

**PENGARUH PEMBIAYAAN DAN PELAYANAN BANK  
SYARIAH TERHADAP MINAT PEDAGANG MENJADI  
NASABAH**

**(Studi Pemilik Kios di Pasar Andi Tadda Palopo)**

*Skripsi*

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Syariah (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi  
Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo*



Oleh

**ISNAINI**

15 0402 0078

**IAIN PALOPO**  
**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**2020**

**PENGARUH PEMBIAYAAN DAN PELAYANAN BANK  
SYARIAH TERHADAP MINAT PEDAGANG MENJADI  
NASABAH  
(Studi Pemilik Kios di Pasar Andi Tadda Palopo)**

*Skripsi*

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Syariah (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi  
Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo*



Oleh

**ISNAINI**

15 0402 0078

**IAIN PALOPO**

**Pembimbing:**

- 1. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M.,**
- 2. Hendra Safri, S.E., M.M**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isnaini  
Nim : 15 0402 0078  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Prodi : Perbankan Syariah  
Judul skripsi : Pengaruh Pembiayaan dan Pelayanan Pada Bank Syariah terhadap Minat Pedagang (Studi Pemilik Kios di Pasar Andi Tadda Palopo).

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi, atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain, yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggungjawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 10 Maret 2020

Yang membuat pernyataan



Isnaini

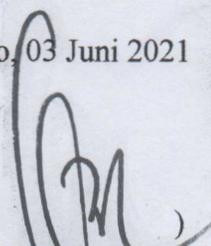
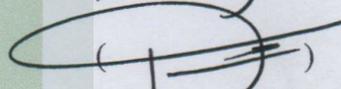
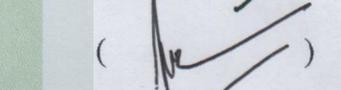
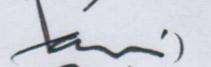
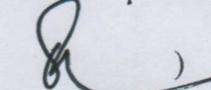
15 0402 0078

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul Pengaruh Pembiayaan dan Pelayanan pada Bank Syariah terhadap Minat Pedagang Menjadi Nasabah (Studi Pemilik Kios di Pasar Andi Tadda Palopo) yang ditulis oleh Isnaini Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 15 0402 0078, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 21 September 2020 Miladiyah, bertepatan dengan 03 Shafar 1442 Hijriyah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Palopo, 03 Juni 2021

### TIM PENGUJI

- |  |                   |   |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.               | Ketua Sidang      | (  )   |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI.,M.A.  | Sekretaris Sidang | (  )  |
| 3. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI.,M.A.  | Penguji I         | (  ) |
| 4. Muzayyanah Jabani, ST., M.M           | Penguji II        | (  ) |
| 5. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M. | Pembimbing I      | (  ) |
| 6. Hendra Safri, SE., M.M.               | Pembimbing II     | (  ) |

### Mengetahui

a.n Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah



Dr. Hj. Ramlah M., M.M.  
NIP. 196102081994032001



Hendra Safri, SE., M.M.  
NIP. 198610202015031001

## PRAKATA

الرَّحِيمِ بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ

وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Segala Puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pembiayaan dan Pelayanan Bank Syariah terhadap Minat Pedagang Menjadi Nasabah (Studi Pemilik Kios di Pasar Andi Tandda Palopo)”.

Salawat serta salam kepada junjungan Nabi besar kita Muhammad SAW., yang merupakan suri tauladan bagi umat islam selaku para pengikutnya. Kepada para keluarga, sahabat, serta orang-orang yang senantiasa berada di jalanya.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga teristimewa kepada kedua orang tuaku Ayahanda Riadin dan Ibunda Sumarti, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sampai

sekarang. Begitu pula selama penulis menempuh pendidikan dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi, begitu banyak pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis baik secara moril maupun materil, yang tercinta Suamiku Abdul Rahman yang telah sabar menemani serta mendukung penulis baik secara moril maupun materil, anakku Muhammad Al-fatih yang selama ini telah menjadi penyemangat yang tak ternilai harganya bagi penulis, dan saudariku Wahyu Hijrianti yang selama ini selalu mendoakanku. Penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua yang telah diberikan, hanya doa yang dapat penulis persembahkan untuk merleka, semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah SWT. Dan mengumpulkan kita semua di dalam surga-Nya kelak,Aamiin. Tak lupa pula penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Bapak Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Bapak Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, S.H.,M.M. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Bapak Dr.Ahmad Syarief Iskandar, S.E.,M.M. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Bapak Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis membina ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PAlopo, dalam hal ini Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, MM. Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Dr.Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Bapak Tadjuddin, SE.,M.Si.,Ak.,CA. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Bapak Dr. Takdir,

S.H.,M.H. dan Ketua Program Studi Perbankan Syariah Hendra Safri, S.E.,M.M., yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Perbankan Syariah. Memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Pembimbing I, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE.,M.M., dan pembimbing II, Hendra Safri, S.E.,M.M., kepada penguji I Dr. Muh.Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. dan penguji II Muzayyanah Jabani, ST., M.M, yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen, staf, dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, khususnya Dosen Ekonomi dan Bisnis Islam yang sejak awal perkuliahan memberikan ilmu pengetahuan, pemahaman, motivasi, dan pelayanan selama penulis melaksanakan studi.
5. Kepala perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo beserta stafnya yang telah memberikan pelayanan dengan baik selama penulis menjalani studi.
6. Seluruh karyawan kantor dan para pedagang di Pasar Andi Tadda Palopo, tanpa bantuan dan izin meneliti di pasar tersebut maka peneliti tidak dapat menyelesaikan skripsi ini, terima kasih saya ucapkan atas bantuan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

7. Para Sahabatku Ekayanti Mutmainnah, Irwati Baslan, Fatwa Wati, Yunita Putri, yang selalu menemani dikala suka maupun duka serta menemani penulis hingga skripsi ini selesai.
8. Teman-teman seperjuangan sejak menginjakkan kaki di Istitut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo terutama Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2015 yang selalu memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya teman-teman di kelas PBS A.
9. Saudara, sahabat-sahabat, serta orang terdekat yang telah memberikan bantuan, dukungan baik moril maupun materil, serta semua pihak yang belum sempat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih atas doa, dukungan serta bantuanya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Aamiin. Selain itu, saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan karena penulis sadar bahwa skripsi masih jauh dari harapan yang diinginkan. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Palopo, 20 Desember 2019

Penulis

**ISNAINI**  
15 0402 0078

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN DAN SINGKATAN

Transliterasi adalah mengalihaksarakan suatu tulisan ke dalam aksara lain. Misalnya, dari aksara Arab ke aksara Latin.

Berikut ini adalah Surat keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 - Nomor: 0543 b/u/1997 tentang Transliterasi Arab-Latin yang peneliti gunakan dalam penulisan skripsi ini.

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa arab dan transliteasinya kedalam huruf latin dapat di lihat di bawah ini:

#### 1. Konsonan

HurufArab	Nama	HurufLatin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Esdengantitik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha dengantitik di bawah
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zetdengantitik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Esdengantitik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengantitik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Tedengantitik di bawah
ظ	Za	Z	Zetdengantitik di bawah
ع	‘Ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

## 2. Vokal

IAIN PALOPO

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

TandaVokal	Nama	Latin	Keterangan
آ	<i>Fathah</i>	A	<i>Ā</i>
إ	<i>Kasrah</i>	I	<i>ī</i>
أ	<i>Dammah</i>	U	<i>Ū</i>

## ***B. Daftar Singkatan***

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT	Subhanahu wa ta ala
Saw	sallallahu ‘alaihi wa sallam
Qs.../...:275	Qs al-Baqarah/2:275
HR	Hadis Riwayat
ra	Radiallahu anhu
as	‘alaihi al-salam



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR HADIS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR/BAGAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	<b>xviii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>7</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	7
B. Landasan Teori .....	9
C. Kerangka Pikir.....	33
D. Hipotesis Penelitian .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
A. Jenis Penelitian .....	35
B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	35
C. Definisi Operasional Variabel .....	35
D. Populasi dan Sampel.....	39
E. Tehnik Pengumpulan data .....	40
F. Instrumen Penelitian .....	41
G. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen .....	41
H. Tehnik Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>49</b>
A. Hasil Penelitian.....	49
B. Pembahasan .....	69

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>74</b>
A. Simpulan.....	74
B. Saran.....	75

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 QS al-Baqarah: 275 .....	2
Kutipan Ayat 2 QS Ali Imran: 130 .....	2



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR HADIS

Hadis 1 Hadis tentang Riba.....	3
---------------------------------	---



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi oprasional Variabel .....	38
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 3. 3Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 .....	44
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 .....	44
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin .....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4.5 Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel X1.....	54
Tabel 4.6 Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel X2.....	56
Tabel 4.7 Indeks Jawaban Ressonpen Terhadap Variabel Y .....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 .....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 .....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskesdastisitas.....	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Persial (T) .....	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (F) .....	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Kerangka Pikir.....	33
---------------------------------------	----



**IAIN PALOPO**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Jawaban Responden X1

Lampiran 3 Jawaban Responden X2

Lampiran 4 Jawaban Responden Y

Lampiran 5 Tabel r

Lampiran 6 Tabel t

Lampiran 7 Nota Dinas Pembimbing

Lampiran 8 Nota Dinas Penguji

Lampiran 9 Lembar Berita Acara Seminar Hasil

Lampiran 10 Lembar Berita Acara Ujian Munaqasyah

Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR ISTILAH

Singkatan	Keterangan
IAIN	Institut Agama Islam Negeri Palopo
SPSS	Statistical Packagen for Sosial Seinse
:	Bagi
x	Kali
-	Kurang
<	Kurang dari
>	Lebih dari
=	Samadengan
+	Tambah
X	Variabel independen
Y	Variabel dependen
%	Persen
≤	Tidak lebih dari atau kurang dari
≥	tidak kurang dari atau lebih dari atau sama dengan
≠	tidak sama dengan
H <sub>0</sub>	Hipotesis nol
H <sub>1</sub>	Hipotesis Satu
KD	Koefisien determinasi
N	Jumlah subjek atau responden
DI	Disposable income

## ABSTRAK

**Isnaini, 2019.** *“Pengaruh Pembiayaan dan Pelayanan Bank Syariah terhadap Minat Pedagang Menjadi Nasabah (Studi: Pemilik Kios di Pasar Andi Tadda Palopo)”*, Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dibimbing oleh Ahmad Syarif Iskandar dan Hendra Safri.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya persaingan yang ketat dengan produk pembiayaan dan pelayanan bank syariah dan bank konvensional, bank dan pasar juga merupakan salah satu tempat yang strategis untuk mengembangkan perekonomian masyarakat dan pembangunan nasional. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh pembiayaan dan pelayanan terhadap Minat pedagang menjadi nasabah. Skripsi Ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pembiayaan dan pelayanan secara simultan terhadap Minat pedagang. Metode penelitian ini adalah kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah pedagang pemilik kios di Pasar Andi Tadda Palopo yang berjumlah 202 orang. Sampel diambil menggunakan rumus Slovin dengan Hasil 66,76 dibulatkan menjadi 67 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) variabel produk pembiayaan (X1) secara persial tidak berpengaruh terhadap minat pedagang pasar Andi Tadda kota palopo. 2) variabel pelayanan (X2) secara persial berpengaruh terhadap minat pedagang pasar Andi Tadda palopo. 3) variabel produk pembiayaan (X1) dan pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap minat pedagang (Y).

**Kata Kunci:** Produk Pembiayaan, Pelayanan, dan Minat Pedagang

IAIN PALOPO

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Minat merupakan kecenderungan hati kepada sesuatu, secara sederhana minat diartikan sebagai suatu perasaan suka, senang atau tertarik seseorang terhadap suatu hal (objek) yang diikuti dengan timbulnya perhatian serta mendorong terlibat langsung karena suatu hal (objek) tersebut dirasakan akan atau telah memberikan makna, harapan, atau kepuasan. Sedangkan nasabah dapat diartikan sebagai suatu badan usaha yang memiliki rekening simpan pinjam dan melakukan transaksi simpan pinjam di bank yang telah dipilih. Dengan demikian, minat nasabah dapat diartikan sebagai perasaan suka, senang atau ketertarikan seseorang kepada suatu badan usaha yang memiliki rekening simpan pinjam dan tumbuh perhatian serta mendorong untuk terlibat langsung karena suatu hal dan kemudian melakukan transaksi simpan pinjam di bank yang telah dipilih.

Minat nasabah ditentukan oleh pelayanan dan produk yang dikehendaki nasabah sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi Bank. Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempurnaan kinerja layanan. Apabila pelayanan suatu perbankan itu baik maka akan memberikan dampak positif bagi setiap nasabah maupun calon nasabah sehingga dapat menarik minat nasabah atau calon nasabah untuk mengambil keputusan memilih perbankan tersebut serta menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan jasa perbankan Syariah yaitu produk pembiayaan. Kualitas produk merupakan suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks, nasabah membeli jasa dan memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas suatu produk pembiayaan didapatkan dengan cara menentukan keseluruhan harapan nasabah tersebut.

Bank merupakan salah satu tempat yang sangat strategis untuk mengembangkan perekonomian masyarakat dan untuk pembangunan nasional. Bank syariah hadir di masyarakat sebagai salah satu tempat simpan pinjam keuangan tanpa bunga bank karena bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan perbankan yang mengoperasikan produknya tanpa menggunakan sistem bunga bank melainkan menggunakan sistem bagi hasil atau sistem lain yang sesuai dan menurut dengan syariat islam. Seperti yang kita tau bahwa bunga bank adalah riba, dan riba diharamkan dalam Al-qur'an.

