

**PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT NON-MUSLIM  
TERHADAP MINAT MINJADI NASABAH BANK  
SYARIAH DI KOTA LANGSA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh :**

**SAKBANUDDIN**

**NIM. 4012018098**

**Program Studi  
PERBANKAN SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA  
1442 H/2021 M**

## PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT NON MUSLIM TERHADAP  
MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA LANGSA**

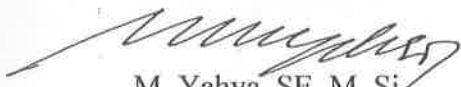
Oleh:

Sakbanuddin  
NIM. 4012016098

Dapat disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) Pada Program Studi perbankan Syariah

Langsa, 21 Januari 2021

Pembimbing I

  
M. Yahya, SE, M. Si  
NIDN. 2031126517

Pembimbing II

  
Faisal Umardani Hasibuan, M.M.  
NIDN. 2020058403

Mengetahui  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

  
Fakhrizal bin Mustafa, MA  
NIDN. 2018028502

## LEMBAR PENGESAHAN

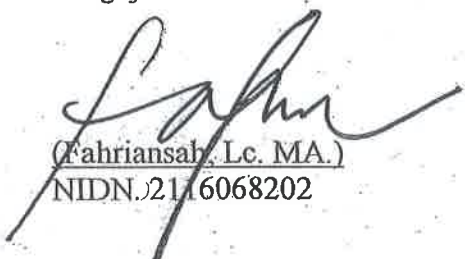
Skripsi berjudul “PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT NON-MUSLIM TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA LANGSA” an. Sakbanuddin, NIM 4012016098 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 19 Februari 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 19 Februari 2021

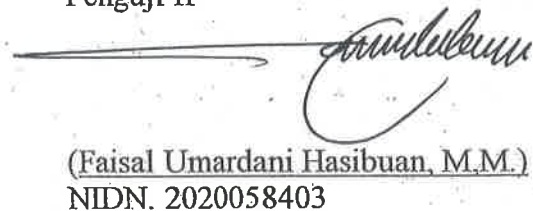
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Langsa

Penguji I

  
(Fahriansah, Lc. MA.)  
NIDN. 2116068202

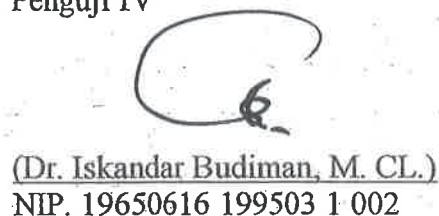
Penguji II

  
(Faisal Umardani Hasibuan, M.M.)  
NIDN. 2020058403

Penguji III

  
(Rifyal Dahlawy Chalil, M.Se.)  
NIDN. 1313088701

Penguji IV

  
(Dr. Iskandar Budiman, M. CL.)  
NIP. 19650616 199503 1 002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Langsa



Dr. Iskandar Budiman, M. CL.  
NIP. 19650616 199503 1 002

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Sakbanuddin

Nim : 4012016098

Tempat/tgl. Lahir : Besitang, 22 Desember 1997

Pekerjaan : Mahasiswa

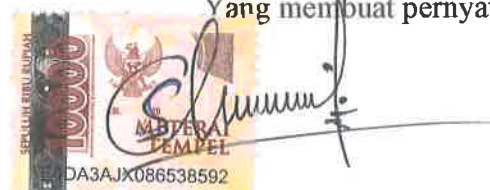
Alamat : Simpang Kampung Lama Kecamatan Besitang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT NON-MUSLIM TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA LANGSA”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 27 Januari 2021

Yang membuat pernyataan



**Sakbanuddin**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Siapa yang menginginkan dunia, maka dengan ilmu.  
Siapa yang menginginkan akhirat, maka dengan ilmu.  
Siapa yang menginginkan dunia dan akhirat, maka  
dengan ilmu”  
(Imam Syafi’i)**

