dan wewenang dari pimpinan cabang pembantu, yaitu:

   1) Bertanggung jawab penuh terhadap kelancaran kegiatan operasional dan bisnis di Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.
   2) Melakukan pengawasan dan pengontrolan terhadap semua karyawan/wati dalam menjalankan tugas dan tanggungjawab masing-masing.
   3) Menyiapkan strategi dan mengelola SDM yang ada untuk pencapaian target yang telah ditetapkan perusahaan.

2. MMM

   Adapun tugas, wewenang dan tanggung jawab MMM, yaitu:

   1) Memastikan rencana kerja AOM dan UH berjalan dengan baik.
   2) Mencari calon nasabah pembiayaan dan dana potensial.
   3) Melakukan penilaian atas setiap usulan pembiayaan yang diterima.
   4) Melakukan fungsi pengendalian dan pengawasan terhadap seluruh anggota/karyawan dibawahnya seperti *Collection Supervisior* (Pengawas Penagihan), *Area Support* (Area Penunjang atau Pembantu), *Unit Head* (kepala Unit), *Relation*

Officer (Penjaga Hubungan Nasabah), *Sales Officer* (Permasar), *Unit Financing Officer* (Petugas Keuangan).

3. *Branch operation supervisor*

Adapun tugas dan wewenang *branch operation supervisor*, yaitu:

1) Berwewenang dan bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional bank seperti, *Teller, Customer Service* dan *Back Office.*
2) Membina dan melatih *Teller* dan *Customer Service* agar dapat melaksanakan tugasnya dengan baik dan benar.
3) Bertanggung jawab terhadap kebersihan lingkungan terutama halaman, *Banking hall* dan area kerja *Teller, CS* dan area *front office* lainnya.
4) Melakukan koordinasi internal dan eksternal perusahaan khususnya yang terkait dengan operasional *front office* kantor cabang.

4. Unit *head*

Adapun tugas dan wewenang dari Unit *head*, yaitu:

1) Melakukan pelayanan dan pembinaan kepada peminjam.
2) Menerima berkas pengajuan pembiayaan dan menyusun rencana pembiayaan.
3) Melakukan analisis pembiayaan.

4) Mengajukan berkas pembiayaan hasil analisis kepada komisi pembiayaan.
5) Melakukan administrasi pembiayaan.
6) Melakukan pembinaan anggota pembiayaan agar tidak macet.
7) Membuat laporan perkembangan pembiayaan.
8) Mengawasi/supervisi *Account Officer Mikro* di bawah *subordinate.*

5. Account officer

Adapun tugas dan wewenang dari *account officer,* yaitu:

1) Mendapatkan calon nasabah pembiayaan yang prospektif.
2) Memastikan permohonan dan keabsahan dokumen aplikasi.
3) Memastikan persetujuan atau penolakan pembiayaan yang diajukan.
4) Memastikan pemenuhan dokumen akad dan pencairan.
5) Memastikan proses pencairan pembiayaan sesuai dengan keputusan komite pembiayaan.
6) Melaksanakan pengawasan terhadap seluruh nasabah yang di kelola, terkait dengan pemenuhan dokumen pasca pencairan dan kelancaran fasilitas pembiayaan nasabah sampai pembiayaan lunas.

6. *Teller*

Adapun tugas dan wewenang dari *teller,* yaitu:

1) Melakukan proses transaksi untuk nasabah dengan baik.

2) Memberikan pelayanan kepada nasabah baik penarikan atau penyetoran (simpanan atau angsuran).
3) Menghitung keadaan keuangan di khasanah atau transaksi setiap hari dan membuat rekapitulasi transaksi harian.
4) Mengisi stok uang di ATM.

7. *Customer service*

Adapun tugas dan tanggung jawab *customer service* adalah:

1) Memberikan informasi produk dan jasa bank kepada nasabah.
2) Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro dan deposito.
3) Melayani permintaan buku cek atau bilyet giro, surat referensi bank/surat keterangan bank dan sebagainya.
4) Melaksanakan tugas-tugas administrasi *customer service* dengan baik.
5) Melaksanakan pelayanan kepada nasabah sesuai dengan standar pelayanan yang ditentukan PT. Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.

8. Account officer micro

Adapun tugas, wewenang dan tanggung jawab AOM, yaitu:

1) Menawarkan dan menjual produk kepada nasabah yang ada dengan sebaik-baiknya.
2) Memprakarsa/memproses pembiayaan nasabah.
3) Melakukan monitoring atau pengawasan kewajiban nasabah.

4) Mengurus pelunasan pembiayaan nasabah.
5) Melaksanakan tugas-tugas lainnya sesuai perintah atasan guna menunjang kegiatan bisnis bank.

9. *Security*, yaitu:
   1) Menjaga dan memastikan lingkungan kantor agar selalu dalam kondisi aman dan terkendali.
   2) Memastikan inventaris kantor terjaga dengan baik dan seluruh ruangan kerja dalam kondisi aman.
   3) Membantu pelayanan kepada nasabah pada saat jam operasional.
   4) Memastikan pertukaran *shift* jaga berjalan dengan lancar.
   5) Memastikan kondisi kendaraan nasabah dalam keadaan aman dan di parkir dengan tertib.
   6) Membukakan pintu bagi nasabah dan mengucapkan salam kepada nasabah.
10. *Cleaning service*, yaitu:
   1) Menjaga kebersihan kantor.
   2) Membantu kinerja karyawan/wati lainnya.
   3) Menggantikan satpam apabila di bank hanya ada satu satpam.

B. Gambaran Umum Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	34	39.1 %
Perempuan	53	60.9 %
Jumlah	**87**	**100 %**

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Berdasarkan pada tabel 4.1 dapat di ketahui tentang jenis kelamin responden yang mana menunjukkan bahwa responden laki-laki sebanyak 34 orang, dan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 53 orang.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data mengenai pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	11	12,6 %
SMP	22	25,3 %
SMA	45	51,7 %
Diploma	4	4,6 %
Sarjana	5	5,8 %
Jumlah	**87**	**100 %**

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini adalah SD sebanyak 11 orang, SMP sebanyak 22 orang, SMA sebanyak 45 orang, Diploma sebanyak 4 orang dan Sarjana sebanyak 5 orang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
15-25 Tahun	21	24,1 %
26-35 Tahun	27	31,1 %
>36 Tahun	39	44,8 %
Jumlah	**87**	**100 %**

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 memperlihatkan bahwa responden yang di ambil sebagaimana besar berusia >36 tahun. Berdasarkan tabel tersebut memberikan informasi bahwa responden yang berusia 16-25 tahun sebanyak 21 orang, responden yang berusia 26-35 tahun sebanyak 27 orang dan responden yang berusia >36 tahun sebanyak 39 orang.

4. Karakteristik Daftar Pernyataan Terhadap Responden

Karakteristik pernyataan terhadap responden dilihat dari faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat pedagang terhadap Bank

BRI Syariah KCP Payakumbuh yaitu pengetahuan dan pemasaran sebagai berikut:

Tabel 4.4
Pengetahuan

No.	Daftar Pernyataan
1.	Informasi mengenai Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh masih kurang.
2.	Promosi dan iklan yang sedikit sehingga informasi yang di dapat tidak terjangkau dengan luas.
3.	Sosialisasi masih kurang dari Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.
4.	Keikutsertaan dalam melakukan transaksi di Bank BRI Syariah akan menimbulkan pengalaman terhadap Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.
5.	Konsep dan produk Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh berpedoman pada prinsip syariah.