Sebagai mana dalam Al-Qur'an dan Hadis telah dijelaskan tentang hukum riba dalam potongan ayat (Q.S Al-Baqarah[2]:275)

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Terjemahannya:

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

Larangan riba juga telah dijelaskan dalam ayat (Q.S Ali Imron[3]:130)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahannya:

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.*<sup>1</sup>

Hadis yang menjelaskan tentang riba, dari Abu Hurairah Radhiyallahu ‘anhu, Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda;

أَتَيْتُ لَيْلَةَ أُسْرَى بِي عَلَى قَوْمٍ بَطُونُهُمْ كَالْبَيْوتِ فِيهَا الْحَيَّاتُ تُرَى مِنْ خَارِجِ بَطُونِهِمْ فَقُلْتُ مَنْ هَؤُلَاءِ يَا جِبْرَائِيلُ قَالَ هَؤُلَاءِ أَكَلَةُ الرَّبَا

Terjemahannya:

*“Pada malam Isra’, aku mendatangi suatu kaum yang perutnya sebesar rumah dan dipenuhi dengan ular-ular. Ular tersebut terlihat dari luar. Akupun bertanya, “Siapakah mereka wahai Jibril?” “Mereka adalah para pemakan riba,” jawab beliau.” (HR. Ibnu Majah, no. 2273; Ahmad, 2: 353, 363. Sanad hadits ini dha’if sebagaimana kata Al-Hafizh Abu Thahir. Dalam sanadnya terdapat Abu Ash-Shalet yang majhul).*<sup>2</sup>

Dengan mengamati banyaknya lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah akhir-akhir ini merupakan suatu fenomena aktual yang menarik untuk dicermati. Perkembangan perbankan syariah tidak hanya terlihat dari sisi penambahan kuantitas saja, namun juga dari sisi sistem pembagian hasil pada suatu produk pembiayaan dan pelayanan. Mutu pelayanan diciptakan untuk meningkatkan minat nasabah dan kemudian memutuskan untuk menggunakan jasa perbankan syariah dalam setiap proses transaksinya.

<sup>1</sup> Al-Qur’an dan Terjemahannya Departemen Agama RI Tahun 2014

<sup>2</sup> Muhammad Abduh Tuasikal, MSc “13 Hal yang Menunjukkan Riba itu Ngeribanget”, (13 Februari 2017), <https://rumaysbo.com/15352-13-hal-yang-menunjukkan-riba-itu-ngeribanget.html>. Diakses Pada Pukul 10.33 WITA, Tanggal 27 Agustus 2020.

Dalam usaha perbankan, kualitas pelayanan memiliki daya tarik tersendiri untuk nasabah menentukan pilihannya terhadap suatu Bank. Secara umum calon nasabah yang akan menggunakan jasa perbankan tentunya memilih Bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah pasti akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk menggunakan jasa perbankan. Selain itu nasabah juga memperhatikan pelayanan serta produk pembiayaan yang ditawarkan sehingga nasabah berminat untuk menggunakannya.

Nasabah selalu ingin menggunakan produk pembiayaan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka, dan menuntut Bank untuk memberikan pelayanan terbaik. Faktor-faktor tersebut merupakan salah satu hal yang mempengaruhi keputusan dan perilaku kebutuhan nasabahnya.

Dalam penelitian ini penulis mengkhususkan pada pembiayaan dan pelayanan pada Perbankan Syariah. Alasannya mengapa dilakukan penelitian tentang pembiayaan dan pelayanan Perbankan Syariah dilatar belakangi dengan adanya persaingan yang ketat dengan produk pembiayaan dan pelayanan di Bank konvensional. Disamping itu, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh pembiayaan dan pelayanan bank syariah terhadap persepsi pedagang di pasar Andi Tadda kota Palopo.

Untuk mengetahui lebih jelas tentang pengaruh produk pembiayaan dan pelayanan Perbankan Syariah maka judul penelitian ini yaitu:

**“Pengaruh Pembiayaan dan Pelayanan pada Bank Syariah terhadap Minat Pedagang Menjadi Nasabah (Studi Pemilik Kios di Pasar Andi Tadda Palopo”.**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis menentukan rumusan masalahnya sebagai berikut:

Apakah ada pengaruh pembiayaan dan pelayanan Bank Syariah terhadap Minat Pedagang menjadi nasabah?

**C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan penelitiannya adalah: Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pembiayaan dan pelayanan Bank Syariah terhadap minat pedagang menjadi nasabah.

**D. Manfaat Penelitian**

1. Pihak Bank Syariah
  - a. Sebagai sarana informasi apakah ada pengaruh antara Pembiayaan dan Pelayanan Perbankan Syariah terhadap persepsi pedagang
  - b. Sebagai sumber evaluasi kinerja terkait penilaian pembiayaan dan pelayanan yang dilakukan nasabah pada bank syariah.
2. Bagi Peneliti
  - a. Sebagai sarana berlatih menganalisis serta mengkaji produk pembiayaan dan pelayanan perbankan syariah terhadap persepsi pedagang.
  - b. Sebagai sarana menambah wawasan dan pengetahuan mengenai ilmu-ilmu yang berkaitan dengan perbankan syariah.

3. Bagi Pembaca

- a. Sebagai referensi bagi pembaca mengenai perbankan syariah.
- b. Sebagai sarana pustaka dibidang perbankan mengenai produk pembiayaan dan pelayanan perbankan dalam menarik minat nasabahnya dalam kenyataannya.



**IAIN PALOPO**

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

1. penelitian yang dilakukan oleh Isnaine Maulida pada Tahun 2016 yang berjudul “ *Analisis Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang*”. Dalam penelitian ini penulis menggunakan tehnik pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner, metode analisis data yang digunakan adalah analisis uji regresi linear berganda menggunakan SPSS 18.00, data yang digunakan yaitu data primer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara individu variabel promosi berpengaruh terhadap minat nasabah. Selain itu variabel pelayanan juga berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah, secara bersama-sama promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.<sup>5</sup>
2. Penelitian yang kedua yaitu dilakukan Oleh Ayu Wandira pada tahun 2018 yang berjudul “*Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi pada Bank Syariah KCP Teluk Betung Bandar Lampung)*”. Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, tehnik dalam pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampling insidental, dan pengolahan datanya menggunakan aplikasi SPSS 16 For Windows. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung, pada variabel

---

<sup>5</sup> Isnaine Maulida, “*Analisis Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang*”. (2016).

pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah Menabung, sedangkan variabel fasilitas dan pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung.<sup>7</sup>

3. penelitian yang dilakukan oleh Anindya Zunaini pada tahun 2019 yang berjudul "*Pengaruh Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Murabahah Tahun 2016-2018 (Studi Kasus PT.BPRS Suriyah Cabang Semarang)*". Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan menggunakan teknik pengukuran Skala Likert dan dokumentasi serta menggunakan teknik purposive sampling dalam pengambilan sampel responden dengan bantuan SPSS 16.00, penelitian ini dianalisis dengan teknik pengujian dengan metode analisa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi (R Square), uji regresi berganda dan Uji hipotesis. Hasil penelitian ini yaitu dalam pengujian Koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa kedua Variabel Independen dimana tingkat margin (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah pada pembiayaan murabahah senilai 0,773 atau 77,3% yang dapat diartikan bahwa terdapat adanya pengaruh dari variabel tingkat margin dan kualitas

---

<sup>7</sup>Ayu Wandira, "*Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung*",(2018).

pelayanan dan sisanya senilai 22,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.<sup>8</sup>

4. penelitian yang dilakukan oleh Rani Inri Astuti pada tahun 2019 yang berjudul “*Minat Nasabah Terhadap Pembiayaan Usaha Mikro dan Pembiayaan Serbaguna pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Stabat*”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif yang dalam pengolahan datanya dari sumber data primer dan data skunder, tehnik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Stabat terhadap pembiayaan usaha mikro lebih banyak diminati dari pada pembiayaan serbaguna mikro, hal ini dikarenakan masyarakat stabat banyak yang menggunakan pembiayaan pembiayaan usaha mikro untuk menambah biaya modal kerja karena dalam membuka usaha dari pada menggunakan pembiayaan serbaguna mikro untuk memehui biaya konsumtif.<sup>9</sup>

## **B. Landasan Teori**

### **1. Strategi Perbankan Syariah**

#### **a. Strategi dalam Pemasaran**

Strategi pemasaran mengacu pada rencana perusahaan dalam mengalokasikan sumber dayanya dengan memosisikan prodik atau jasanya dan

---

<sup>8</sup> Anindya Zunaini, ”*Pengaruh Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Murabahah Tahun 2016\_2018 Studi Kasus PT.BPRS Suryah Cabang Semarang*”. (2019).

<sup>9</sup>Rani Inri Ansruiti, “ *Minat Nasabah Terhadap Pembiayaan Usaha Mikro dan Pembiayaan Serbaguna Mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat*”. (2019).

menargetkan kelompok konsumen/nasabah guna mendapatkan keuntungan. Strategi pemasaran berfokus pada tujuan jangka panjang perusahaan dan melibatkan perencanaan program-program pemasaran untuk perusahaan.

#### ***b. Strategi dalam Periklanan***

Dalam strategi periklanan dibutuhkan sebuah proses kontinu yang melibatkan tiga tahap krusial yaitu :

- 1). Perencanaan, dalam tahap ini merupakan tahap yang paling krusial dalam strategi pemasaran, begitu pula dalam tahap strategi periklanan. Karena tahap ini merupakan tahap ini dikumpulkan semua informasi yang relevan mengenai produk, merek, perusahaan itu sendiri. Semua informasi ini dikumpulkan kedalam *marketing brief*. Marketing brief itu sendiri berisi pengetahuan tentang produk yaitu merek, diferensiasi, khalayak sasaran, pesaing, situasi mengenai siapa kliennya? Apa produk dan jasanya?, dan tujuan.
- 2). Tahap berikutnya adalah implementasi, dimana semua rencana diubah kedalam tindakan (*action*). Dalam tahap ini iklan yang telah direncanakan diproduksi.
- 3). Tahap selanjutnya yaitu pengendalian mencakup proses membandingkan hasil dengan tujuan dan acuan yang ditetapkan pada tahap perencanaan.<sup>10</sup>

#### ***c. Strategi Pengembangan Perbankan Syariah***

Sebagaimana diketahui, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup

---

<sup>10</sup> Agus Hermawan, *komunikasi pemasaran*, (Jakarta :Erlangga, 2012), 40,89-91.

kelembagaan, kegiatan usahanya. Bank syariah dan unit usaha syariah wajib menerapkan tata kelola yang baik dan mencakup prinsip transparansi, akuntabilitas, pertanggung jawaban, profesional, dan kewajaran dalam menjalankan kegiatan usahanya.<sup>11</sup>

Terdapat beberapa alasan mengapa kebutuhan masyarakat Indonesia akan jasa-jasa perbankan syariah makin meningkat, antara lain:

- 1). Untuk memenuhi kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang menganggap bunga bank konvensional adalah riba.
- 2). Mengakomodasi penampungan aliran modal dan mensyaratkan penerapan landasan syariah.
- 3). Produk dan jasa perbankan syariah dapat lebih variatif.
- 4). Melengkapi pelayanan jasa dibidang perbankan selain jasa perbankan konvensional.<sup>12</sup>

Strategi pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk meningkatkan kompetensi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional yang dilakukan secara komprehensif dengan mengacu pada analisis kekuatan dan kelemahan perbankan syariah di Indonesia saat ini. Upaya tersebut dilakukan melalui peningkatan keahlian sumber daya manusia, menyempurnakan ketentuan, dan program sosialisasi.<sup>13</sup>

Dalam meningkatkan pengembangan perbankan syariah juga dengan cara implementasi secara serius strategi baru yang telah dirumuskan dalam

---

<sup>11</sup> Zubairi Hasan, undang-undang Perbankan Syariah, *Titik Temu Hukum Islam dan Hukum Nasional*, (jakarta: Rajawali Press, 2009), 27.

<sup>12</sup> A. Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (jakarta: Kompas Gramedia, 2012), 17

<sup>13</sup> Antonio, Syafi'i, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*, (jakarta: Gema Insani Press, 2011), 227.

Grand Strategy Pengembangan pasar Perbankan Syariah. Berdasarkan Grand Strategy tersebut, ada 5 program utama yang perlu dilakukan oleh Bank Syariah untuk dapat melakukan ekspansi pasar secara lebih luas.

- a. Program pencitraan baru
- b. Program pengembangan segemen pasar
- c. Program pengembangan produk
- d. Program peningkatan pelayanan
- e. Program komunikasi yang universal dan terbuka

## **2. Perkembangan Bank Syariah**

Kata bank itu sendiri berasal dari kata *bancu* yang artinya bangku atau meja. Pada abad ke 12 *banco* mrujuk pada meja, *counter* atau tempat penukaran uang (*money changer*). Dengan demikian fungsi dasar bank adalah menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman, dan menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa.

Bank konvensional yang pertama beroperasi di Venesia bernama Bonco della Pizza di Rialto pada tahun 1587 dan dianggap sebagai awal perkembangan perbankan modern dengan perangkat utamanya bunga (*interest*). Perbankan yang mulanya hanya ada di daratan Eropa kemudian menyebar ke Asia Barat. Sejalan dengan perkembangan daerah jajahan, maka perbankan pun ikut di bawah ke negara jajahan mereka. Di Indonesia juga tidak terlepas dari penjajahan Belanda yang mendirikan beberapa bank, seperti De Javache Bank, De Post paar Bank, dan lainnya, serta bank-bank milik pribumi, China, Jepang, dan Eropa.

Sedangkan bank syariah pertama, meskipun prakteknya telah dilaksanakan sejak masa awal Islam. Diawali dengan berdirinya sebuah bank tabungan lokal yang beroperasi tanpa bunga didesa Mit Ghamir yang berlokasi di tepi sungai Nil pada tahun 1963 oleh Dr. Abdul Hamid An-Naggar. Meskipun beberapa tahun kemudian ditutup, namun telah mengilhami diadakannya koferensi Ekonomi Islam pertama di Makkah pada tahun 1975. Sebagai tindak lanjut dan rekomendasi dari koferensi tersebut, dua tahun kemudian lahirlah *islamic developmentbank* (IBD) yang kemudian diikuti dengan pembentukan lembaga-lembaga keuangan Islam diberbagai negara yang secara umum berbentuk bank islam komersial dan lembaga investasi. Aset keuangan syariah global diperkirakan mencapai triliun dolar Amerika dengan rata-rata pertumbuhan 10 sampai 15 %.

### **3. Kelembagaan Bank Syariah**

Bank syariah bukan sekedar Bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan. Secara fundamental terdapat beberapa karakteristik bank syariah:

- a. Penghapusan riba.
- b. Pelayasnan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaran sosio-ekonomi Islam.
- c. Bank Syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari Bank komersial dan Bank investasi.
- d. Bank Syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal, karena

bank komersial syariah menerapkan *profit and loss sharing* dalam konsinyiasi, ventura, bisnis, atau industri.