**“Yakinkan dengan iman, usahakan dengan ilmu,  
sampaikan dengan amal, Yakin Usaha Sampai.”**

**Berbuat lah yang baik, meskipun terkadang tak di nilai  
baik.**

**Karya ini kupersembahkan untuk:**

- Ayah dan Bunda Tercinta
- Abangda Muhammad Syafi’I dan Muhammad Aji Ibrahim
- Kakakku Nurmala Sari
- Adikku Siti Jubaidah
- Teman Seperjuanganku “Keluarga Besar Unit dua 2016”
- Almamater Kebanggaanku

## ABSTRAK

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang saat ini sedang mengalami perkembangan dengan pesat di dunia keuangan, perkembangan bank syariah ini juga menjadi harapan bagi seluruh masyarakat kota langsa dikarenakan bank syariah merupakan lembaga keuangan yang prinsip di dalamnya menggunakan prinsip berdasarkan kesesuaian dengan prinsip syariah. Namun, meskipun saat ini masyarakat di kota langsa sudah menggunakan bank syariah ini sebagai alternatif mereka dalam hal transaksi keuangan, akan tetapi masih ada di kalangan masyarakat menganggap bank syariah ini merupakan lembaga keuangan yang hanya di khususkan untuk umat muslim saja. Tujuan penelitian ini adalah menguji dan menganalisis pengaruh persepsi masyarakat non-muslim terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di kota langsa, jenis penelitian ini adalah analisis deskriptif dan sifat penelitian ini adalah *explanatory research*. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* atau sampel acak atau seluruh dari jumlah populasi memiliki kesempatan untuk menjadi bagian dari sampelnya. Populasi dalam dipilih dalam penelitian ini adalah masyarakat non-muslim di kota langsa. Data penelitian di kumpulkan melalui kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Uji hipotesis menggunakan aplikasi spss 17.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variable kognitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, variable afektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dan variable konatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Simultan variable kognitif, afektif, dan konatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat non-muslim di Kota Langsa.

**Kata Kunci: Persepsi Kognitif, Afektif, Konatif dan Minat**

## **ABSTRACT**

Islamic Bank is a financial institution that is currently experiencing rapid development in the world of finance, the development of this Islamic bank is also a hope for all local people because Islamic banks are financial institutions whose principles use principles based on compliance with sharia principles. However, even though people in Langsa City are currently using this Islamic bank as their alternative in terms of financial transactions, there are still some people who think that this Islamic bank is a financial institution that is only specifically for Muslims. The purpose of this study is to examine and analyze the effect of perceptions of the non-Muslim community on the interest in becoming a customer of Islamic banks in Langsa City. This type of research is descriptive analysis and the nature of this research is explanatory research. This study uses probability sampling techniques or random samples or the entire population has the opportunity to be part of the sample. The population chosen in this study is the non-Muslim community in Langsa city. Research data were collected through a questionnaire. Data analysis using multiple linear regression. Hypothesis testing using the SPSS 17.0 application. The results showed that partially cognitive variables have a positive and significant effect on the interest in becoming a customer of Islamic banks, the affective variable has a positive and significant effect on the interest in becoming a customer of Islamic banks and the conative variable has a positive and significant effect on the interest in becoming a customer of Islamic banks. Simultaneous cognitive, affective, and conative variables have a positive and significant effect on the interest of the non-Muslim community in Langsa City.

**Key words: Cognitive, Affective, Conative and Interests Perception**

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan rasa syukur saya ucapkan dan hanya milik Allah SWT. Karena dengan rahmat dan karunia-NYA lah saya bisa menyelesaikan tugas proposal skripsi ini, serta shalawat dan salam kami minta kepada Allah SWT. semoga di hadiahkan kepada nabi junjungan kita Muhammad SAW. yang menjadi suri tauladan bagi kita semua. Semoga dengan selalu bershalawat kepadanya kita nanti mendapat syafaatnya di padang ma'syar kelak amin-amin YaRabbal'aalamian.