Sumber: Hasil penelitian dilapangan 2020

Tabel 4.5
Pemasaran

No.	Daftar Pernyataan
1.	Pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh sudah sesuai dengan syariah.
2.	Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh melakukan pemasaran selalu melihat kondisi pasar untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan para masyarakat.
3.	Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh memiliki tenaga kerja yang profesional sehingga dapat meyakinkan para masyarakat.
4.	Dalam segi pemasaran produk Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh selalu memberikan informasi yang akurat.
5.	*Marketing* Bank BRI Syariah terjun langsung dalam memasarkan produknya.

Sumber: Hasil penelitian dilapangan 2020

Tabel 4.6
Minat Pedagang

No.	Daftar Pernyataan
1.	Saya suka menabung di Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.
2.	Saya senang dengan semua fitur yang ada di *mobile banking* dari Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.
3.	Saya tertarik kepada Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh karena memiliki produk yang sesuai dengan kebutuhan saya.
4.	Saya akan mengajak semua orang yang saya kenal untuk menabung di Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.
5.	Jika saya mempunyai dana lebih, saya akan menyimpannya di Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.

Sumber: Hasil penelitian dilapangan 2020

C. Hasil Uji Pra Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas berguna untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian kuisioner yang digunakan untuk memperoleh data dari responden.

Tabel 4.7
Hasil Corrected Item-Total Correlation Uji Validitas

No.	Nama Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	X1.1	0,848	0,2108	Valid
2.	X1.2	0,843	0,2108	Valid
3.	X1.3	0,821	0,2108	Valid
4.	X1.4	0,485	0,2108	Valid
5.	X1.5	0,409	0,2108	Valid
6.	X2.1	0,574	0,2108	Valid
7.	X2.2	0,721	0,2108	Valid
8.	X2.3	0,664	0,2108	Valid
9.	X2.4	0,762	0,2108	Valid
10.	X2.5	0,688	0,2108	Valid
11.	Y.1	0,825	0,2108	Valid
12.	Y.2	0,656	0,2108	Valid
13.	Y.3	0,821	0,2108	Valid
14.	Y.4	0,844	0,2108	Valid
15.	Y.5	0,769	0,2108	Valid

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 2020

Dari hasil uji validitas pada tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa semua variabel valid. Item kuesioner dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. R_{tabel} dapat dilihat pada tabel r statistik, dimana nilai df = N – 2, pada penelitian ini N = 99, jika mengikuti rumus maka df = 87 – 2 = 85. Jadi, kita melihat nilai df 85 = 0,2108. Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu alat uji lain selain uji validitas dimana uji ini berguna untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Nilai Batas	Keterangan
Pengetahuan	0,742	0,60	Reliabel
Pemasaran	0,710	0,60	Reliabel
Minat Nasabah	0,844	0,60	Reliabel

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 2020

Pada tabel 4.8 di atas terlihat masing-masing dari pernyataan pada variabel pengetahuan telah menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,742 yang mana lebih besar dari nilai batas yaitu 0,60 atau (0,742 > 0,60). Sedangkan dari variabel pemasaran telah menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,710 yang mana lebih besar dari nilai batas yaitu 0,60 atau (0,710 > 0,60). Begitu juga dengan variabel minat pedagang telah menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,844 yang mana lebih besar dari nilai batas yaitu 0,60 atau (0,844 > 0,60).

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik apabila setiap variabel dan semua kombinasi variabel linier

memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara untuk menguji normalitas. Pertama menggunakan grafik histrogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal, apabila suatu data terdistribusi secara normal maka gambar grafik tidak akan menceng kekiri atau kekanan menjauhi garis normal dengan kata lain beredar di sekitar garis.

Kedua data tidak dikatakan terdistribus normal apabila signifikasi *kolmogorof-sumirnov* lebih kecil dari nilai a nya, sebaliknya jika nilai signifikasi *kolmogorof-sumirnov* lebih besar dari pada nilai a nya maka data tersebut dikatakan memiliki distribusi normal. Pada uji normalitas nilai a yang digunakan sebesar 0,05.

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,64405505
Most Extreme Differences	Absolute	,139
	Positive	,101
	Negative	-,139
Test Statistic		,139
Asymp. Sig. (2-tailed)		,210[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

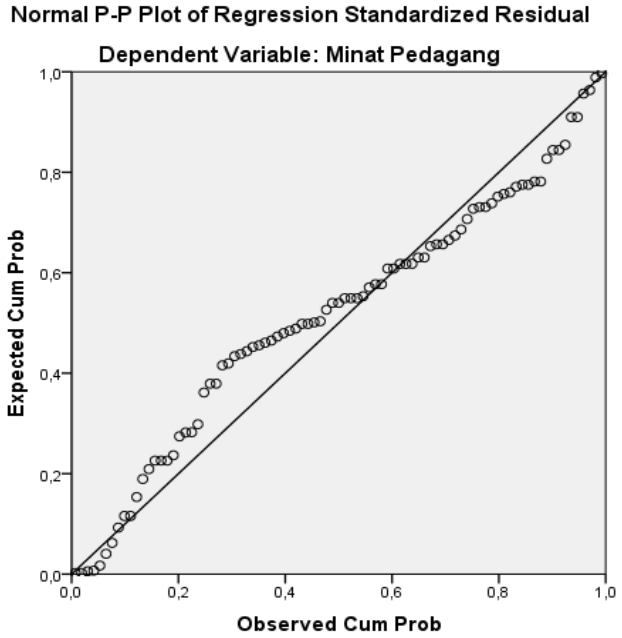
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 2020

Berdasarkan tabel 4.9 terlihat bahwa nilai signifikan sebesar 0,210. Karena nilai signifikan > 0,05 (0,210 > 0,05), maka hal ini dapat

dikatakan bahwa model regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

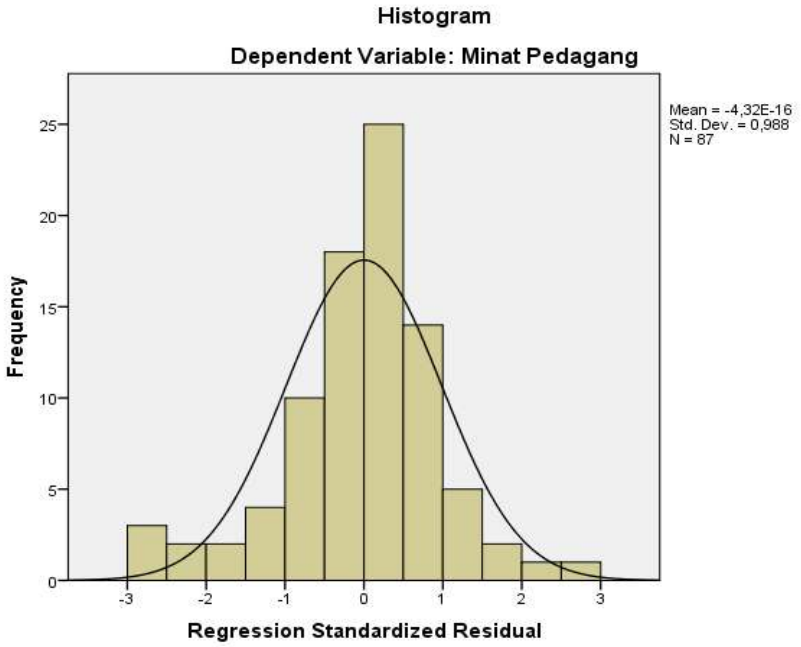
Gambar 4.2
Uji Normalitas Dengan Distribusi P-P Plot



Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 2020

Berdasarkan gambar 4.1 terlihat bahwa pola berdistribusi normal. Dimana data mengikuti arah grafik dan titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan uji tes normalitas pada penelitian ini berdistribusi normal.