- e. Bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara Bank Syariah dan pengusaha.
- f. Kerangka yang di bangun dalam membantu Bank mengatasi kesulitan likuiditasnya dengan memanfaatkan instrumen pasar uang antara bank syariah dan instrumen bank sentral berbasis syariah.

Oleh karena itu, secara struktural dan sistem pengawasannya berbeda dari bank konvensional. Pengawasan perbankan islam mencakup dua hal, yaitu pertama pengawasan dari aspek keuangan, kepatuhan pada perbankan secara umum, dan prinsi kehati-hatian bank. Kedua, pengawasan prinsip syariah dalam kegiatan operasional bank. Secara struktural kepengurusan bank syariah terdiri dari dewan komisaris serta direksi dan wajib memiliki dewan pengawas syariah yang berfungsi mengawasi kegiatan bank syariah.

#### **4. Kegiatan Usaha Bank Syariah**

Bank syariah pada dasarnya memiliki kegiatan yang sama dengan bank konvensional, yaitu melakukan penghimpunan dana, penyaluran dana masyarakat. Di samping menyediakan jasa keuangan lainnya. Perbedaannya adalah seluruh kegiatan usaha bank syariah didasarkan pada prinsip syariah. Adapun kegiatan usaha Bank umum syariah dan Unit usaha syariah adalah :

##### **a. Menghimpun dana**

Dalam menghimpun dana BUS dan UUS melakukan mobilisasi dan investasi tabungan dengan cara yang adil. Mobilisasi dana sangat penting

karena islam mengutuk mengumpulkan dan penimbunan harta dan mendorong penggunaannya secara produktif dalam rangka mencapai tujuan ekonomi dan sosial. Sumber dana bank syariah berasal dari modal disektor dan hasil mobilisasi kegiatan menghimpun dana melalui rekening giro, rekening tabungan, rekening investasi umum, dan rekening investasi khusus. Disamping itu bank syariah dapat menerbitkan obligasi syariah sebagai alternatif pembiayaan jangka panjang.

## 2. Modal inti

Modal inti adalah modal sendiri, yaitu dana yang berasal dari para pemegang saham bank syariah sebagai pemilik bank. Modal inti terbagi menjadi 3, yaitu:

- a). Modal yang disetor oleh para pemegang saham.
- b). Cadangan, yaitu sebagai laba yang tidak dibagi.
- c). Laba di tahan, yaitu sebagai laba yang seharusnya di bagikan kepada para pemegang saham.

## 3. Simpanan dan investasi

Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh nasabah kepada bank syariah berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dalam bentuk giro, tabungan atau bentuk lainnya yang disamakan dengan itu.

Pedoman distribusi bagi hasil usaha dana pihak ketiga yang ditempatkan pada bank syariah, DSN MUI menerbitkan fatwa No.14/DSN-MUI/IX/2000 tentang prinsip distribusi hasil usaha dalam

LKS, serta fatwa No.87/DSN-MUI/XII/2012 tentang metode perataan penghasilan (*income smoothing*) dana pihak ketiga.

a). Giro

Prinsip syariah giro diatur dalam fatwa dewan syariah nasional No.01/DSN-MUI/IV/2000 tentang giro. Giro adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, saran perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindahbukuan. Giro yang dibenarkan dalam islam ialah giro yang menggunakan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.

b). Tabungan

Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang disamakan dengan itu.

Prinsip syariah tabungan diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No.02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan.

c). Deposito

Deposito adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/ atau UUS.

Prinsip syariah deposito diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No.03/DSN-MUI/IV/2000 tentang Deposito.

Berdasarkan kewenangan yang diberikan pihak penyimpan dana, prinsip *mudharabah* terbagi menjadi tiga yaitu:

1). Investasi umum (*mudharabah mutlaqah*)

Penerapan *mudharabah mutlaqah* dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis penghimpun dana, yaitu tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*. Berdasarkan prinsip ini, tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun.

2). Investasi khusus (*mudharabah muqayyadah on balance sheet*)

Jenis *mudharabah* ini merupakan simpanan khusus (*restricted investment*) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank. Misalnya disyaratkan digunakan untuk bisnis tertentu, atau disyariatkan digunakan dengan akad tertentu, atau disyariatkan digunakan untuk nasabah tertentu.

3). Investasi khusus (*mudharabah muqayyadah off balance sheet*)

Jenis mudharabah ini merupakan penyaluran dana mudharabah langsung kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara (*arranger*) yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari kegiatan usaha yang akan dibiayai oleh pelaksana usahanya.

#### **b. Pembiayaan**

Pembiayaan dapat diartikan suatu pendanaan yang dikeluarkan untuk membiayai kebutuhan usaha yang telah disepakati oleh suatu pihak kepada pihak lain. Ada beberapa pengertian pembiayaan dari beberapa ahli. Pembiayaan secara luas berarti financing atau pembelanjaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah di rencanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain. Dalam arti sempit pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah atau lembaga keuangan syariah kepada anggota. Dalam hal ini pembiayaan menjadi sempit ini disebabkan karena keterbatasan pemahaman para pelaku bisnisnya.<sup>14</sup>

Menurut pendapat dari Muhammad, pembiayaan itu merupakan penyediaan uang atau tagihan yang dapat di persamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara lembaga dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

---

<sup>14</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), 304

Pembiayaan merupakan kegiatan yang sangat penting dan menjadi penunjang kelangsungan hidup bank syariah jika dikelola dengan baik. Menurut Trisadini dan Abd. Shomad, pembiayaan menjadi salah satu acuan dalam perkembangan suatu lembaga keuangan syariah. Jadi pembiayaan sangat penting bagi kelangsungan hidup lembaga tersebut.<sup>15</sup>

Menurut Ahmad Sumiyanto, pembiayaan adalah aktivitas menyalurkan dana yang terkumpul kepada anggota pengguna dana, memilih jenis usaha yang akan dibiayai agar diperoleh jenis usaha yang produktif, menguntungkan dan dikelola oleh anggota yang jujur dan bertanggung jawab. Agar pembiayaan berjalan dengan baik, maka pembiayaan harus memiliki indikator-indikator sebagai berikut.

- 1). Skala Usaha, besarnya kebutuhan modal kerja suatu usaha sangat tergantung kepada skala usaha yang dijalankan.
- 2). Tingkat kesulitan usaha, masalah yang akan dilalui pengusaha dalam berusaha.
- 3). Karakteristik modal, sistem pembayaran yang akan dilakukan dalam pembiayaan.
- 4). Jenis usaha, porsi besarnya kebutuhan modal masing-masing jenis usaha berbeda-beda.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Trisadini dan Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 99

<sup>16</sup> Suska, "Teori Pembiayaan Modal Kerja Murabahah dan peningkatan usaha pedagang". <http://repository.uin-suska.ac.id/6614/4/BAB%20III.pdf>. Diakses pada pukul 15.00 WITA, pada tanggal 3 September 2020

Dengan demikian, produk pembiayaan dapat diartikan sebagai suatu layanan keuangan syariah yang dikemas sesuai skema pembiayaan dan tujuan penggunaan dananya.

#### 1. Tujuan pembiayaan

Tujuan pembiayaan terdiri atas dua yaitu bersifat makro dan mikro. tujuan yang bersifat makro yaitu:

- a. Meningkatkan ekonomi umat, masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
- b. Tersedianya dana dari peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh dari pembiayaan. Pihak surplus menyalurkan kepada pihak yang minus dana.
- c. Meningkatkan produktifitas dan memberi peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan daya produksinya. Contoh: membuka lapangan kerja baru.

Sedangkan tujuan yang bersifat mikro antara lain:

- a. Memaksimalkan laba.
- b. Meminimalisasikan risiko kekurangan modal pada suatu usaha.
- c. Pendayagunaan sumber daya ekonomi.
- d. Penyaluran kelebihan dana dari yang surplus dana ke yang minus dana.

Dari tujuan di atas dapat disimpulkan bahwa lembaga harus mendapatkan hasil yang maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup, meminimalisir resiko yang akan timbul, meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi, menyeimbangkan dan menyalurkan kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (surplus) kepada pihak yang kekurangan (minus).<sup>17</sup>

## 2. Fungsi pembiayaan

Pembiayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar fungsi pembiayaan di dalam perekonomian, pedagang dan keuangan dapat dikemukakan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan daya guna uang, para penabung menyimpan uangnya pada bank dalam bentuk giro, tabungan autodeposito. Uang tersebut dalam persentase tertentu ditingkatkan kegunaanya oleh bank guna suatu usaha meningkat.
- b. Meningkatkan daya guna barang.
- c. Meningkatkan peredaran uang.
- d. Meningkatkan kegairahan usaha.
- e. Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMPR YKPN, 2005) hal. 17-18

<sup>18</sup> Rifai, dan Veithzal, *Islamic Financial Management*, (jakarta: Pt Raja Persada, 2006) hal. 8

Dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam 6 kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu:

1. Pembiayaan berdasarkan pola jual beli dengan akad mudharabah, salam, atau istishna'

- a). Akad mudharabah, adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarkan dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati. Landasan syariah mudharabah adalah Fatwa DSN-MUI No.04/DSN-MUI/IV/2000 tentang mudharabah, No.10/DSN-MUI/IV/2000 tentang wakalah, No.13/DSN-MUI/IX/2000 tentang uang muka dalam mudharabah, No.16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam mudharabah, No.23/DSN-MUI/III/2002 tentang potongan pelunasandalam mudharabah, No.46/DSN-MUI/II/2005 tentang potongan tagihan mudharabah.

- b). Akad salam, adalah akad pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat tertentu yang disepakati. Dalam praktik perbankan, ketika barang telah diserahkan kepada bank, maka bank akan menjualnya kepada nasabah itu sendiri secara tunai atau secara cicilan. Landasan syariah salam adalah Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli salam.

c). Akad *istishna'* adalah akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan atau pembeli (*mustashni'*) dan penjual atau pembuat (*shani*). Landasan syariah *istishna'* adalah Fatwa DSN MUI No. 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli *Istishna'* dan No. 22/DSN-MUI/III/2002 tentang jual beli *istishna'* paralel.

2. Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad Mudharabah atau musyarakah

a). Akad mudharabah, dalam pembiayaan adalah akad kerja sama suatu usaha antara pihak pertama (*malik, shahibul mal*, atau bank syariah) yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua (*'amil, mudharib*, atau nasabah) yang bertindak selaku pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh bank syariah, kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian. Landasan syariah pembiayaan mudharabah adalah Fatwa DSN MUI No. 07/ DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan mudharabah (*qiradh*).

b). Akad musyarakah adalah akad kerja sama diantara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan akan dibagi sesuai dengan ketentuan bahwa keuntungan akan dibagi sesuai dengan porsi dana masing-masing. Landasan syariah pembiayaan

musyarakah adalah Fatwa DSN MUI No.08/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan musyarakah.

### 3. Pembiayaan berdasarkan Akad Qardh

Akad qardh adalah akad pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan pokok pinjaman yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati, baik secara sekaligus maupun cicilan. Landasan syariah akad qardh adalah Fatwa DSN MUI No.19/DSN-MUI/IV/2000 tentang qardh dan Fatwa DSN MUI No.79/DSN-MUI/III/2011 tentang qardh dengan menggunakan dana nasabah.

### 4. Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiyah bittamlik

a). Akad ijarah adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Landasan syariah akad ijarah adalah Fatwa DSN MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan ijarah, dan Fatwa DSN MUI No. 56 ketentuan review ujarah pada LKS.

b). Akad ijarah muntahiyah bittamlik adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan pembelian barang. Landasan syariah ijarah munyahiya bittamlik

adalah Fatwa DSN MUI No.27/DSN-MUI/III/2002 tentang ijarah muntahiyah bittamlik dan Fatwa DSN MUI No.56 ketentuan Review ujarah pada LKS.

#### 5. Pembiayaan uang berdasarkan akad Hawalah

Akad hawalah adalah akad pengalihan utang dari pihak yang berutang kepada pihak lain yang wajib menanggung atau membayar. Landasan syariah hawalah adalah fatwa DSN MUI No.12/DSN-MUI/IV/2000 tentang hawalahan dan Fatwa DSN MUI No. 58/DSN-MUI/V/2007 tentang hawalah bil ujarah.

#### 6. Pembiayaan Multijasa

Pembiayaan multijasa adalah pembiayaan yang diberikan bank syariah dalam bentuk sewa-menyewa jasa dalam bentuk ijarah dan kafalah. Landasan syariah pembiayaan multijasa ini adalah Fatwa DSN MUI No. 44/DSN-MUI/VII/2004 tentang pembiayaan Multijasa.

#### c. Jasa Keuangan Perbankan

Disamping melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, bank syariah juga dapat menawarkan jasa keuangan perbankan. Jasa keuangan bank syariah, antara lain *Letter of credit* (L/C) impor syariah, Bank Garansi Syariah, dan penukaran Valuta Asing (*Sharf*).

##### 1). *Letter of Credit* (L/C) impor syariah

*Letter of Credit* (L/C) impor syariah adalah surat pernyataan akan membayar kepada eksportir (*beneficiary*) yang diterbitkan oleh bank (*issuing bank*) atas permintaan importer dengan pemenuhan persyaratan

tertentu (*uniform Customs and Practice for Documentary Credits/ UCP*).

Landasan hukum adalah Fatwa DSN MUI No.34/DSN-MUI/IX/2002 tentang *Letter of Credit* (L/C) impor syariah.

## 2). Bank Garansi Syariah

Bank garansi syariah adalah jaminan yang diberikan oleh bank kepada pihak ketiga penerima jaminan atas pemenuhan kewajiban tertentu nasabah bank selaku pihak yang dijamin kepada pihak ketiga dimaksud. Landasan hukumnya adalah Fatwa DSN MUI No. 11/DSN-MUI/IV/2000 tentang *kafalah*.