Dalam pembuatan skripsi ini, peneliti sangat berterima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan baik berupa moral, materiil maupun spiritual sehingga pembuatan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu perkenankan peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA. Selaku rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M.Cl. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Fakhrizal bin Muhammad, MASelaku ketua jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Muhammad Yahya, M.Si., MM. Selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan dalam penelitian skripsi ini.
5. Bapak Faisal Umardani Hasibuan, MM. Selaku sekaligus pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan sehingga skripsi ini terselesaikan.



6. Bapak Abdul Hamid, M.A. Selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan baik dalam perkuliahan sampai pada penyelesaian tugas akhir perkuliahan.
7. Bapak Kamaluddin dan Bunda Nur Cahaya sebagai orang tua tercinta yang selama ini terus memberikan dukungan kepada ananda sehingga karya ini terselesaikan dengan baik.
8. Adikku dan keluarga besarku yang telah memberikan dukungan dan semangat agar skripsi ini terselesaikan dengan baik.
9. Sahabat serta teman-teman seperjuangan di PBS angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, serta seluruh mahasiswa jurusan Perbankan Syariah, yang telah membantu dan memberikan semangat motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak terkait yang telah memberikan bantuan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penghargaan dan apresiasi layak diberikan kepada semua pihak yang telah membantu selama pembuatan berlangsung sehingga terealisasikanlah skripsi ini. Akhirnya peneliti menyerahkan diri kepada Allah SWT. seraya memohon taufik dan hidayah-Nya semoga karya ini bermanfaat bagi para pembaca.

Langsa, 21 Januari 2021

Peneliti

**Sakbanuddin**

NIM. 4012016098

## TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Nama                      |
|------------|------|--------------------|---------------------------|
| ا          | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan        |
| ب          | Ba   | B                  | Be                        |
| ت          | Ta   | T                  | Te                        |
| ث          | Sa   | Ṣ                  | Es (Dengan titik diatas)  |
| ج          | Jim  | J                  | Je                        |
| ح          | Ha   | Ḥ                  | Ha (Dengan titik dibawah) |
| خ          | Kha  | Kh                 | Ka dan Ha                 |
| د          | Dal  | D                  | De                        |
| ذ          | Zal  | Ḍ                  | Zet (Dengan titik diatas) |
| ر          | Ra   | R                  | Er                        |
| ز          | Zai  | Z                  | Zet                       |
| س          | Sin  | S                  | Es                        |
| ش          | Syin | Sy                 | Es dan Ye                 |
| ص          | Sad  | Ṣ                  | Es (Dengan titik dibawah) |
| ض          | Dad  | Ḍ                  | De (Dengan titik dibawah) |

|   |        |    |                            |
|---|--------|----|----------------------------|
| ط | Ta     | Ṭ  | Te                         |
| ظ | Za     | Ẓ | Zet (Dengan titik dibawah) |
| ع | ‘Ain   | ‘  | Koma terbalik (Diatas)     |
| غ | Gain   | G  | Ge                         |
| ف | Fa     | F  | Ef                         |
| ق | Qaf    | Q  | Ki                         |
| 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 | ‘  | Apostrop                   |
| ي | Ya     | Y  | Ye                         |

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

| Tanda | Nama   | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| ـَ    | Fathah | A           | A    |
| ـِ    | Kasrah | I           | I    |
| ـُ    | Dammah | U           | U    |

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf. Yaitu:

| Tanda | Nama           | Gabungan Huruf | Nama    |
|-------|----------------|----------------|---------|
| ـَي   | fathah dan ya  | Ai             | a dan i |
| ـُو   | fathah dan wau | Au             | a dan u |

Contoh:

Kataba = كَتَبَ

Fa'ala = فَعَلَ

Zakira = ذَكَرَ

Yazhabu = يَذْهَبُ

Suila = سُئِلَ

Kaifa = كَيْفَ

Haula = هَوْلَ

### 3. Maddah

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

| Harakat dan Harakat | Nama            | Huruf dan Tanda | Nama                |
|---------------------|-----------------|-----------------|---------------------|
| ـَا / ـَاي          | fathah dan alif | Ā               | A dan garis di atas |
| ـِي                 | kasrah dan ya   | Ī               | I dan garis di atas |
| ـُو                 | dammah dan wau  | Ū               | U dan garis di atas |