Gambar 4.3
Uji Normalitas Dengan Histogram



Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 2020

Berdasarkan gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi tidak menyalahi asumsi normalitas. Jadi dapat dikatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik, karena model regresinya memiliki distribusi data normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas. Jika pada

penelitian ini variabel bebas terdapat multikolinearitas maka nilai korelasi antar sesama variabel independen akan bernilai nol.

Cara yang digunakan yaitu dengan membandingkan nilai *tolerance* dengan VIF nya. Nilai *cut off* yang umumnya dipakai untuk mengetahui adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* nya = 0,10 atau sama dengan nilai VIF = 10.

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,869	3,737		3,176	,002		
	Pengetahuan	-,189	,123	-,151	-1,539	,128	,978	1,022
	Pemasaran	,532	,129	,406	4,129	,000	,978	1,022

a. Dependent Variable: Minat Pedagang

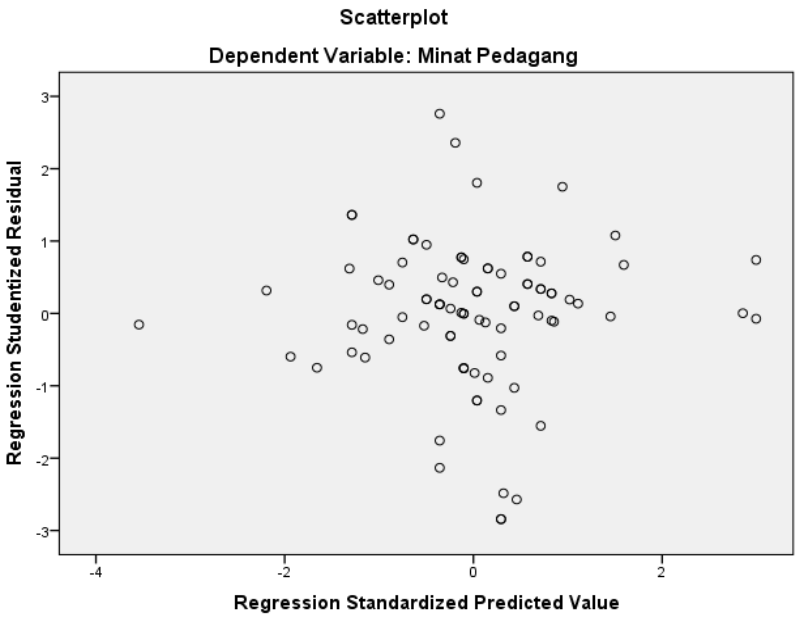
Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 2020

Dilihat pada tabel 4.10 dimana masing-masing variabel independen memiliki VIF sebesar (1,022), dengan nilai *tolerance* sebesar (0,978). Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari multikolinearitas. Dimana dibuktikan dengan nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilaksanakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu ke residual yang lain atau dengan kata lain bahwa data tidak bersifat heteroskedastisitas namun bersifat homokedastisitas. Dalam penelitian ini digunakan uji statistik heteroskedastisitas yang dilihat dari grafik *scatterplot* untuk mengetahui apakah dalam data terjadi heteroskedasitas atau tidak.

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 2020

Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah. Hal ini berarti terbebas dari heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear terdapat pengganggu pada periode t yang saling berkorelasi dengan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1). Deteksi adanya autokorelasi dalam sebuah penelitian dapat dilihat dari nilai Durbin-Watson.

Untuk mengetahui apakah dalam suatu data tidak terdapat autokorelasi nilai Durbin-Watson yang dihasilkan akan dibandingkan dengan nilai signifikan sebesar 5%, jumlah sampel (n), dan jumlah variabel independen pada penelitian ini.

Tabel 4.11
Klarifikasi Nilai *d*

Nilai d	Keterangan
< 1,10	Ada autokorelasi
1,10 - 1,54	Tidak ada autokorelasi
1,55 - 2,46	Tidak ada autokorelasi
2,46 - 2,90	Tidak ada autokorelasi
> 2,91	Ada autokorelasi

Sumber: M. Iqbal Hasan, Analisis data penelitian dengan statistik

Tabel 4.12
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,454[a]	,206	,187	2,675	1,619

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat Pedagang

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat nilai Durbin Watson sebesar 1,619. Jumlah sampel 87 (n), dan jumlah variabel independen 2 (k=2), maka di tabel Durbin Watson akan di dapat nilai du 1,6985. Karena nilai du di antara 1,55 - 2,46 (tidak ada autokorelasi) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

E. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji stastistik T pada dasarnya menunjukkan adanya pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependennya. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau tingkat signifikansi < 0,05 maka H_0 di tolak dan H_a di terima dan begitu juga sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau tingkat signifikansi > 0,05 maka H_a di tolak dan H_0 diterima.

Tabel 4.13
Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,869	3,737		3,176	,002		
	Pengetahuan	-,189	,123	-,151	-1,539	,128	,978	1,022
	Pemasaran	,532	,129	,406	4,129	,000	,978	1,022

a. Dependent Variable: Minat Pedagang

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 2020

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

a. Menguji signifikasi variabel pengetahuan (X1)

Pada tabel 4.13 terlihat bahwa t_{hitung} koefisien pengetahuan adalah -1,539 sedangkan t_{tabel} bisa di hitung pada tabel t-test, dengan rumus:

t_{tabel} = t (a/2; n-k-1) sehingga diperoleh nilai t_{tabel} pada t-test (0,025 ; 84) yaitu sebesar t_{tabel} = 1,98861.

Variabel pengetahuan memiliki nilai signifikasi 0,128 > 0,05 dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, (-1,539 < 1,98861), maka dapat disimpulkan bahwa H1 di tolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

b. Menguji signifikansi variabel pemasaran (X2)

Pada tabel 4.13 terlihat bahwa t_{hitung} untuk pemasaran adalah 4,129 sedangkan t_{tabel} adalah 1,98861. Variabel pemasaran memiliki nilai signifikan 0,000 < 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel,}$ (4,129 > 1,98861), maka dapat disimpulkan bahwa H2 di terima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

2. Uji F

Uji statistik F biasanya dilakukan untuk mencari apakah terdapat pengaruh dalam model regresi jika di uji secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependennya.

Tabel 4.14
Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	155,829	2	77,915	10,886	,000[b]
	Residual	601,228	84	7,157		
	Total	757,057	86			

a. Dependent Variable: Minat Pedagang

b. Predictors: (Constant), Pemasaran, Pengetahuan

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 2020

Berdasarkan hasil uji F di atas di ketahui pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y sebesar nilai signifikan < 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$. dilihat dari tabel statistik pada tingkat signifikan 0,05 dengan F_{tabel} = F (k; n-k) yaitu F_{tabel} = F (2; 87-2) = F (2; 85) sehingga di peroleh nilai F sebesar 3,104. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ (10,886 > 3,104) dan nilai signifikan < 0,05 (0,000 < 005). Sehingga dapat disimpulkan bahwa X1 dan X2 secara simultan berpengaruh terhadap Y.

3. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan secara keseluruhan variasi variabel independen. R^2 adalah perbandingan antara variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen secara bersama-sama dibandingkan dengan variasi total variabel dependen.

Tabel 4.15
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,454[a]	,206	,187	2,675	1,619

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat Pedagang

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 2020

Berdasarkan pada tabel 4.15 koefisien korelasi berganda antara variabel pengetahuan dan pemasaran sebesar 0,454. Koefisien determinan dalam penelitian ini adalah sebesar R *Square* = 0,206 atau 20,6 %, hal ini berarti pengaruh dari variabel independen (pengetahuan dan pemasaran) terhadap variabel dependen (minat pedagang) adalah sebesar 20,6 %. Sedangkan sisanya sebasar 79,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

F. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen dan variabel dependen. Bentuk umum persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,869	3,737		3,176	,002
	Pengetahuan	-,189	,123	-,151	-1,539	,128
	Pemasaran	,532	,129	,406	4,129	,000

a. Dependent Variable: Minat Pedagang

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 2020

Dari tabel 4.16 di peroleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: $Y= 11,869 - 0,189\ X_1 + 0,532\ X_2$.

1. Konstanta sebesar 11,869 menunjukkan bahwa jika perusahaan tidak memperhatikan pengetahuan dan pemasaran, maka kemungkinan kurangnya minat pedagang pasar Ibuh Payakumbuh terhadap Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh adalah sebesar 11,869 satuan.
2. Koefisien regresi variabel pengetahuan (X1) sebesar -0,189 mempunyai hubungan negatif, artinya setiap kenaikan 1 satuan pengetahuan akan mengurangi minat pedagang sebesar -0,189 satuan.
3. Koefisien regresi variabel pemasaran (X2) sebesar 0,532 mempunyai hubungan positif, artinya setiap kenaikan 1 satuan pemasaran akan meningkatkan minat pedagang sebesar 0,532 satuan.

G. Analisis Pembahasan

Dari hasil analisis data dan pengujian yang sudah dilakukan dengan menggunakan SPSS pada penelitian ini, yaitu:

1. Dari hasil uji validitas yang mana menunjukkan bahwa semua item kuesionernya dinyatakan valid karena nemiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan dinyatakannya valid, maka data tersebut siap untuk di analisis.
2. Dari hasil uji reliabilitas yang mana menunjukkan bahwa semua variabel baik itu variabel pengetahuan, variabel pemasaran, dan variabel minat pedagang dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's alpha* > 0,60.
3. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan metode *kolmogorof-sumirnov* dan uji *probability plot*. Pada hasil uji menggunakan metode *kolmogorof-sumirnov*, penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal karena nilai signifikasi yang di peroleh lebih besar dari 5 % (0,05). Sedangkan dari uji *probability plot*, penelitian ini menunjukkan bahwa data mengikuti arah grafik dan titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berdistribusi normal.
4. Berdasarkan dari hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1. Dan dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

5. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang mana dapat dilihat dari grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah, hal ini berarti penelitian ini terbebas dari heteroskedastisitas.
6. Dari hasil uji autokorelasi yang mana dilihat dari nilai DW, pada penelitian ini terdapat nilai du sebesar 1,6985 dan nilai du tersebut berada di antara 1,55-2,46 yang menyatakan bahwa tidak ada autokorelasi (dilihat dari klarifikasi nilai d) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada penelitian ini.
7. Berdasarkan dari hasil uji t dapat di ketahui bahwasanya variabel pengetahuan memiliki nilai signifikasi 0,128 > 0,05 dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-1,539 < 1,98861), ini dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan terhadap minat pedagang. Sedangkan variabel pemasaran memiliki nilai signifikasi 0,000 < 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,129 > 1,98861), ini dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pemasaran terhadap minat pedagang.
8. Berdasarkan hasil uji f di ketahui nilai f_{hitung} sebesar 10,886 sedangkan nilai signifikasi 0.000. Dan ini menjelaskan bahwa variabel pengetahuan dan variabel pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap minat pedagang, yang mana dibuktikan dari nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ (10,886 > 3,104) dan nilai signifikasi < 0,05 (0,000 < 0,05).

9. Berdasarkan dari hasil uji determinasi di peroleh koefisien korelasi berganda antara variabel pengetahuan dan variabel pemasaran sebesar 0,454 sedangkan koefisien determinan sebesar 0,206. Ini menunjukkan bahwa pengaruh dari variabel independen (pengetahuan dan pemasaran) terhadap variabel dependen (minat pedagang) adalah 20,6 % sedangkan sisanya sebesar 79,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
10. Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS, maka di peroleh hasil persamaan regresi linear berganda, yaitu:

    $Y= 11,869 - 0,189\ X_1 + 0,532\ X_2$

    a. Konstanta sebesar 11,869 menunjukkan bahwa jika perusahaan tidak memperhatikan pengetahuan dan pemasaran, maka kemungkinan kurangnya minat pedagang sebesar 11,869 satuan.
    b. Koefisien regresi variabel pengetahuan (X1) sebesar -0,189 mempunyai hubungan negatif, artinya setiap kenaikan 1 satuan pengetahuan akan mengurangi minat pedagang sebesar -0,189 satuan.
    c. Koefisien regresi variabel pemasaran (X2) sebesar 0,532 mempunyai hubungan positif, artinya setiap kenaikan 1 satuan pemasaran akan meningkatkan minat pedagang sebesar 0,532 satuan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data tersebut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat pedagang terhadap Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian data dengan analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan Y = 11,869 - 0,189 X_1 + 0,532 X_2. Dijelaskan bahwa konstanta sebesar 11,869 menunjukkan bahwa jika Bank BRI Syariah tidak memperhatikan pengetahuan dan pemasaran maka kemungkinan kurangnya minta pedagang terhadap Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh adalah sebesar 11,869. Kenaikan dalam setiap persen variabel independen juga mempengaruhi kenaikan variabel dependennya. Tetapi beda halnya dengan variabel pengetahuan yang mana setiap kenaikan 1 satuan pengetahuan akan mengurangi minat pedagang sebesar -0,189 satuan, ini dikarenakan pengetahuan mempunyai hubungan negatif. Sedangkan variabel pemasaran setiap kenaikan 1 satuan pemasaran akan meningkatkan minat pedagang sebesar 0,532 satuan, ini dikarenakan pemasaran mempunyai hubungan positif.
2. Hasil pengujian data dengan uji t pada variabel pengetahuan memiliki nilai signifikasi 0,128 > 0,05 dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-1,539 < 1,98861),

ini dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan terhadap minat pedagang. Sedangkan pada variabel pemasaran memiliki nilai signifikasi 0,000 < 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,129 > 1,98861), ini dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pemasaran terhadap minat pedagang.

3. Hasil pengujian data dengan uji f dinyatakan bahwa variabel pengetahuan dan variabel pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap minat pedagang, yang mana dibuktikan dari nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ (10,886 > 3,104) dan nilai signifikasi < 0,05 (0,000 < 0,05).

B. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh, dalam meningkatkan minat pedagang pasar Ibuh terhadap Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh, diharapkan Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh untuk terus meningkatkan kecakapan dalam hal pemasaran sehingga bisa menumbuhkan dan meningkatkan minat pedagang pasar Ibuh terhadap Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mempertimbangkan faktor-faktor yang lain selain dalam penelitian ini yang mana dapat mempengaruhi minat pedagang pasar Ibuh terhadap Bank BRI Syariah

KCP Payakumbuh sehingga didapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Ascarya. 2013. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali.

Beaty, Janice J. 2013. *Observasi Perkembangan Anak Usia Dini*. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Dayyan, Muhammad, Fahriansah dan Juprianto. 2020. *Analisi Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa. Volume 1 Nomor 1.

Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.

Djaali. 2014. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Djafar, Hamsiah. 2020. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingginya Tingkat Minat Mahasiswa Terhadap Bank Syariah*. Jurnal Manajemen Bisnis. Volume 5 Nomor 2.

Febriana, Nina Indah. 2020. *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. Jurnal An-Nisbah. Volume 03 Nomor 01.

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pedagang.

https://www.brisyariah.co.id/produkPerbankan.php?f=personal&idp.

Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Karim, Adiwarman. 2011. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Misbach, Irwan. 2013. *Bank Syariah: Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan*. Makassar: Alauddin Pers.

Sarwono, Jonathan. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sjahdeini, Sutan Remy. 2014. *Perbankan Syariah: Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta: Prenada Media Group.

Soemitra, Andri. 2010. *Bank Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sutanto, Herry dan Khaerul Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Umar, Husein. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Wahyoedi, Soegeng dan Saparso. *Loyalitas Nasabah Bank Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.

Wangsawidjaja. 2002. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

SURAT KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI

Nomor : /98 /In.26.3/PP.00.9/02/2020

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi an **Novi Juniasti Anggraini Harahap** NIM. **3316.004** tanggal 05 Februari 2020.

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa IAIN Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4. Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5. Peraturan Presiden RI No. 181 Tahun 2014 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 385);.
6. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2015 jo Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2017 Nomor 1598);
7. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2017 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 1328);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **" Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Pedagang Pasar Ibuh Terhadap Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh"**

Kedua : Menunjuk saudara:

Nama	:	**Rahmi, MA**
NIP	:	197605152009012002
Pangkat/GolRuang	:	Penata Tk. I/III/d/ Lektor
Bidang Keahlian Pokok	:	Ekonomi Islam
Memberi Mata Kuliah	:	Ekonomi Islam
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 06 Februari 2020
Dekan,

ILZ IZMUDDIN

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus I : Jalan Panjaitan Garegeh Bukittinggi - Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22870
Website : febi.iainbukittinggi.ac.id | E-Mail : febi@iainbukittinggi.ac.id

Nomor : B-1131/In.26.3/PP.00.7/06/2020 Bukittinggi, 19 Juni 2020

Lamp :-

Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Kepada YTH :

Pimpinan BRI Syari'ah
KCP. Payakumbuh
di-
Payakumbuh

Dengan hormat,
Dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan penelitian kepada saudara:

Nama	:	**NOVI JUNIASTI ANGGARAINI HRP**
NIM	:	**3316004**
Semester	:	8
Program Studi	:	Perbankan Syariah S1
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	:	***Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kurangnya Minat Pedagang Pasar Ibuh terhadap Bank BRI Syari'ah KCP. Payakumbuh***
Lokasi Penelitian	:	Bank BRI Syari'ah KCP. Payakumbuh
Waktu	:	19 Juni s/d 19 Juli 2020

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terimakasih.

DEKAN,

Dr. IIZ IZMUDDIN, MA
NIP.197503032001121007.

PT. BANK BRISYARIAH Tbk
KANTOR CABANG BUKITTINGGI
Jl. Guru Hamzah No 16A Bukittinggi
Tel. (0752) 626 796 Fax. (0752) 626 793
www.brisyariah.co.id

Nomor : B. [illegible] /KC-BKT/07/2020
Lampiran : -
Perihal : Persetujuan Penelitian

Bukittinggi, 14 Juli 2020

Kepada Yth:
IAIN Bukittinggi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Bukittinggi

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Merujuk surat nomor : B-1131/In.26.3/PP.00.9/06/2020 perihal Mohon Izin Penelitian Awal Penulisan Proposal Skripsi, dengan ini kami sampaikan bahwa PT. Bank BRISyariah KC Bukittinggi menerima permohonan mahasiswa yang akan melakukan penelitian di PT. Bank BRISyariah KCP Payakumbuh, dengan nama mahasiswa/i sbb :

Nama	BP/NIM	Jurusan/ Program Studi	Judul Penelitian
Novi Juniasti Anggaraini HRP	3316004	Perbankan Syariah S1	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat pedagang pasar ibuh terhadap Bank BRISyariah KCP Payakumbuh

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya di ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT. Bank BRISyariah Tbk
Cabang Bukittinggi

Bank BRISyariah
KC Bukittinggi Hamzah

Haryanto
Pemimpin Cabang

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BUKITTINGGI

Kampus I : Jalan Panorama Gadegeh Bukittinggi - Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax. (0752) 23971
Website : www.iainbukittinggi.ac.id | email : info@iainbukittinggi.ac.id

SURAT KETERANGAN
BEBAS TUNGGAKAN UANG KULIAH

Nomor : 0937/In.28/KU.00.1/07/2020

Bendahara Penerimaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama	: NOVI JUNIASTI ANGGARAINI HRP
NIM	: 3316004
Program Studi	: Perbankan Syariah S1
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah memenuhi persyaratan untuk mendaftar Munaqasah Semester Genap TA 2019/2020 dan dinyatakan BEBAS tunggakan uang kuliah sampai pembayaran bulan Agustus 2020

Bukittinggi, 16 Juli 2020
Bendahara Penerimaan,

Fache Yandre Fachri, S.Kom
NIP. 198201052011011008

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
UPT PERPUSTAKAAN
Kampus I : Jalan Pemuaan Gangek Bukittinggi - Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22870
Website : elib.iainbukittinggi.ac.id ; Email : elib@iainbukittinggi.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

No.B. 796 /In.26.8/HM.02.2/07/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan IAIN Bukittinggi, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	:	Novi Juniasti Anggaraini Hrp
NIM	:	3316004
Fakultas / Jurusan	:	Ekonomi dan Bisnis Islam/ S1 Perbankan Syariah
Judul	:	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Pedagang Pasar Ibuh Terhadap Bank Bri Syariah Kcp Payakumbuh

Dengan deteksi plagiarisme untuk karya ilmiah mahasiswa sebanyak 28% dengan demikian karya ilmiah yang bersangkutan setelah dilakukan pemeriksaan dinyatakan **BEBAS PLAGIAT.**

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 16 Juli 2020
Kepala UPT Perpustakaan,

Novi Zulfikar, S.Sos, M.AP
NIP. 197711302009011006

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Novi Juniasti Anggaraini Hrp

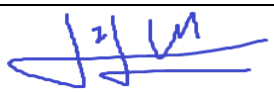
NIM : 3316.004

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

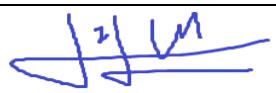
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Pedagang Pasar Ibuh Terhadap Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh

Dosen Pembimbing : **Rahmi, MA**

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	Rabu/04 Maret 2020	Penyerahan skripsi bab I.	
2	Rabu/18 Maret 2020	Revisi: - Pertajam masalah di latar belakang. - Perbaiki cara penulisan.	
3	Jumat/03 April 2020	Acc bab I.	
4	Selasa/05 Mei 2020	Penyerahan skripsi bab II.	
5	Senin/11 Mei 2020	Revisi: - Menambah teori dari buku dan jurnal. - Menambahkan teori minat dalam Islam.	
6	Rabu/20 Mei 2020	Acc bab II.	