## 3). Penukaran Valuta Asing (*Sharf*)

Penukaran Valas merupakan jasa yang diberikan bank syariah untuk membeli atau menjual valuta asing yang sama (*single correnncy*) maupun berbeda (*multy currency*), yang hendak ditukarkan atau dikehendaki oleh nasabah.akad yang digunakan adalah *sharf* yaitu transaksi pertukaran antara mata uang berlainan jenis. Landasan syariahnya adalah Fatwa DSN MUI No. 28/DSN-MUI/III/2002 tentang jual beli valuta asing (*sharf*).<sup>19</sup>

## 5. Pelayanan

Pelayanan sendiri memiliki banyak arti, mulai dari pelayanan personal (*personal service*) sampai dengan pelayanan produk. Pakar pemasaran telah memberikan definisi tentang pelayanan. Kotler mendefinisikan pelayanan sebagai setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada

---

<sup>19</sup> Dr. Andri Soemitra, M.A., Bank Lembaga Keuangan Syariah, (jakarta: kencana prenadamedia Group, 2009), edisi kedua, hlm. 58-84.

pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.<sup>20</sup>

Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. pelayanan merupakan rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tidak langsung.<sup>21</sup>

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani nasabah. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan nasabah atau menempatkan sesuatu di mana nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Atau pelayanan yang tidak langsung oleh karyawan akan tetap dilayani oleh mesin seperti mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan nasabah akan sesuatu produk atau pelayanan yang mereka butuhkan. Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, ada beberapa dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang *Customer Service* yaitu:

- 1). Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
- 2). Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
- 3). Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal

---

<sup>20</sup>Etta Mamang Sangadji & sopiah, *Perilaku Nasabah Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2013), 93

<sup>21</sup>Tim Penyusun kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 206

- 4). Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengar setiap pembicaraan
- 5). Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
- 6). Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya
- 7). Jangan menyela atau memotong pembicaraan
- 8). Mampu menyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan
- 9). Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan
- 10). Jika belum sempat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.<sup>22</sup>

Menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry pelayanan adalah kesengajaan/ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi konsumen. Dengan kata lain kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan dalam besarnya ukuran kesengajaan/ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen dan pelanggan sebagai penerima layanan atas layanan yang mereka terima, dengan pelayanan yang mereka inginkan. Kesimpulannya, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh kesengajaan antara kenyataan dan harapan publik atas layanan yang diterima atau diperoleh. Dan baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

---

<sup>22</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008). 18-21

- a). Tangible (berwujud): Kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi, administrasi, ruang tunggu, tempat informasi.
- b). Reliability (kehandalan): kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya .
- c). Assurance (jaminan): kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam menyakinkan kepercayaan konsumen.
- d). Responsiveness (ketanggapan): kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen.
- e). Empathy (Empati): sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen.<sup>23</sup>

## 6. Minat

### a. Pengertian Minat

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. 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.

Menurut Suryabrata minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangi sesuatu objek. Sedangkan Kotler menjelaskan minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum

---

<sup>23</sup>Prasetya Hermawan Prayoga, "Public Service Communication", (Wenesday , April 16, 2014). <https://ptasetyahermawanprayoga.blogspot.com/2016/10/indikator-kualitas-pelayanan-menurut.html?m=1>

melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut.

Minat nasabah menurut Schiffman dan Kanuk yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.

Menurut *Theory of Reasoned Action* (Teori Tindakan beralasan) dari Fishbein dan Ajzen yaitu : Perilaku manusia dipengaruhi oleh kehendak atau niat atau minat. Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya niat/minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan.

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai penguat pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.

Ada beberapa tahapan minat yaitu:

- 1). Informasi yang jelas sebelum memilih
- 2). Pertimbangan yang matang sebelum memilih
- 3). Keputusan memilih

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat nasabah pada perbankan syariah.

c. Minat menjadi Nasabah

Minat menjadi nasabah dalam hal ini di asumsikan sebagai minat beli. Minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor, minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Suatu produk dapat dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaatnya lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis. Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Karakteristik pribadi konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk membeli.

Menurut Keller, minat beli konsumen adalah seberapa besar kemungkinan konsumen berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Sedangkan Mittal menemukan bahwa fungsi dari minat konsumen merupakan mutu produk dan mutu layanan. Minat konsumen untuk membeli suatu produk adalah berhubungan dengan karakteristik pada suatu Negara dan orangnya. Menurut Mc Carthy minat beli konsumen didefinisikan sebagai dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang dan jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhannya. Lalu Assael mendefinisikan minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Pengertian minat beli menurut Howar adalah minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Mowen menyatakan minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Definisi ini sama dengan yang dikemukakan oleh Peter dan Olson yang mendefinisikan minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Dan juga menurut Kotler Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

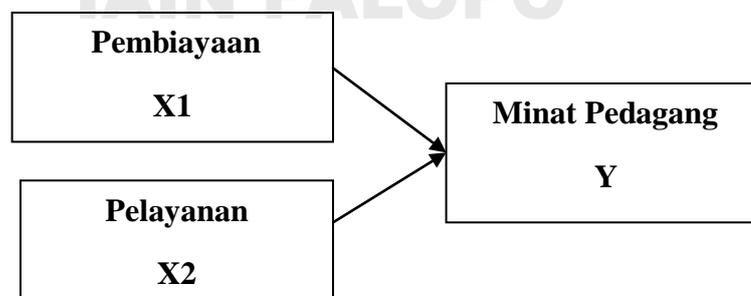
Dengan demikian dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah di perbankan Syariah benar-benar dilaksanakan.

d. Indikator minat menjadi nasabah

- 1). Ketertarikan, ditunjukkan dengan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
- 2). Keinginan, ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki.
- 3). Keyakinan, ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.<sup>24</sup>

### C. Kerangka Pikir

Masalah ini membahas masalah dengan pengaruh produk pembiayaan dan pelayanan pada Perbankan Syariah Palopo terhadap Minat pedagang menjadi Nasabah khususnya para pemilik kios di pasar Andi Tadda kota Palopo. berikut dipaparkan skema dalam penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

<sup>24</sup> BM Soraya, "BAB II Landasan Teori Minat Nasabah Pengertian Minat", 2018. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9091/5/BAB%20II.pdf>. Diakses pada tanggal 23 September 2020, pukul 13.11 WITA

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan adalah

sebagai berikut:

$H_{a_1}$  = Pembiayaan Bank Syariah berpengaruh terhadap minat pedagang menjadi nasabah.

$H_{0_1}$  = Pembiayaan Bank Syariah tidak berpengaruh terhadap minat pedagang menjadi nasabah.

$H_{a_2}$  = Pelayanan pada bank Syariah berpengaruh terhadap minat pedagang menjadi nasabah.

$H_{0_2}$  = Pelayanan pada Bank Syariah tidak berpengaruh terhadap minat pedagang menjadi nasabah.

$H_{a_3}$  = Pembiayaan dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat pedagang menjadi nasabah.

$H_{0_3}$  = Pembiayaan dan pelayanan tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat pedagang menjadi nasabah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian karena data yang digunakan dalam penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik dan yang kemudian akan diolah kembali. Penggunaan metode ini disesuaikan dengan tujuan pokok dari pembuatan penelitian ini yaitu ingin mengetahui seberapa besar pengaruh pembiayaan dan pelayanan perbankan syariah terhadap minat pedagang menggunakan produk bank syariah.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis telah menentukan tempat penelitian yaitu kios yang berada di pasar Andi Tadda kota palopo, alasannya karena pemilik kios sembako di pasar Andi Tadda membutuhkan jasa perbankan dalam mengambil pembiayaan untuk membantu usaha mereka ataupun melakukan simpanan. Waktu pelaksanaan penelitian yaitu pagi sampai dengan sore hari, alasannya karena pada waktu tersebut proses jual beli masih berlangsung sehingga para pemilik kios masih berada di pasar Andi Tadda.

#### **C. Definisi Operasional Variabel**

Salah satu upaya penulis untuk menghindari para pembaca dari kekeliruan interpretasi terhadap judul penelitian ini, maka penulis menggunakan pengertian yang terkandung dalam variabel penelitian ini. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

## 1. Variabel Independen

Variabel Independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini ada dua variabel independen yaitu pembiayaan dan pelayanan.

### a. Pembiayaan

Pembiayaan Menurut UU No.10 Tahun 1998 tentang perbankan menyatakan pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>25</sup>

Dengan demikian, produk pembiayaan dapat diartikan sebagai suatu layanan keuangan syariah yang dikemas sesuai skema pembiayaan dan tujuan penggunaannya.

Variabel produk pembiayaan indikatornya adalah:

- 1). Skala Usaha, besarnya kebutuhan modal kerja suatu usaha sangat tergantung kepada skala usaha yang dijalankan.
- 2). Tingkat kesulitan usaha, masalah yang akan dilalui pengusaha dalam berusaha.
- 3). Karakteristik modal, sistem pembayaran yang akan dilakukan dalam pembiayaan.

---

<sup>25</sup>Elida Kusumas “*Pembiayaan Perbankan Syariah*”, (10 April 2015), <http://elidakusumastuti.blogspot.com/2015/04/pembiayaanperbankkansyariah.html?m=1>. Diakses pada tanggal 20 Maret 2019, pada pukul 19 :36 WITA.

4). Jenis usaha, porsi besarnya kebutuhan modal masing-masing jenis usaha berbeda-beda

b. Pelayanan

pelayanan yaitu suatu pemberian jasa kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhannya, atau seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara konsisten.

Variabel pelayanan indikatornya adalah:

- 1). Berwujud: Kebersihan kantor dan kerapihan pegawai
- 2). Keandalan
- 3). Ketanggapan
- 4). Jaminan
- 5). Empati

c. Minat

Minat yaitu suatu perasaan suka, senang atau tertarik seseorang terhadap suatu hal (objek) yang diikuti dengan timbulnya perhatian serta mendorong terlibat langsung karena suatu hal (objek) tersebut dirasakan akan atau telah memberikan makna, harapan, atau kepuasan.

Nasabah merupakan bagian yang sangat penting bagi sebuah Bank, nasabah diibaratkan nafas bagi bank tersebut, sebab jika tidak ada nasabah maka Bank tidak akan berjalan dan bertahan sampai saat ini. Oleh sebab itu, Bank harus pandai-pandai menarik minat nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah karena dana yang terkumpul bisa diolah kembali oleh Bank tersebut. Nasabah

yaitu suatu badan usaha yang memiliki rekening simpan pinjam dan melakukan transaksi simpan pinjam di Bank yang telah dipilih.

Dengan demikian, minat nasabah yaitu perasaan suka, senang atau ketertarikan seseorang kepada suatu badan usaha yang memiliki rekening simpan pinjam dan tumbuh perhatian serta mendorong untuk terlibat langsung karena suatu hal dan kemudian melakukan transaksi simpan pinjam di Bank yang telah dipilih.

Variabel Minat Nasabah indikatornya adalah:

- 1). Ketertarikan
- 2). Keinginan
- 3). Keyakinan

**Tabel 3.1** Definisi Oprasional Variabel

No.	Variabel	Defenisi	Indikator penelitian
1.	<b>Pembiayaan (X1)</b>	Pembiayaan dapat diartikan sebagai suatu layanan keuangan syariah yang dikemas sesuai skema pembiayaan dan tujuan penggunaan dananya.	1). Skala Usaha 2).Tingkat kesulitan Usaha 3). Karakteristik modal 4). Jenis usaha
2.	<b>Pelayanan (X2)</b>	Pelayanan yaitu suatu pemberian jasa kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhanya, atau seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan.	1). Berwujud, Kebersihan kantor dan kerapihan pegawai 2). Kehandalan 3). Ketanggapan 4). Jaminan dan kepastian 5). Empati
3.	<b>Minat (Y)</b>	Minat yaitu suatu perasaan suka, senang atau tertarik seseorang terhadap suatu hal (objek) yang diikuti dengan timbulnya perhatian serta mendorong terlibat langsung karena suatu hal (objek) tersebut dirasakan akan atau telah memberikan makna, harapan, atau kepuasan.	1). Ketertarikan 2). Keinginan 3). Keyakinan

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi yaitu keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Pemilik kios di pasar Andi Tadda dikota Palopo yang berjumlah 202 kios.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yaitu sebagian dari jumlah pemilik kios di pasar Andi Tandda di kota palopo dengan menggunakan tehnik *Probability Sampling* atau seluruh populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Adapun tehnik penentuan sampel yang digunakan yaitu *Simple Random Sampling* atau tehnik pengambilan sampel secara acak, dimana setiap elemen atau populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.<sup>26</sup> Dengan menentukan jumlah sampel dari populasi yang tersedia dengan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

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

Dimana:

n= Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

---

<sup>26</sup>Anwar Hidayat “*Pengertian Simple Random Sampling, Jenis, dan Contoh*”, (16 Februari 2018), <https://www.statistikan.com/2018/02/pengertian-simple-random-sampling.html>. Diakses pada tanggal 24 Agustus 2019, pukul 20:41 WITA.

$e^2$ = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan penarikan sampel).<sup>27</sup>

Berdasarkan rumus diatas ditentukan besarnya populasi dengan batas ketentuan dalam pengambilan sampel sebesar 10%.

$$n = \frac{202}{1 + 202(10\%)^2}$$

$$n = \frac{202}{1 + 202(0,1)^2}$$

$$n = \frac{202}{1 + 202(0,01)}$$

$$n = \frac{202}{3,02}$$

$$n = 66,88 \text{ (dibulatkan menjadi 67).}$$

Dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa sampel yang akan diteliti sebanyak 67 kios yang berada di pasar Andi Tadda kota Palopo.

#### **E. Tehnik Pengumpulan Data**

Tehnik pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai cara atau sumber. Sumber data yang dimaksud penelitian ini adalah subjek data dari mana data diperoleh. Sumber data yang diperoleh adalah:

##### 1. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung atau data yang diolah dari sumbernya, baik dalam penelitian perorangan, kelompok, maupun organisasi.

---

<sup>27</sup> Sugiyono, Metode penelitian kombinasi, (cet.IV; Bandung: Alfabeta, 2013), 133

## 2. Data skunder

Data sekunder yaitu data yang sudah diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) yang diambil dari pihak ketiga.

### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen merupakan alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Peneliti menggunakan kuesioner dalam penelitian ini. Kuesioner yaitu daftar pertanyaan atau pernyataan yang didistribusikan untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti.<sup>28</sup> Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner berbentuk skala likert, di mana jenis kuesioner ini bertujuan untuk mengukur ketidaksetujuan seseorang terhadap suatu objek, yang jenjang dan pemberian point atas pertanyaan yang ada tersusun atas:

- a). Sangat setuju (SS) = 5
- b). Setuju (S) = 4
- c). Ragu-ragu (R) = 3
- d). Tidak setuju (TS) = 2
- e). Sangat tidak setuju (STS) = 1

### **G. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen**

#### 1). Uji Validitas

Uji validitas adalah ketetapan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada

---

<sup>28</sup> Nasution S, metode research (cet. II, Jakarta: Bumi Aksara 2003), 128.

kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 maka diperoleh nilai  $R_{tabel}$  sebesar 0,240 artinya suatu item dianggap valid jika person correlation  $>0,240$ .

Tetapi sebelum penelitian ini dilakukan, peneliti terlebih dahulu melakukan pengujian validitas terhadap 10 responden untuk melihat apakah instrumen atau indikator yang digunakan valid atau tidak. Berikut merupakan hasil uji validitas terhadap 10 responden.

**Tabel 3.2** Hasil uji Validitas Variabel X1, X2, dan Y

Variabel	No Item	Correte Item total Correlation	Rtabel ( $\alpha=5\%$ )DF= N-2	Keterangan
X1 (Pembiayaan)	1	,572	0.240	Valid
	2	,381	0.240	Valid
	3	,522	0.240	Valid
	4	,522	0.240	Valid
	5	,336	0.240	Valid
	6	,384	0.240	Valid
	7	,602	0.240	Valid
X2 (Pelayanan)	1	,621	0,240	Valid
	2	,558	0.240	Valid
	3	,311	0.240	Valid
	4	,438	0.240	Valid
	5	,484	0.240	Valid
	6	,791	0.240	Valid
Y (Minat)	1	,294	0.240	Valid
	2	,569	0.240	Valid

	3	,648	0.240	Valid
	4	,706	0.240	Valid
	5	,754	0.240	Valid
	6	,768	0.24	Valid

Sumber: Data angket diolah data SPSS, 2019

Berdasarkan data pada tabel 3.1 di atas, Variabel Pembiayaan (X1), Pelayanan (X1), dan Minat Pedagang (Y) menunjukkan bahwa seluruh *pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari  $R_{tabel}$ , artinya bahwa seluruh pertanyaan yang ada bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

## 2). Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Suatu variabel dikatakan reliable jika nilai cronbach alpha ( $\alpha$ ) > 0,6

- a) Jika alpha > 0,90 maka reliabilitasnya sempurna.
- b) Jika alpha antara 0,70-0,90 maka reliabilitasnya tinggi.
- c) Jika alpha antara 0,50-0,70 maka reliabilitasnya moderat.
- d) Jika alpha < 0,50 maka reliabilitasnya rendah.

Sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu peneliti telah melakukan uji reabilitas terhadap 10 responden, untuk mengetahui apakah pertanyaan atau indikator yang digunakan dianggap reabel atau tidak. Berikut ini merupakan hasil pengujian reabilitas terhadap 10 responden.

**Tabel 3.3** Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,672	7

Berdasarkan tabel 3.2 data hasil pengujian reliabilitas variabel Pembiayaan (X1) di atas, 7 indikator memiliki *Cronbach's alpha* sebesar 0,672 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas, maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

**Tabel 3.4** Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,709	6

Berdasarkan tabel 3.3 data hasil pengujian reliabilitas variabel Pelayanan (X2) di atas, 6 indikator memiliki *Cronbach's alpha* sebesar 0,709 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas, maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

**Tabel 3.5** Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,747	6

Berdasarkan tabel 3.4 data hasil pengujian reliabilitas variabel Minat Pedagang (Y) di atas, 6 indikator memiliki *Cronbach's alpha* sebesar 0,747 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas, maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

## H. Tehnik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting, karna dengan analisis maka data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan suatu masalah atau fenomena yang ada.

Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda.

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah populasi data distribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Data yang dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,05.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Jika signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas.

## 2. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen dan variabel dependen, maka dapat dilakukan dengan menggunakan pengujian sebagai berikut.

### a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas yang digunakan bisa menjelaskan sejauh mana variabel terikat. F hitung dapat dicari dengan rumus:

$$F \text{ hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

$R^2$ = koefisien determinasi

$n$ = Jumlah data atau kasus

$k$ = Jumlah variabel independen

Hasil uji F dapat dilihat dari hasil analisis regresi linier berganda diatas.

Denga kriteria pengambilan keputusan:

$H_0$  diterima jika  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_a$  diterima jika  $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

### b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t dapat dicari dengan rumus berikut:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i - (B_i)}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

$b_i$  = koefisien regresi persial sampel

$B_i$  = koefisien regresi persial populasi

$S_{b_i}$  = Standar eror regresi sampel

Pengujian persial terhadap koefisien regresi secara persial menggunakan uji-t pada tingkat keyakinan 90% dan tingkat kesalahan dalam analisa ( $\alpha$ ) 10% dengan ketentuan degree of freedom (df)=  $n-k-1$ , dimana  $n$  adalah besarnya sampel ,  $k$  adalah besarnya variabel.

Keputusan:

Apabila  $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$  :  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Apabila  $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$  :  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

### 3. Koefisien determinasi

Model regresi dapat diterangkan dengan menggunakan nilai koefisien determinasi ( $KD = r^2 \times 100\%$ ) semakin besar nilai yang didapatkan tersebut, maka model yang didapatkan akan semakin baik pula. Jika nilai yang didapatkan mendekati 1 maka model regresi semakin baik.

#### a. Regresi Berganda

Regresi berganda adalah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Istilah regresi berganda dapat juga disebut dengan istilah multiple regression. Kata multiple berarti jamak atau lebih dari satu variabel.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Anwar Hidayat, "Penjelasan Berbagai Jenis Regresi Berganda", (4 Juni 2017), <https://www.statistikan.com/2017/06/berbagai-jenis-regresi@-berganda.html/> Diakses pada tanggal 23. Pukul 22.04 WITA

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, maka digunakan model regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y^1 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

Di mana Y adalah variabel dependen (terikat), X adalah variabel Independen (bebas).

Keterangan:

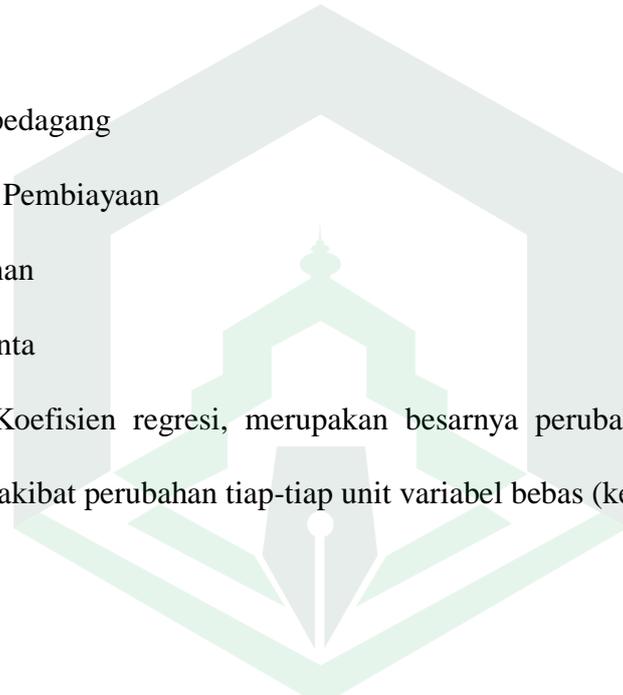
Y = Minat pedagang

$x_1$  = Produk Pembiayaan

$x_2$  = Pelayanan

$a$  = Konstanta

$b_1b_2\dots b_n$  = Koefisien regresi, merupakan besarnya perubahan variabel terikat akibat perubahan tiap-tiap unit variabel bebas (kemiringan)



IAIN PALOPO

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat pasar Andi Tadda Palopo**

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, industri, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Sedangkan nama Andi Tadda itu sendiri berasal dari nama pemimpin perlawanan terhadap belanda pada masa pemerintahan raja luwu Andi Kambo pada saat itu.

Andi Tadda di tunjuk sebagai ketua pertahanan perlawanan apabila pasukan belanda benar-benar meyerang Luwu, pada saat itu Andi Kambo ingin membatalkan perjanjian pendek mereka namun Andi Kambo sadar bahwa jika ia membatalkan perjanjian pendek tersebut tentu akan menimbulkan perang sehingga ia menunjuk Andi Tadda sebagai ketua pertahanan perlawanan. Pada saat itu Andi Tadda membangun kubu pertahanan di ponjalae. Tepat seperti dugaan Andi Kambo sebelumnya, Belanda benar-benar mengerahkan kekuatan militer kerajaan Luwu. Pendaratan pertama pasukan belanda terjadi pada tanggal 9 September 1905 dibawah pimpinan kolonel C.A. van Loenen. Perang pertama antara pihak belanda dan kerajaan Luwu yang dimotori oleh Andi Tadda meletus pada tanggal 12 September 1905. Perlawanan Andi Tadda hanya berlangsung selama 14 jam. Andi Tadda gugur diponjalae pada tanggal 12 September 1905. Atas kegigihannya mempertahankan bumi Luwu dari

rongrongan penjajah, Andi Tadda mendapat gelar Opu Pawelai Ponjalae. Hingga sekarang masyarakat Luwu masih mengenang para pahlawan Luwu, yaitu dengan cara memberikan nama jalan di daerah Luwu dengan nama-nama pahlawan Luwu salah satunya yaitu Andi Tadda.

Pasar Andi Tadda itu sendiri dulunya bernama pasar subuh, karena keberadaanya di Jalan Andi Tadda, pontap, Wara timur, kota Palopo, dan untuk mengenang pahlawan Luwu, maka pasar subuh dikenal dengan Pasar Andi Tadda. Dulunya, pasar tradisional Andi Tadda kumuh, becek, bau, berdebu, dan semrawut. Kini tidak lagi, pasar Andi Tadda sekarang terlihat cantik, bersih dan tertata rapi. Kini para pedagang dan pembeli merasa nyaman melakukan transaksi jual beli di pasar Andi Tadda Kota Palopo.

## **2. Analisis Deskriptif**

### **a. Karakteristik Identitas Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik kios di pasar Andi Tadda kota Palopo yang berjumlah 67 orang yang ditemui oleh peneliti saat penelitian ini berlangsung. Terdapat beberapa karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian yang nantinya akan dianalisis dalam analisis deskriptif ini, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pendapatan setiap bulanya. Adapun karakteristik responden tersebut dapat dilihat berdasarkan uraian berikut:

#### **1). Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

Jenis kelamin (gender) merupakan salah satu hal penting dalam penelitian, karena jenis kelamin seseorang akan mempengaruhi pendapat

akan suatu objek. Berdasarkan jenis kelamin, maka responden yang diambil adalah jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1** Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	30	45%
Perempuan	37	55%
Total	67	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan data di atas, dari 67 responden yang diteliti responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 37 responden atau 55% kemudian responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 30 responden atau 45% hal ini menunjukkan bahwa, sebagian besar pedagang di pasar Andi Tadda kota Palopo adalah perempuan.

## 2). Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia responden merupakan pengelompokan usia dalam penelitian. Berdasarkan usia responden dalam penelitian ini terbagi menjadi 4 kelompok yaitu umur 20-30 tahun, 30-40 tahun, 40-50 tahun, dan >50 tahun. Adapun data mengenai usia responden dapat dilihat melalui tabel berikut ini

**Tabel 4.2** Karakteristik responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
20-30	7	10%
30-40	26	38%
40-50	25	37%
>50	10	15%
Total	67	100%

Berdasarkan pada tabel di atas, usia responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah berumur 30-40 tahun sebesar 26 orang atau 38%, selanjutnya responden yang berusia 40-50 tahun berjumlah 25 orang atau sebesar 37%, responden yang berusia >50 tahun berjumlah 10 orang atau 15%, dan responden yang berusia 20-30 tahun berjumlah 7 orang atau 10%, sehingga dapat disimpulkan bahwa besar responden pada penelitian ini adalah berusia 30-40 tahun.

### 3). Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dalam penelitian ini terdiri atas 5 kategori, yaitu SD, SMP, SMA, Diploma, dan Lainnya. Adapun data terkait pendidikan terakhir responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3** Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
SD	3	4%
SMP	17	25%
SMA	43	65%
Diploma	2	3%
Lainnya	1	1%
Jumlah	67	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel di atas, pendidikan terakhir responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah jenjang SMA dengan jumlah sebesar 43 responden atau 65%, kemudian jenjang SMP berjumlah 17 responden atau 25%, jenjang SD berjumlah 3 responden atau 4%, Diploma 2 responden atau 3% dan Lainnya (S1) berjumlah 1 responden atau 1%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada

penelitian ini berdasarkan pendidikan terakhir adalah jenjang SMA yang berjumlah 43 responden atau 65%.

#### 4). Karakteristik responden Berdasarkan pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan dalam penelitian ini terdiri atas 5 kategori, yaitu di bawah 2.000.000, 2.000.000-3.500.000, 3.500.000-4.500.000, 4.500.000-5.500.000, dan 5.500.000 ke atas. Adapun data terkait dengan jumlah pendapatan responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4** Karakteristik Responden berdasarkan pendapatan

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<2.000.000	3	4%
2.000.000-3.500.000	10	15%
3.500.000-4.500.000	13	19%
4.500.000-5.500.000	19	28%
>5.500.000	22	33%
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel di atas, pendapatan responden dengan jumlah terbanyak dalam penelitian ini adalah pedagang dengan pendapatan >5.500.000 dengan jumlah 22 responden atau 33%, kemudian dengan pendapatan 4.500.000-5.500.000 berjumlah 19 responden atau 28%, kemudian 3.500.000-4.500.000 berjumlah 13 responden atau 19%, 2.000.000-3.500.000 berjumlah 10 responden atau 15%, dan <2.000.000 berjumlah 3 responden atau 4%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berpendapatan >5.500.000 setiap bulannya.

## b. Deskriptif Variabel Penelitian

### 1. Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel X1

**Tabel 4.5** Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel X1

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Pembiayaan yang diterima mencukupi kebutuhan usaha nasabah	9 13,4%	51 76,1%	7 10,4%	-	-
2.	Prosedur Pembiayaannya mudah dimengerti dan dipahami serta tidak menyulitkan	5 7,5%	37 55,2%	24 35,8%	1 1,5%	-
3.	Perbankan Syariah memiliki produk Pembiayaan yang beragam	8 11,9%	37 55,2%	23 34,3%	1 1,5%	-
4.	Pokok atau cicilan tergolong ringan sehingga tidak memberatkan nasabah	12 17,9%	24 35,8%	23 34,3%	8 11,9%	-
5.	Jangka waktu pelunasan yang diberikan perbankan Syariah tergolong fleksibel sehingga memudahkan nasabah untuk membayar angsuran	9 13,4%	24 35,8%	25 37,3%	9 13,4%	-
6.	Informasi tentang produk pembiayaan yang dibutuhkan nasabah sangat mudah didapatkan	1 1,5%	45 67,2%	20 29,9%	1 1,5%	-
7.	Jangka waktu pencairan dana pembiayaan tergolong cepat	4 6,0%	32 47,8%	29 43,3%	2 3,0%	-

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel indeks jawaban responden terhadap variabel produk pembiayaan (X1) di atas, menunjukkan bahwa untuk pertanyaan pertama, responden yang memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 9 orang atau 13,4%, jawaban setuju berjumlah 51 orang atau 76,1%, jawaban Ragu-ragu berjumlah 7 orang atau 10,4%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Untuk pertanyaan yang kedua, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 5 orang atau 7,5%, jawaban setuju berjumlah 37 orang atau 55,2%, jawaban Ragu-ragu berjumlah 24 orang atau 35,8%, jawaban tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1,5%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pertanyaan ketiga, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 8 orang atau 11,9%, jawaban responden setuju berjumlah 37 orang atau 55,2%, ragu-ragu berjumlah 23 atau 34,3%, tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1,5% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pertanyaan keempat, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 12 orang atau 17,9%, jawaban responden setuju berjumlah 24 orang atau 35,8%, ragu-ragu berjumlah 23 atau 34,3%, tidak setuju berjumlah 8 orang atau 11,9% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pertanyaan kelima, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 9 orang atau 13,4%, jawaban responden setuju berjumlah 24 orang atau 35,8%, ragu-ragu berjumlah 25 atau 37,3%, tidak setuju berjumlah 9 orang atau 13,4% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pertanyaan keenam, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 1 orang atau 1,5%, jawaban responden setuju berjumlah 45 orang atau 67,2%, ragu-ragu berjumlah 20 atau 29,9%, tidak setuju

berjumlah 1 orang atau 1,5% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pertanyaan ketujuh, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 4 orang atau 6,0%, jawaban responden setuju berjumlah 32 orang atau 47,8%, ragu-ragu berjumlah 29 atau 43,3%, tidak setuju berjumlah 2 orang atau 3,0% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

## 2. Indeks jawaban responden terhadap variabel Pelayanan (X2)

**Tabel 4.6** Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel X2

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Kantor Perbankan Syariah memiliki tempat yang rapi dan bersih	40 59,7%	21 31,3%	4 6,0%	2 3,0%	-
2.	Perbankan Syariah memiliki karyawan yang bersih dan rapi serta berpenampilan menarik	11 16,4%	48 71,6%	8 11,9%	-	-
3.	Karyawan memiliki tingkat pengetahuan yang cukup tentang bank	6 9,0%	51 76,1%	8 11,9%	1 1,5%	1 1,5%
4.	Karyawan memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan Nasabah	3 4,5%	50 74,6%	12 17,9%	2 3,0%	-
5.	Sarana bank yang lengkap serta menarik perhatian nasabah	5 7,5%	33 49,3%	25 41,8%	1 1,5%	-
6.	Perbankan Syariah memiliki layanan yang tepat waktu	4 6,0%	27 40%	33 49,3%	3 4,5%	-

Berdasarkan tabel di atas, indeks jawaban responden untuk variabel pelayanan (X2) di atas menunjukkan bahwa untuk pertanyaan pertama, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 40 orang atau 59,7%, jawaban responden setuju berjumlah 21 orang atau 31,3%, ragu-ragu berjumlah 4 orang atau 6,0%, tidak setuju berjumlah 2 orang atau 3% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pertanyaan kedua, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 11 orang atau 16,4%, jawaban responden setuju berjumlah 48 orang atau 71,6%, ragu-ragu berjumlah 8 atau 11,9%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pertanyaan ketiga, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 6 orang atau 9,0%, jawaban responden setuju berjumlah 51 orang atau 76,1%, ragu-ragu berjumlah 8 atau 11,9%, tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1,5% dan sangat tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1,5%.

Pertanyaan keempat, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 3 orang atau 4,5%, jawaban responden setuju berjumlah 50 orang atau 74,6%, ragu-ragu berjumlah 12 atau 17,9%, tidak setuju berjumlah 2 orang atau 3,0% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pertanyaan kelima, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 5 orang atau 7,5%, jawaban responden setuju berjumlah 33 orang atau 49,3%, ragu-ragu berjumlah 25 atau 41,8%, tidak setuju berjumlah 1 orang atau 1,5% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pertanyaan keenam, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 4 orang atau 6,0%, jawaban responden setuju berjumlah 27 orang atau 40%, ragu-ragu berjumlah 33 atau 43,9%, tidak setuju

berjumlah 3 orang atau 4,5% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

### 3. Indeks jawaban responden terhadap variabel Minat pedagang (Y)

**Tabel 4.7** Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Y

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	R	TS	STS
14.	Saya tertarik karena Perbankan Syariah memiliki prosedur yang mudah untuk menjadi nasabah					
15.	Karyawan perbankan syariah dapat memberikan informasi yang tepat dan akurat					
16.	Karyawan dapat memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dan calon nasabah					
17.	Karyawan perbankan syariah dapat memberikan kepuasan kepada nasabah atau calon nasabah sehingga mendorong saya menjadi nasabah					
18.	karyawan dapat menjelaskan informasi dengan jelas dan benar					
19.	Karyawan dapat meyakinkan nasabah untuk tidak menggunakan produk lain.					

Berdasarkan tabel indeks jawaban responden terhadap variabel Minat pedagang (Y) di atas, menunjukkan bahwa untuk pertanyaan pertama, responden yang memberikan jawaban sangat setuju berjumlah 4 orang atau 6,00%, jawaban responden setuju berjumlah 36 orang atau 53,7%, ragu-ragu berjumlah 27 atau 40,3%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Untuk pertanyaan kedua, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 4 orang atau 6,0%, jawaban responden setuju berjumlah 51 orang atau 76,1%, ragu-ragu berjumlah 12 orang atau 17,9%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pertanyaan ketiga, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 8 orang atau 11,9%, jawaban responden setuju berjumlah 40 orang atau 59,7%, ragu-ragu berjumlah 16 orang atau 23,9%, tidak setuju berjumlah 3 orang atau 4,5% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pertanyaan keempat, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 6 orang atau 9,0%, jawaban responden setuju berjumlah 43 orang atau 64,2%, ragu-ragu berjumlah 14 orang atau 20,9%, tidak setuju berjumlah 4 atau 6,0% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Pertanyaan kelima, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 5 orang atau 7,5%, jawaban responden setuju berjumlah 47 orang atau 70,1%, ragu-ragu berjumlah 15 orang atau 22,4% dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pertanyaan keenam, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 3 orang atau 4,5%, jawaban responden setuju berjumlah 18 orang atau 26,9%, ragu-ragu berjumlah 41 orang atau 61,2%, tidak setuju berjumlah 5 atau 7,5% dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

### 3. Analisis Data

#### 1. Uji Instrumen

##### a. Uji Validasi

Pengujian validitas item dengan korelasi person yaitu cara mengorelasikan skor item dengan skor total item. Untuk menentukan suatu item layak digunakan atau tidak maka batas nilai minimal korelasi adalah 0,240. Semua item yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,240 daya pembedanya dianggap memuaskan. Jadi item yang memiliki nilai koefisien korelasi di bawah 0,240 dianggap tidak valid.<sup>5455</sup>

Berikut hasil uji validitas diperoleh dapat dilihat pada tabel di bawah ini yaitu:

**Tabel 4.8** Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	Correted Item Total Correlation	Rtabel ( $\alpha=5\%$ ) DF=N-2	Keterangan
X1 (Pembiayaan)	1	,244 <sup>*</sup>	0,240	Valid
	2	,280 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	3	,508 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	4	,680 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	5	,633 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	6	,244 <sup>*</sup>	0,240	Valid
	7	,281 <sup>*</sup>	0,240	Valid
X2 (Pelayanan)	1	,736 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	2	,517 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	3	,710 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	4	,431 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	5	,441 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	6	,253 <sup>*</sup>	0,240	Valid
Y (Minat Pedagang)	1	,839 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	2	,420 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	3	,631 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	4	,839 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	5	,537 <sup>**</sup>	0,240	Valid
	6	,539 <sup>**</sup>	0,240	Valid

<sup>54</sup> Duwi priyatno, "Cara kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20", (yogyakarta: Andi 2012), 184

Berdasarkan pada tabel 4.8 di atas, variabel Produk pembiayaan (X1), Pelayanan (X2), dan Minat pedagang (Y) menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari  $r_{tabel}$  di mana setiap item memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , artinya bahwa seluruh pertanyaan yang ada bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

#### b. Uji Realibilitas

Mengukur realibilitas dalam sebuah rangkaian penelitian adalah sangat penting. Suatu koefisien dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan adalah konsisten. Salah satu bentuk uji yang dapat dipakai adalah uji statistik *Cronbach alpha*. Untuk menentukan suatu instrumen *reliabel* atau tidak maka bisa menggunakan batas nilai *Cronbach alpha*  $\geq 0,6$  (lebih besar atau sama dengan 0,6).

Ketentuan dari reliabelnya suatu variabel sebagai berikut:

- 1). Jika  $\alpha > 0,90$  maka realibilitasnya sempurna
- 2). Jika  $\alpha$  antara 0,70-0,90 maka realibilitasnya tinggi
- 3). Jika  $\alpha$  antara 0,50-0,70 maka realibitas moderat
- 4). Jika  $\alpha < 0,50$  maka realibilitas rendah

Hasil uji realibilitas untuk instrumen keseluruhan variabel dapat dijelaskan pada tabel di bawah.

**Tabel 4.9** Hasil Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,282	7

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji reliabilitas, variabel produk pembiayaan (X1) di atas, 7 indikator memiliki nilai *Cronbach's alpha* 0,282 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

**Tabel 4.10** Hasil Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,449	6

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji reliabilitas, variabel pelayanan (X2) di atas, 6 indikator memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,449 yaitu lebih besar dari 0,06. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

**Tabel 4.11** Hasil uji Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,719	6

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji reliabilitas, variabel Minat pedagang (Y) di atas, 6 indikator memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,719 yaitu lebih besar dari 0,06. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

## c. Uji Asumsi Klasik

## 1). Uji Normalitas

Tabel 4.12 Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,75749752
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,092
	Negative	-,053
Test Statistic		,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Dari input data di atas diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.sig.(2-tailed) sebesar 0,200. Karena lebih besar dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ), maka nilai residual tersebut telah normal.

## 2). Uji Multikolinieritas

Tabel 4.13 Uji multikolinieritas Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,928	3,664		2,436	,018		
	pembiayaan	-,192	,120	-,167	1,606	,113	,919	1,088
	Pelayanan	,787	,130	,630	6,059	,000	,919	1,088

a. Dependent Variable: minat

Sumber: hasil pengolahan data SPSS,2019

Berdasarkan tampilan *output coefsiens* pada tabel di atas, diketahui besarnya nilai *tolerance* masing-masing variabel independen yaitu

pembiayaan (0,919) dan pelayanan (0,919) lebih besar dari 0,10. Nilai *varian inflation factor* (VIF) masing-masing variabel independen yaitu pembiayaan dan pelayanan memiliki nilai yang sama (1,088) kurang dari 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* kedua variabel independen  $>0,10$  dan nilai VIF  $<10,00$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

### 3). Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.14** Hasil uji Heteroskedastisitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,161	2,489		-,466	,642
	pembiayaan	,040	,081	,064	,495	,622
	Pelayanan	,066	,088	,097	,751	,456

a. Dependent Variable: res2

Sumber: hasil pengolahan data SPSS, 2019

Dari output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kedua variabel independen  $>0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

## d. Uji Hipotesis

## 1). Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.15 Hasil uji regresi linear berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,928	3,664		2,436	,018
	pembiayaan	-,192	,120	-,167	-1,606	,113
	Pelayanan	,787	,130	,630	6,059	,000

a. Dependent Variable: minat pedagang

Dari tabel di atas, maka hasil yang diperoleh dimasukkan dalam persamaan sebagai berikut:

$$\text{Dimana: } Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y = 8,928 + (-0,192)x_1 + 0,787x_2 + e$$

Dari persamaan di atas maka dapat diinterpretasikan beberapa hal antara lain:

- Konstanta sebesar 8,928 artinya jika variabel produk pembiayaan (X1) dan pelayanan (X2) bernilai 0 (konstan), maka skor minat pedagang adalah 8,928.
- Koefisien regresi variabel produk pembiayaan (X1) adalah -0,192 yang artinya bahwa, setiap kenaikan skor variabel produk pembiayaan satu-satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, maka skor variabel minat pedagang akan naik sebesar -0,192.
- Koefisien regresi variabel pelayanan (X2) adalah 0,787 yang artinya bahwa, setiap kenaikan skor variabel pelayanan satu-satuan dengan

asumsi variabel lain dianggap konstan, maka skor variabel minat pedagang akan naik 0,787.

e. Uji persial (T)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel independen (pembiayaan dan pelayanan) secara individu berpengaruh pada variabel dependen (Minat pedagang).

Adapun dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi:

- 1). Jika sig, <0,05 maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen
- 2). Jika sig. >0,05 maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.16** Hasil Uji Persial (T)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,928	3,664		2,436	,018
	pembiayaan	-,192	,120	-,167	-1,606	,113
	Pelayanan	,787	,130	,630	6,059	,000

a. Dependent Variable: minat pedagang

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2019

Berdasarkan hasil uji T di atas, variabel produk pembiayaan (X1) memiliki nilai  $t_{hitung} = -1,606$ . Melihat  $t_{tabel} (\alpha/2; n-k-1)$  maka ditemukan bahwa  $t_{tabel}$  sebesar 1,998. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-1,606 < 1,998$ ) atau nilai signifikansi  $0,113 > 0,05$ . Hal ini berarti bahwa  $H_{a1}$  ditolak dan  $H_{01}$  diterima atau variabel

pembiayaan (X1) secara persial tidak berpengaruh terhadap minat pedagang pasar Andi Tadda kota palopo.