7	Jumat/22 Mei 2020	Penyerahan bab III.	
8	Jumat/22 Mei 2020	Revisi: - Menambahkan keterangan sumber dari poin jenis data dalam penelitian.	
9	Senin/08 Juni 2020	Acc bab III.	
10	Rabu/10 Juni 2020	Penyerahan kuesioner penelitian.	
11	Rabu/10 Juni 2020	Revisi: - Pertanyaan harus sesuai dengan teori.	
12	Selasa/16 Juni 2020	Acc kuesioner penelitian.	
13	Selasa/07 Juli 2020	Penyerahan bab IV.	
14	Jumat/10 Juli 2020	Revisi: - Harus mencantumkan footnote pada monografi bank.	
15	Jumat/10 Juli 2020	Penyerahan bab V.	
16	Selasa/14 Juli 2020	Acc bab IV dan bab V.	
17	Selasa/14 Juli 2020	Penyerahan abstrak dan kata pengantar.	
18	Selasa/14 Juli 2020	Acc abstrak Revisi kata pengantar: - Mengubah kata jurusan menjadi program studi.	
19	Rabu/15 Juli 2020	Acc kata pengantar.	

20	Rabu/15 Juli 2020	Penyerahan skripsi untuk acc munaqasah.	
21	Rabu/15 Juli 2020	Acc munaqasah.	

Bukittinggi, 15 Juli 2020
Dekan

Dr. Iiz Izmuddin, MA
NIP.197503032001121007

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA MINAT PEDAGANG PASAR IBUH TERHADAP BANK BRI SYARIAH KCP PAYAKUMBUH"

Identitas Responden:

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
3. Pendidikan Terakhir : SD / SMP / SMA / Diploma / Sarjana
4. Usia : a. 15-25 tahun b. 26-35 tahun
   c. 36 tahun keatas

Petunjuk Pengisian : *Mohon memberi tanda ceklis (✓) pada jawaban dari masing-masing pernyataan.*

Keterangan:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

No.	Pengetahuan (X_1)	SS	S	KS	TS	STS
1	Informasi mengenai Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh masih kurang.					
2	Promosi dan iklan yang sedikit sehingga informasi yang di dapat tidak terjangkau dengan luas.					
3	Sosialisasi masih kurang dari Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.					
4	Keikutsertaan dalam melakukan transaksi di Bank BRI Syariah akan menimbulkan pengalaman terhadap Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.					
5	Konsep dan produk Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh berpedoman pada prinsip syariah.					
No.	**Pemasaran (X_2)**	**SS**	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
1	Pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh sudah sesuai dengan syariah.					
2	Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh melakukan pemasaran selalu melihat kondisi pasar untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan para masyarakat.					
3	Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh memiliki tenaga kerja yang profesional					

	sehingga dapat meyakinkan para masyarakat.					
4	Dalam segi pemasaran produk Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh selalu memberikan informasi yang akurat.					
5	*Marketing* Bank BRI Syariah terjun langsung dalam memasarkan produknya.					
No.	**Minat Pedagang (Y)**	**SS**	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
1	Saya suka menabung di Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.					
2	Saya senang dengan semua fitur yang ada di *mobile banking* dari Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.					
3	Saya tertarik kepada Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh karena memiliki produk yang sesuai dengan kebutuhan saya.					
4	Saya akan mengajak semua orang yang saya kenal untuk menabung di Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.					
5	Jika saya mempunyai dana lebih, saya akan menyimpannya di Bank BRI Syariah KCP Payakumbuh.					

Responden

(……)

HASIL OLAHAN DATA

1. Tabulasi Pengetahuan

No. Responden	PENGETAHUAN (X1)					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	3	4	3	4	4	18
2	3	4	3	5	5	20
3	5	5	5	5	4	24
4	4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	4	4	23
6	4	4	3	4	4	19
7	4	5	5	4	5	23
8	4	4	4	5	4	21
9	4	3	3	4	4	18
10	4	4	4	4	4	20
11	3	4	4	4	4	19
12	3	4	3	5	5	20
13	5	5	5	5	5	25
14	4	4	4	3	4	19
15	5	5	5	5	4	24
16	4	5	4	4	4	21
17	4	4	5	4	4	21
18	2	4	3	4	4	17
19	4	3	4	5	4	20
20	4	4	4	3	4	19
21	4	4	4	5	5	22
22	2	2	2	4	3	13
23	2	2	2	4	3	13
24	5	5	5	4	4	23
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	3	3	3	4	3	16
29	2	2	2	4	4	14
30	2	4	3	4	4	17
31	4	4	5	4	4	21
32	4	5	4	4	4	21
33	5	5	5	5	4	24
34	3	4	4	5	4	20
35	5	5	5	4	5	24

36	5	5	5	5	4	24
37	4	4	4	5	4	21
38	4	4	4	5	4	21
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20
41	3	4	4	4	4	19
42	3	3	4	4	4	18
43	4	5	4	5	3	21
44	4	5	4	5	3	21
45	5	4	4	4	4	21
46	4	5	4	5	3	21
47	4	5	4	4	4	21
48	4	4	4	5	3	20
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	5	4	21
52	4	4	4	5	4	21
53	3	3	4	3	4	17
54	4	3	4	3	4	18
55	4	5	4	4	5	22
56	4	5	4	4	5	22
57	2	4	4	4	4	18
58	4	4	4	4	4	20
59	5	5	4	4	4	22
60	5	5	5	4	4	23
61	4	4	4	5	5	22
62	4	4	4	5	5	22
63	5	4	4	4	4	21
64	5	4	4	4	4	21
65	3	4	4	5	4	20
66	4	4	4	5	4	21
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	4	20
71	5	5	5	4	5	24
72	4	4	4	5	4	21
73	3	4	3	4	4	18
74	3	3	3	4	4	17
75	4	5	3	5	5	22
76	4	4	4	5	5	22

77	4	5	4	4	4	21
78	4	5	4	5	4	22
79	4	4	4	5	4	21
80	4	4	5	4	4	21
81	3	3	4	5	5	20
82	4	4	3	4	4	19
83	3	4	3	4	4	18
84	2	2	3	2	4	13
85	3	3	3	4	5	18
86	3	3	4	5	4	19
87	4	4	4	4	4	20

2. Tabulasi Pemasaran

No. Responden	PEMASARAN (X2)					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	4	4	4	4	21
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	4	21
5	4	3	3	3	4	17
6	4	4	4	4	4	20
7	5	5	4	5	5	24
8	4	3	4	3	4	18
9	4	4	4	4	4	20
10	5	4	3	3	4	19
11	4	3	3	4	4	18
12	4	4	4	3	4	19
13	4	5	4	4	4	21
14	2	3	3	3	2	13
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	3	4	19
17	4	3	3	3	3	16
18	4	4	4	4	4	20
19	3	3	5	5	5	21
20	4	4	4	4	4	20
21	5	4	3	3	4	19
22	5	4	5	5	5	24
23	5	4	5	5	5	24
24	2	2	3	2	2	11