Variabel pelayanan (X2) memiliki nilai  $t_{hitung}=6,059$ . Melihat  $t_{tabel}$  ( $\alpha/2$ ;  $n-k-1$ ) maka ditemukan  $t_{tabel}$  sebesar 1,998. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $t_{hitung}>t_{tabel}$  ( $6,059>1,998$ ) atau nilai signifikan  $0,000<0,05$ . Hal ini berarti bahwa  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak atau variabel pelayanan (X2) secara persial berpengaruh terhadap minat pedagang pasar Andi Tadda palopo.

f. Uji Sumultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen (produk pembiayaan dan pelayanan) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (minat pedagang). Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05 apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari pada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk analisis data dari output SPSS dapat dilihat dari tabel anova di bawah ini:

**Tabel 4.17** Hasil uji simultan (F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	146,125	2	73,062	18,362	,000 <sup>b</sup>
	Residual	254,651	64	3,979		
	Total	400,776	66			

Berdasarkan uji F di atas, menunjukkan bahwa dari hasil uji Anova diketahui nilai  $t_{hitung}$  adalah 18,362 dengan *Degree of freedom* / derajat bebas (df) regression sebesar 2 dan nilai df dari residual sebesar 64. Maka dapat diketahui besarnya nilai dari  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha=0,05$ ) yaitu sebesar 3,15 (dilihat dari tabel (F)). Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $18,362 > 3,15$ ) atau nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Dengan demikian secara statistik dapat disimpulkan bahwa variabel pembiayaan dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat pedagang.

g. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan sebuah model yang digunakan untuk menguji seberapa besar kemampuan variabel independen (bebas) menjelaskan variasi perubahan variabel dependen (terikat). Nilai koefisien determinasi menggunakan *R Square*. Hal ini karena *R Square* dinilai lebih memprestasikan nilai pengaruh yang sebenarnya dari hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Adapun output SPSS dari uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.18** Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,769 <sup>a</sup>	,592	,577	1,21806

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Dari data diatas, diperoleh koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,592 atau (59,2%). Hal ini menunjukkan bahwa 59,2% minat pedagang

(Y) dapat dijelaskan oleh variabel pembiayaan (X1) dan pelayanan (X2), sedangkan sisanya 40,8% minat pedagang (Y) dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini atau sebab-sebab lain diluar model.

## **B. Pembahasan**

Setelah peneliti melakukan penelitian pada pedagang pasar Andi Tadda Palopo dan melakukan penyebaran angket (kuisisioner) yang diisi oleh para pedagang, kemudian peneliti mengolah data dari hasil jawaban responden yang pengelolaan data tersebut dibantu oleh aplikasi SPSS 20.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Apakah ada pengaruh yang signifikan antara pembiayaan dan pelayanan terhadap Minat pedagang.” Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh ialah bahwa memang terdapat pengaruh yang signifikan antara pembiayaan dan pelayanan terhadap minat pedagang menjadi nasabah, berikut penjelasan hasil penelitian yang telah diperoleh:

### 3. Pengaruh Pembiayaan (X1) Terhadap minat Pedagang (Y)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa  $H_{a1}$  ditolak dan  $H_{01}$  diterima atau variabel produk pembiayaan (X1) tidak berpengaruh terhadap minat pedagang. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Hutabarat pada tahun 2010 yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan produk pembiayaan bank syariah terhadap persepsi nasabah. Namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Okta Rizka pada tahun 2017 yang menyatakan bahwa minat nasabah tidak berpengaruh

positif dan signifikan terhadap produk pembiayaan, dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel produk pembiayaan tidak berpengaruh terhadap minat pedagang. Peneliti menarik kesimpulan bahwa kurangnya informasi tentang produk pembiayaan dan jangka waktu pencairan pembiayaan yang tergolong lambat di dibandingkan bank lain. Berdasarkan hasil jawaban responden dari kuesioner penelitian pada pertanyaan informasi tentang produk pembiayaan yang mudah di dapatkan dan jangka waktu pencairan dana pembiayaan tergolong cepat, mendapat jawaban setuju sangat sedikit dibandingkan dengan pertanyaan lainnya.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh kolter bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi minat konsumen (nasabah) dalam mengambil keputusan adalah harga, harga disini menyangkut dengan sistem pembiayaan yang dilakukan oleh bank syariah. Peneliti mengambil kesimpulan bahwa harga yang dimaksud kolter yaitu termasuk pencairan dana yang cepat, nasabah akan lebih tertarik untuk mengambil pembiayaan di bank syariah jika mereka mendapatkan informasi tentang pembiayaan sangat mudah di dapat dan pencairan dananya juga cepat

#### 4. Pengaruh Pelayanan (X2) terhadap minat Pedagang (Y).

Hasil Pengujian Menunjukkan bahwa  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak atau variabel pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat pedagang. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi minat nasabah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Swastha pada tahun 2001 yang menyatakan bahwa kualitas

pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan minat pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan/hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, kemungkinan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Cahyani pada tahun 2013, dimana dalam penelitiannya tersebut mengungkapkan bahwa ada pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan terhadap minat pedagang..

Kotler mengungkapkan salah satu faktor yang mempengaruhi minat konsumen (nasabah) terhadap pelayanan atau service yang ditawarkan bank terhadap konsumennya. Kotler juga mengatakan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan merupakan suatu perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Dwi Ari Susanto yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan

mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah dan secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel minat.

Kasmir menemukan bahwa pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan/nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan untuk memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelanggan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung.

#### 4. Pengaruh Pembiayaan (X1) dan Pelayanan (X2) terhadap Minat Pedagang (Y) secara simultan

Secara simultan variabel pembiayaan dan pelayanan berpengaruh secara positif terhadap variabel minat pedagang. Hal ini ditunjukkan dengan hasil Uji simultan (uji f) diketahui nilai  $F_{hitung}$  adalah 18,362 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,15 yang artinya  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $18,362 > 3,15$ ) atau nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Dengan demikian secara statistik dapat disimpulkan bahwa variabel pembiayaan dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat pedagang. Adapun persentase koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diberikan variabel produk pembiayaan dan pelayanan terhadap minat pedagang

memberikan kontribusi sebesar 0,592 atau 59,2% sedangkan sisanya 40,8% minat pedagang di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Evu yaitu “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi non muslim menjadi Nasabah Bank Syariah di Medan” yang menyebutkan bahwa produk pembiayaan, pelayanan, fasilitas dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah. Dengan demikian, semakin baik produk pembiayaan dan pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka semakin tinggi nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Dari data di atas, diperoleh koefisien determinasi R Square sebesar 0,592 atau (59,2%). Hal ini menunjukkan bahwa 59,2% minat pedagang (Y) dapat dijelaskan oleh variabel pembiayaan (X1) dan pelayanan (X2), sedangkan sisanya 40,8% minat pedagang (Y) dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini atau sebab-sebab lain diluar model.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan, mengenai pengaruh pembiayaan dan pelayanan perbankan syariah terhadap minat pedagang menjadi nasabah (Studi Pemilik kios di pasar Andi Tadda Palopo), maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil pengujian secara persial/uji t, diketahui bahwa variabel pembiayaan (X1) memiliki nilai  $t_{hitung}=-1,606$  dan  $t_{tabel}=1,998$  maka dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung}<t_{tabel}$  ( $-1,606<1,998$ ) atau nilai signifikansi  $0,113>0,05$ . Hal ini berarti bahwa  $H_{a1}$  ditolak dan  $H_{01}$  diterima atau variabel pembiayaan (X1) secara persial tidak berpengaruh terhadap minat pedagang pasar Andi Tadda kota palopo.
2. Hasil pengujian secara persial/uji t, diketahui Variabel pelayanan (X2) memiliki nilai  $t_{hitung}>t_{tabel}$  ( $6,059>1,998$ ) atau nilai signifikan  $0,000<0,05$ . Hal ini berarti bahwa  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak atau variabel pelayanan (X2) secara persial berpengaruh terhadap minat pedagang pasar Andi Tadda palopo. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank, maka minat nasabah akan semakin tinggi pula.
3. Berdasarkan uji secara simultan (uji f) diketahui nilai  $F_{hitung}$  adalah 18,362 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,15 yang artinya  $F_{hitung}>F_{tabel}$

(18,362>3,15) atau nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Dengan demikian secara statistik dapat disimpulkan bahwa variabel pembiayaan dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat pedagang.

Berdasarkan uji koefisien determinasi, nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,592 atau (59,2%). Hal ini berarti minat pedagang (Y) dapat dijelaskan oleh variabel pembiayaan (X1) dan pelayanan (X2) mempunyai distribusi secara bersama-sama sebesar 59,2%, sedangkan sisanya 40,8% minat pedagang (Y) dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Dengan memperhatikan hasil yang telah disampaikan maka dapat ditarik beberapa saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat memberikan hasil yang lebih baik, antara lain sebagai berikut:

1. Para pedagang sebaiknya lebih meningkatkan penggunaan jasa terhadap Bank Syariah.
2. Para pedagang sebaiknya mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh lembaga Perbankan Syariah agar lebih mengetahui tentang Bank Syariah.
3. Perbankan Syariah sebaiknya lebih meningkatkan sosialisasi tentang produk-produk Perbankan Syariah agar masyarakat lebih mengetahui tentang Perbankan Syariah

4. Perbankan Syariah sebaiknya bisa membuka cabang di pedesaan agar masyarakat luas bisa mengenal Perbankan Syariah lebih dekat.
5. Bagi peneliti selanjutnya, perlu menambah variabel lain selain kedua variabel dalam penelitian ini dan diharapkan dapat menambah jumlah sampel lebih banyak lagi.
6. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian pada pedagang-pedagang di pasar-pasar tradisional maupun pusat perbelanjaan modern terhadap minat mereka menggunakan produk Perbankan Syariah.



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Shomad, Trisadinidan *Transaksi Bank Syariah*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013, 99.
- Abduh Tuasikal, Muhammad., MSc. “13 Hal yang Menunjukkan Riba itu Ngeribanget”, 13 Februari 2017, <https://rumaysho.com/15352-13-hal-yang-menunjukkan-riba-itu-ngeribanget.html>. Diakses Pada Tanggal 27 Agustus 2020, Pukul 11.30 WITA.
- Al-Qur'an dan Terjemahan Departemen Agama RI Tahun 2014.
- Andri, Dr. Soemitra, M.A., Bank Lembaga Keuangan Syariah, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009, edisi kedua, hlm. 58-84.
- Antonio, Syafi'i. “*Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*”, Jakarta: Gema Insani Press, 2011, 227.
- Hasan, Zubairi., undang-undang Perbankan Syariah. “*Titik Temu Hukum Islam dan Hukum Nasional*”, Jakarta: Rajawali Press, 2009, 27.
- Hermawan, Agus. “*komunikasi pemasaran*”. Jakarta :Erlangga, 2012, 40,89-91.
- Hidayat Anwar, “*Penjelasan Berbagai Jenis Regresi Berganda*”, 4 Juni 2017, <https://www.statistikan.com/2017/06/berbagai-jenis-regresi@-berganda.html/> Diakses pada tanggal 23. Pukul 22.04 WITA
- Hidayat, Anwar. “*Pengertian Simple Random Sampling, Jenis, dan Contoh*”, 16 Februari 2018, <https://www.statistikan.com/2018/02/pengertian-simple-random-sampling.html>. Diakses pada tanggal 24 Agustus 2019, pukul 20:41 WITA.

Inri Astuti, Rani. “ *Minat Nasabah Terhadap Pembiayaan Usaha Mikro dan Pembiayaan Serbaguna Mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Stabat*”, 2019.

Kasmir. “*Etika Customer Service*”. 18-21, Diakses pada tanggal 27 Agustus 2020, Pukul 10.30 WITA.

Kusumas, Elida. “*Pembiayaan Perbankan Syariah*”, 10 April 2015, <http://elidakusumastuti.blogspot.com/2015/04/pembiayaanperbankkansyariah.html?m=1>. Diakses pada tanggal 20 Maret 2019, pada pukul 19 :36 WITA.

Mamang , Etta, Sangadji & sopiah. “*Perilaku Nasabah Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*” Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2013, 93

Maulida, Isnaine.“*Analisis Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang*”. 2016.

Muna, Nabila Nailul. “*Persepsi Nasabah tentang Kualitas Pelayanan Bank : Bank Syariah Vs Bank Konvensional Studi Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung*”, 2019. <http://respository.metrouniv.ac.id/id/eprint/50/1/Skripsi%20142.FEBI.2019.pdf>. Diakses pada tanggal 5 September 2020, Pukul 16.52 WITA

Muhammad. “*Manajemen Bank Syariah*”, Yogyakarta: UPP AMP YKPN,2005, hal. 17-18

Soraya, BM, "BAB II Landasan Teori Minat Nasabah Pengertian Minat", 2018.

<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9091/5/BAB%20II.pdf>. Diakses pada tanggal 23 September 2020, pukul 13.11 WITA

Sugiyono, Metode penelitian kombinasi, cet.IV; Bandung: Alfabeta, 2013, 133

Suska, "Teori Pembiayaan Modal Kerja Murabahah dan peningkatan usaha pedagang". <http://repository.uin-suska.ac.id/6614/4/BAB%20III.pdf>.

Diakses pada pukul 15.00 WITA, pada tanggal 3 September 2020

Tim Penyusun kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*

Jakarta: Pusat Bahasa, 2008, 206

Veithza, dan Rifai, dan . "*Islamic Financial Management*", Jakarta: Pt Raja

Persada, 2006 hal. 8

Wangsawidjaja, A., "*Pembiayaan Bank Syariah*", jakarta:Kompas Gramedia, 2012, 17

Yusmad, Muammar Arafat., *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Kepraktek*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017, 26-38.

Zunaini, Anindya. "*Pengaruh Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Murabahah Tahun 2016\_2018 Studi Kasus PT.BPRS Suriyah Cabang Semarang*", 2019.

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**IAIN PALOPO**

**N**



## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Hal: Kuesioner Penelitian

Yth.