25	4	3	4	4	3	18
26	4	2	3	3	4	16
27	4	3	4	4	3	18
28	4	3	3	3	4	17
29	5	4	5	5	5	24
30	4	3	3	3	4	17
31	4	3	3	3	3	16
32	4	4	4	3	4	19
33	4	4	4	3	2	17
34	3	4	4	4	4	19
35	4	5	5	5	5	24
36	4	4	4	4	4	20
37	4	3	4	4	4	19
38	4	3	4	4	4	19
39	4	5	4	4	4	21
40	4	5	4	4	4	21
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	3	4	4	5	4	20
44	3	4	4	5	4	20
45	4	3	3	3	3	16
46	3	4	4	5	4	20
47	4	3	3	4	3	17
48	3	4	4	5	4	20
49	4	4	4	4	4	20
50	4	3	4	4	4	19
51	4	3	4	4	3	18
52	4	3	4	4	3	18
53	4	4	4	4	3	19
54	4	4	4	4	3	19
55	4	4	2	4	4	18
56	4	4	2	4	4	18
57	2	2	3	3	4	14
58	2	2	3	3	4	14
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20
62	4	4	4	4	4	20
63	3	3	3	4	4	17
64	3	3	3	3	4	16
65	3	4	4	4	4	19

66	3	4	4	4	4	19
67	3	4	3	4	4	18
68	3	4	3	3	4	17
69	3	4	3	4	4	18
70	3	4	3	4	4	18
71	5	4	4	3	3	19
72	5	4	3	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	3	3	4	18
75	5	3	5	5	4	22
76	4	4	3	4	4	19
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	3	4	4	19
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	3	4	4	19
81	4	4	1	5	4	18
82	4	3	4	2	3	16
83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	4	3	19
85	3	4	5	5	5	22
86	4	4	4	4	4	20
87	4	3	3	3	4	17

3. Tabulasi Minat Pedagang

No. Responden	MINAT PEDAGANG (Y)					Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	3	19
3	3	4	3	4	4	18
4	4	3	4	4	4	19
5	3	4	3	3	3	16
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	5	5	22
8	4	5	4	3	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	3	4	4	4	4	19
11	3	4	4	4	4	19
12	4	5	4	5	5	23
13	4	3	4	3	4	18

14	3	3	3	3	4	16
15	4	4	4	4	4	20
16	3	3	3	3	4	16
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	3	19
19	4	4	3	4	4	19
20	5	4	4	4	4	21
21	3	4	4	3	3	17
22	4	5	5	4	4	22
23	4	5	5	5	5	24
24	1	4	2	2	4	13
25	1	3	3	2	3	12
26	3	3	3	3	3	15
27	2	3	3	2	3	13
28	4	5	5	5	5	24
29	4	5	5	4	4	22
30	4	4	4	4	3	19
31	4	4	4	4	4	20
32	3	3	3	3	4	16
33	3	4	3	4	4	18
34	4	4	2	2	3	15
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	3	4	4	4	3	18
38	3	4	4	4	3	18
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	5	21
42	4	4	4	4	5	21
43	2	4	3	1	1	11
44	2	4	3	1	1	11
45	3	3	3	3	3	15
46	2	4	3	3	3	15
47	4	4	4	3	3	18
48	3	4	3	3	3	16
49	4	4	3	4	4	19
50	4	4	3	4	4	19
51	4	4	3	3	4	18
52	4	4	3	3	4	18
53	2	3	2	3	2	12
54	2	3	2	3	2	12

55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	20
57	2	4	2	2	4	14
58	2	4	2	2	4	14
59	3	3	3	4	3	16
60	3	3	3	4	3	16
61	4	4	4	4	4	20
62	4	4	4	4	4	20
63	3	3	3	4	3	16
64	3	3	3	4	3	16
65	4	4	2	2	3	15
66	4	4	2	2	4	16
67	3	4	4	3	4	18
68	3	4	4	3	3	17
69	3	4	4	3	4	18
70	3	4	4	3	4	18
71	4	3	4	3	3	17
72	3	4	4	3	4	18
73	3	3	3	3	3	15
74	3	4	4	3	4	18
75	5	5	5	5	4	24
76	3	4	3	3	4	17
77	3	3	4	3	4	17
78	3	4	4	3	4	18
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20
81	5	5	5	5	5	25
82	3	4	4	4	3	18
83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	4	4	20
85	4	5	5	4	5	23
86	4	4	4	4	4	20
87	4	5	3	3	4	19

4. Hasil Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Pengetahuan
X1.1	Pearson Correlation	1	,672**	,736**	,202	,160	,848**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,060	,139	,000
	N	87	87	87	87	87	87
X1.2	Pearson Correlation	,672**	1	,636**	,288**	,199	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,007	,065	,000
	N	87	87	87	87	87	87
X1.3	Pearson Correlation	,736**	,636**	1	,167	,192	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,123	,074	,000
	N	87	87	87	87	87	87
X1.4	Pearson Correlation	,202	,288**	,167	1	,108	,485**
	Sig. (2-tailed)	,060	,007	,123		,319	,000
	N	87	87	87	87	87	87
X1.5	Pearson Correlation	,160	,199	,192	,108	1	,409**
	Sig. (2-tailed)	,139	,065	,074	,319		,000
	N	87	87	87	87	87	87
Pengetahuan	Pearson Correlation	,848**	,843**	,821**	,485**	,409**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	87	87	87	87	87	87

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Pemasaran
X2.1	Pearson Correlation	1	,351**	,224*	,153	,210	,574**
	Sig. (2-tailed)		,001	,037	,158	,051	,000
	N	87	87	87	87	87	87
X2.2	Pearson Correlation	,351**	1	,278**	,470**	,374**	,721**
	Sig. (2-tailed)	,001		,009	,000	,000	,000
	N	87	87	87	87	87	87
X2.3	Pearson Correlation	,224*	,278**	1	,429**	,286**	,664**
	Sig. (2-tailed)	,037	,009		,000	,007	,000
	N	87	87	87	87	87	87
X2.4	Pearson Correlation	,153	,470**	,429**	1	,544**	,762**
	Sig. (2-tailed)	,158	,000	,000		,000	,000
	N	87	87	87	87	87	87
X2.5	Pearson Correlation	,210	,374**	,286**	,544**	1	,688**
	Sig. (2-tailed)	,051	,000	,007	,000		,000
	N	87	87	87	87	87	87
Pemasaran	Pearson Correlation	,574**	,721**	,664**	,762**	,688**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	87	87	87	87	87	87

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

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Minat Pedagang
Y.1	Pearson Correlation	1	,452**	,577**	,644**	,524**	,825**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	87	87	87	87	87	87
Y.2	Pearson Correlation	,452**	1	,504**	,340**	,449**	,656**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000
	N	87	87	87	87	87	87
Y.3	Pearson Correlation	,577**	,504**	1	,665**	,465**	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	87	87	87	87	87	87
Y.4	Pearson Correlation	,644**	,340**	,665**	1	,572**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,000
	N	87	87	87	87	87	87
Y.5	Pearson Correlation	,524**	,449**	,465**	,572**	1	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	87	87	87	87	87	87
Minat Pedagang	Pearson Correlation	,825**	,656**	,821**	,844**	,769**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	87	87	87	87	87	87

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

5. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,742	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,710	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	5