Bapak/ Ibu/ Sdr (i)

Pemilik Kios Sembako

Pasar Andi Tadda Palopo

Dengan hormat,

Bersama ini saya,

Nama : Isnaini

Nim : 15 0402 0078

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : IAIN Palopo

Meminta kesediaan Bapak/ Ibu/ Sdr (i) pemilik Kios Sembako Pasar Andi Tadda Palopo untuk mengisi kuesioner saya yang berjudul "***Pengaruh Pembiayaan dan pelayanan Bank Syariah Terhadap Minat Pedagang Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pemilik Kios di Pasar Andi Tadda Palopo)***". Untuk itu, diharapkan kesediaan Bapak/ Ibu/ Sdr (i) mengisi kuesioner yang telah disediakan dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Seluruh data yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk kepentingan akademik serta tidak dipublikasikan secara umum.

Atas partisipasi Bapak/ Ibu/ Sdr (i) saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Isnaini

### **Petunjuk Pengisian Identitas Responden**

1. Tulislah terlebih dahulu identitas anda pada format yang telah tersedia.
2. Berilah tanda centang (√) sesuai dengan pilihan anda.

### **Identitas Responden**

Nama : (Boleh tidak diisi)

Usia :

Jenis Kelamin :  a). Laki-laki  b). Perempuan

Pendidikan Terakhir :  a). SD  d). Diploma

b). SMP  e). Lainnya, sebutkan:.....

c). SMA

pendapatan :  a). Dibawah 2.000.000  d). 4.500.000 – .5.500.000

b). 2.000.000 – 3.500.000  e). 5.500.000 keatas

c). 3.500.000 – 4.500.000

### **Petunjuk Pengisian Kuesioner**

1. Isilah dengan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Anda dengan memberi tanda “check list” (√) dari pertanyaan di bawah ini:

Keterangan pilihan:

**SS** : Sangat Setuju

**S** : Setuju

**R** : Ragu-ragu

**TS** : Tidak Setuju

**STS** : Sangat Tidak Setuju

2. Dalam satu nomor tidak boleh ada jawaban atau tanda “check list” (√) lebih dari satu

**Variabel (X1) Pembiayaan**

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Pembiayaan yang diterima mencukupi kebutuhan usaha nasabah					
2.	Prosedur Pembiayaannya mudah dimengerti dan dipahami serta tidak menyulitkan					
3.	Perbankan Syariah memiliki produk Pembiayaan yang beragam					
4.	Pokok atau cicilan tergolong ringan sehingga tidak memberatkan nasabah					
5.	Jangka waktu pelunasan yang diberikan perbankan Syariah tergolong fleksibel sehingga memudahkan nasabah untuk membayar angsuran					
6.	Informasi tentang produk pembiayaan yang dibutuhkan nasabah sangat mudah didapatkan					
7.	Jangka waktu pencairan dana pembiayaan tergolong cepat					

**Variabel (X2) pelayanan**

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	R	TS	STS
8.	Kantor Perbankan Syariah memiliki tempat yang rapi dan bersih					
9.	Perbankan Syariah memiliki karyawan yang bersih dan rapi serta berpenampilan menarik					
10.	Karyawan memiliki tingkat pengetahuan yang cukup tentang bank					
11.	Karyawan memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan Nasabah					

12.	Sarana bank yang lengkap serta menarik perhatian nasabah					
13.	Perbankan Syariah memiliki layanan yang tepat waktu					

**Variabel (Y) *Minat Pedagang***

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	R	TS	STS
14.	Saya tertarik karena Perbankan Syariah memiliki prosedur yang mudah untuk menjadi nasabah					
15.	Karyawan perbankan syariah dapat memberikan informasi yang tepat dan akurat					
16.	Karyawan dapat memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dan calon nasabah					
17.	Karyawan perbankan syariah dapat memberikan kepuasan kepada nasabah atau calon nasabah sehingga mendorong saya menjadi nasabah					
18.	karyawan dapat menjelaskan informasi dengan jelas dan benar					
19.	Karyawan dapat meyakinkan nasabah untuk tidak menggunakan produk lain.					

**Lampiran 2** Jawaban Responden Terhadap Variabel X1

No	VARIABEL X1 PRODUK PEMBIAYAAN							TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
1.	4	4	3	3	3	4	3	24
2.	4	4	4	4	4	4	4	28
3.	4	4	4	3	3	4	4	26
4.	3	3	4	4	4	3	3	24
5.	4	4	3	4	3	4	4	26
6.	4	4	4	4	4	4	4	28
7.	3	4	3	3	4	3	4	24
8.	4	4	4	4	4	3	4	27
9.	4	4	3	3	3	4	4	25
10.	4	4	4	4	3	3	3	25
11.	4	3	2	3	2	4	4	22
12.	3	4	3	2	2	4	4	22
13.	4	4	3	2	2	4	4	23
14.	4	4	3	3	3	3	4	24
15.	4	4	3	3	2	4	4	24
16.	4	3	5	5	3	4	4	28
17.	5	4	5	2	4	4	3	27
18.	4	2	3	4	3	4	4	24
19.	4	3	5	5	4	4	3	28
20.	4	4	3	4	3	4	3	25
21.	3	3	4	5	5	4	3	27
22.	4	3	4	5	4	3	3	26
23.	4	3	5	5	4	3	3	27
24.	3	3	4	4	5	4	3	26
25.	4	4	5	5	4	3	3	28
26.	4	3	4	3	3	4	3	24
27.	4	5	4	3	3	3	3	25
28.	4	3	4	5	4	3	3	26
29.	4	5	4	3	3	4	3	26
30.	4	3	4	3	4	3	4	25
31.	5	3	4	5	5	3	3	28
32.	3	5	4	5	5	3	3	28
33.	3	4	4	5	5	4	3	28
34.	3	4	4	5	5	4	3	28
35.	4	3	5	4	3	2	3	24
36.	4	5	4	3	2	3	3	24
37.	5	4	3	4	2	3	3	24

38.	4	4	3	2	5	3	4	25
39.	4	4	3	2	4	3	5	25
40.	5	4	5	3	2	4	3	26
41.	4	4	4	4	3	3	4	26
42.	4	3	3	4	4	4	4	26
43.	4	3	4	3	3	4	3	24
44.	5	4	4	4	4	4	3	28
45.	4	3	4	4	4	4	4	27
46.	4	3	4	4	5	4	5	29
47.	4	3	3	3	4	3	4	24
48.	5	4	4	4	3	4	5	29
49.	5	4	4	4	3	3	4	27
50.	5	5	5	5	5	5	5	35
51.	4	3	3	4	4	4	4	26
52.	4	4	4	3	3	4	4	26
53.	4	4	4	4	3	4	4	27
54.	4	4	4	4	3	4	3	26
55.	4	3	4	2	2	4	3	22
56.	4	3	3	3	3	4	4	24
57.	4	3	4	2	4	4	2	23
58.	4	4	4	3	3	3	4	25
59.	4	4	3	4	4	4	4	27
60.	4	4	3	3	3	4	4	25
61.	4	3	3	2	2	4	3	21
62.	4	4	4	3	3	4	2	24
63.	4	4	3	3	4	4	4	26
64.	4	4	3	4	4	4	4	27
65.	4	4	4	3	4	4	3	26
66.	4	3	4	3	3	4	4	25
67.	4	4	3	4	4	4	4	27

**Lampiran 3** Jawaban Responden Terhadap Variabel X2

No	VARIABEL X2 PELAYANAN						TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1.	4	4	4	4	4	4	24
2.	5	5	5	4	4	4	27
3.	4	4	5	4	3	3	23
4.	4	4	4	4	4	3	23
5.	5	4	4	4	4	3	24
6.	4	4	4	4	3	3	22
7.	5	4	4	4	3	3	23
8.	5	5	4	4	3	3	24
9.	5	5	4	4	3	4	25
10.	5	4	4	5	4	4	26
11.	4	4	4	4	3	3	22
12.	5	4	4	5	4	3	25
13.	4	4	4	4	3	3	22
14.	5	5	4	4	3	4	25
15.	5	5	4	4	4	3	25
16.	5	4	3	4	3	4	23
17.	5	4	4	3	5	2	23
18.	2	3	1	3	3	3	15
19.	5	3	4	3	5	4	24
20.	5	5	4	4	3	3	24
21.	5	4	4	3	3	4	23
22.	4	4	4	4	3	3	22
23.	4	4	4	4	3	4	23
24.	5	4	4	4	3	3	23
25.	5	5	4	4	3	4	25
26.	5	4	5	3	4	5	26
27.	5	4	5	4	4	3	25
28.	4	3	4	4	3	3	21
29.	4	4	3	4	4	3	22
30.	4	5	4	3	4	5	25
31.	5	4	3	4	3	4	23
32.	5	4	4	4	3	3	23
33.	5	4	4	4	3	3	23
34.	5	4	4	4	3	3	23
35.	4	3	4	2	3	4	20
36.	3	4	3	2	4	5	21
37.	4	5	4	3	2	4	22
34.	5	4	3	4	3	2	21

39.	4	5	4	3	4	2	22
40.	2	3	4	3	5	4	21
41.	3	4	4	4	3	4	22
42.	3	3	3	4	3	4	20
43.	5	4	4	4	4	3	24
44.	5	4	4	4	4	3	24
45.	5	4	4	4	4	4	25
46.	5	5	4	3	5	4	26
47.	3	4	3	3	4	4	21
48.	4	3	3	4	3	4	21
49.	4	3	4	4	3	4	22
50.	5	4	5	5	5	5	29
51.	4	4	4	3	3	4	22
52.	5	4	4	4	4	3	24
53.	5	4	4	4	4	4	25
54.	4	4	4	4	4	3	23
55.	5	4	4	4	4	3	24
56.	5	4	4	4	4	3	24
s57.	4	4	2	4	4	4	22
58.	5	4	4	4	4	4	25
59.	5	4	4	4	4	3	24
60.	4	4	4	4	4	3	23
61.	4	4	4	4	4	3	23
62.	5	4	4	4	4	4	25
63.	5	4	4	4	4	3	24
64.	5	4	4	4	4	3	24
65.	5	4	5	4	4	4	26
66.	5	4	4	4	4	3	24
67.	5	4	4	4	4	3	24

**Lampiran 4** Jawaban Responden Terhadap Variabel Y

NO	VARIABEL Y MINAT PEDAGANG						TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1.	4	4	5	4	5	4	26
2.	5	5	5	5	5	4	29
3.	4	4	4	4	4	3	23
4.	4	4	4	4	4	4	24
5.	5	4	5	5	4	4	27
6.	4	4	5	4	4	4	25
7.	4	4	5	4	3	3	23
8.	4	4	5	4	4	4	25
9.	4	4	4	4	4	3	23
10.	4	4	4	4	4	3	23
11.	4	4	4	4	4	3	23
12.	5	4	4	5	4	3	25
13.	4	4	4	4	4	3	23
14.	4	4	4	4	4	3	23
15.	4	4	4	4	4	3	23
16.	4	3	4	4	3	2	20
17.	2	4	2	2	4	3	17
18.	3	3	2	3	3	2	16
19.	3	4	3	3	3	2	18
20.	4	3	5	4	5	4	25
21.	4	4	3	4	3	3	21
22.	3	4	4	3	4	3	21
23.	4	3	4	4	5	3	23
24.	3	4	3	3	4	3	20
25.	3	4	3	3	3	3	20
26.	3	3	5	3	3	4	21
27.	4	3	3	4	4	5	23
28.	4	3	3	4	3	3	20
29.	3	4	4	3	4	3	21
30.	5	5	4	5	4	5	28
31.	3	4	4	3	3	4	21
32.	3	4	4	3	4	3	21
33.	3	4	4	3	3	3	20
34.	3	4	3	3	4	3	20
35.	4	4	3	4	3	2	20
36.	3	5	4	3	4	2	21
37.	2	3	3	2	4	3	17

38.	2	4	3	2	4	3	18
39.	2	4	3	2	3	4	18
40.	5	4	3	5	4	3	24
41.	4	4	3	4	3	4	22
42.	3	4	3	3	3	4	20
43.	4	4	4	4	4	3	23
44.	4	4	4	4	4	3	23
45.	4	4	4	4	4	4	24
46.	5	5	2	5	3	5	25
47.	4	3	3	4	4	3	21
48.	4	3	3	4	4	3	21
49.	4	3	3	4	4	4	22
50.	4	4	4	4	5	4	25
51.	3	3	4	3	4	3	20
52.	4	4	4	4	4	3	23
53.	4	4	4	4	4	4	24
54.	4	4	4	4	4	3	23
55.	4	4	4	4	4	3	23
56.	4	4	4	4	4	3	23
57.	4	4	4	4	4	4	24
58.	4	4	4	4	4	3	23
59.	4	4	4	4	4	3	23
60.	4	4	4	4	4	3	23
61.	4	4	4	4	4	3	23
62.	4	4	4	4	4	3	23
63.	4	4	4	4	4	4	24
64.	4	4	4	4	4	3	23
65.	4	4	4	4	4	3	23
66.	4	4	4	4	4	3	23
67.	4	4	4	4	4	3	23

## RIWAYAT PENULIS



**ISNAINI**, Lahir di pandajaya, Provinsi Sulawesi Tengah, kabupaten Poso pada tanggal 10 Maret 1997. Anak Pertama dari dua bersaudara dari pasangan Ayahanda Riadin dan Ibunda Sumarti. Penulis juga telah menikah pada Juli 2018 dengan seorang pria bernama Abdul Rahman dan kini telah di anugrahi seorang putra yang diberi nama Muhammad Alfatih. Penulis merasa sangat bersyukur dengan memasuki dunia pendidikan pada tahun 2002 memasuki TK Dharma Wanita, dan lanjut pada tahun 2003 di Madrasah Ibtida'iyah Negeri (MIN) Mayoa dan lulus pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) Pamona selatan selama 3 tahun dan lulus pada tahun 2012. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah (MA) pamona selatan selama 3 tahun dan lulus pada tahun 2015, kemudian penulis melanjutkan pendidikannya ke bangku kuliah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo pada program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan pada akhir Studinya penulis menulis skripsi dengan judul “Pengaruh Pembiayaan dan Pelayanan pada Bank Syariah terhadap Minat Pedagang Menjadi Nasabah (Studi Pemilik Kios di Pasar Andi Tadda Palopo)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata satu (S1).

IAIN PALOPO