6. Hasil Uji Normalitas

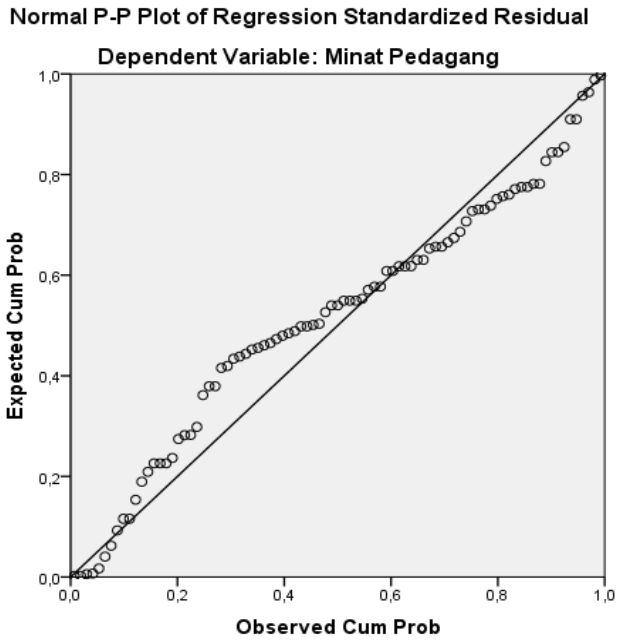
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

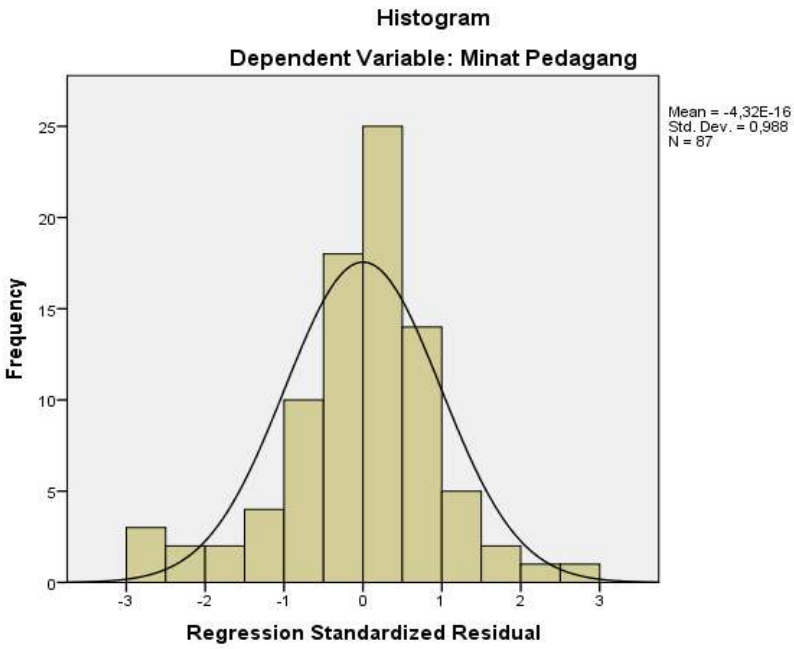
		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,64405505
Most Extreme Differences	Absolute	,139
	Positive	,101
	Negative	-,139
Test Statistic		,139
Asymp. Sig. (2-tailed)		,210[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Minat Pedagang
Expected Cum Prob
Observed Cum Prob
0,0
0,2
0,4
0,6
0,8
1,0


Histogram
Dependent Variable: Minat Pedagang
Mean = -4,32E-16
Std. Dev. = 0,988
N = 87
Frequency
Regression Standardized Residual
0
5
10
15
20
25
-3
-2
-1
0
1
2
3

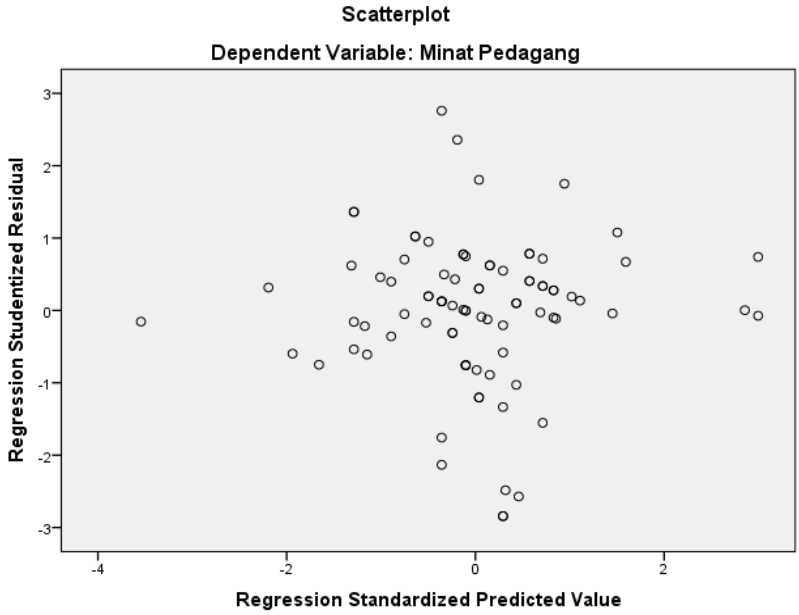
7. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,869	3,737		3,176	,002		
	Pengetahuan	-,189	,123	-,151	-1,539	,128	,978	1,022
	Pemasaran	,532	,129	,406	4,129	,000	,978	1,022

a. Dependent Variable: Minat Pedagang

8. Hasil Uji Heteroskedastisitas



9. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,454[a]	,206	,187	2,675	1,619

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat Pedagang

10. Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,869	3,737		3,176	,002		
	Pengetahuan	-,189	,123	-,151	-1,539	,128	,978	1,022
	Pemasaran	,532	,129	,406	4,129	,000	,978	1,022

a. Dependent Variable: Minat Pedagang

11. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	155,829	2	77,915	10,886	,000[b]
	Residual	601,228	84	7,157		
	Total	757,057	86			

a. Dependent Variable: Minat Pedagang

b. Predictors: (Constant), Pemasaran, Pengetahuan

12. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,454[a]	,206	,187	2,675	1,619

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat Pedagang

13. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,869	3,737		3,176	,002
	Pengetahuan	-,189	,123	-,151	-1,539	,128
	Pemasaran	,532	,129	,406	4,129	,000

a. Dependent Variable: Minat Pedagang

DOKUMENTASI



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Novi Juniasti Anggaraini Hrp
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat / Tgl Lahir	: Rantauprapat, 12 Juni 1997
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Agama	: Islam
Alamat	: Jl. Mesjid Suqron Purwodadi B
No Hp	: 082272351613



Nama Orang Tua

Ayah : Gusti Harahap
Ibu : Intan Mahreni Siregar

Saudara : 1. Khotri Yanti Rizky Harahap
2. Sri Nova Gusniati Harahap
3. Mifta Atul Marzuliah Harahap

Riwayat Pendidikan:

1. 2002-2003 Taman Kanak-Kanak Pembina
2. 2003-2010 Sekolah Dasar Negeri (SDN) 112147 Bakaran Batu
3. 2010-2013 Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) 1 Rantauprapat
4. 2013-2016 Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 3 Rantau Utara
5. 2016-2020 IAIN Bukittinggi Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Riwayat Organisasi:

1. OSIS MTsN Rantauprapat
2. OSIS SMAN 3 Rantau Utara
3. UKK Bola Voli IAIN Bukittinggi