**Contoh:**

|        |   |         |
|--------|---|---------|
| Qāla   | = | قَالَ   |
| Ramā   | = | رَمَى   |
| Qīla   | = | قِيلَ   |
| Yaqūlu | = | يَقُولُ |

**4. Ta Marbutah**

Transliterasi ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah / t /

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah / h /

Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h)**.

Contoh:

|  |   |                             |
|--|---|-----------------------------|
| Rauḍah al-Aṭfal / Rauḍhatul aṭfal                  | = | رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ       |
| al-Madīnah al-Munawwarah / al-Madīnatul-Munawwarah | = | الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ |
| Talḥah   | = | طَلْحَةَ                    |

**5. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

|         |   |          |
|---------|---|----------|
| Rabbana | = | رَبَّنَا |
| Nazzala | = | نَزَّلَ  |

|         |   |          |
|---------|---|----------|
| al-Birr | = | الْبِرُّ |
| al-Hajj | = | الْحَجُّ |
| Nu'imma | = | نُعِمَّ  |

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf / ل / diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan didepan dn sesuai dengan bunyinya.

ar-Rajulu = الرَّجُلُ

as-Sayyidatu = السَّيِّدَةُ

asy-Syamsu = الشَّمْسُ

al-Qalamu = الْقَلَمُ

al-Badī'u = الْبَدِيعُ

al-Jalālu = الْجَلِيلُ

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah di transliterasikan dengan apostrop. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Ta'khuzūna = تَأْخُذُونَ

an-Nau' = النَّوْأُ

Syai'un = شَيْءٌ

|        |   |          |
|--------|---|----------|
| Inna   | = | إِنَّ    |
| Umirtu | = | أُمِرْتُ |
| Akala  | = | أَكَلَ   |

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *harf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan sehingga dalam transliterasi, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

|                                    |   |   |
|------------------------------------|---|---|
| Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn | = | وَإِنَّ اللَّهَ لَهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ |
| Fa aful- kaila wa-mīzān            | = | فَأَوْفَالِكَيْلٍ وَمِيزَانَ              |
| Ibrāhīmul- Khalil                  | = | إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ                   |
| Bismillāhi majrehā wa mursāhā      | = | بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهُ وَمُرْسَاهَا     |

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama dari itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetep huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

|                                |   |                                       |
|--------------------------------|---|---------------------------------------|
| Wa mā Muhammadun illa rasūl    | = | وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ        |
| Alhamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn | = | الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ |

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

Lillāhil-amru jamī'an = لِلْهَالِأْمُرُ جَمِيعًا

Wallāahu bikulli syaiin 'alīm = وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



## DAFTAR ISI

|                             |             |
|-----------------------------|-------------|
| <b>PERSETUJUAN .....</b>    | <b>i</b>    |
| <b>ABSTRAKSI .....</b>      | <b>ii</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | <b>iv</b>   |
| <b>TRANSLITERASI.....</b>   | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>     | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | <b>xv</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b>xvi</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b> | <b>xvii</b> |

## BAB I PENDAHULUAN

|  |    |
|--|----|
| 1.1. Latar Belakang.....               | 1  |
| 1.2. Identifikasi Masalah.....         | 10 |
| 1.3. Batasan Masalah .....             | 11 |
| 1.4. Rumusan Masalah.....              | 11 |
| 1.5. Tujuan danManfaatPenelitian ..... | 12 |
| 1.6. PenjelasanIstilah .....           | 14 |
| 1.7. Sistematika Penulisan .....       | 15 |

## BAB II LANDASAN TEORI

|  |    |
|--|----|
| 2.1. Bank Syariah.....                   | 16 |
| 2.2. Persepsi .....                      | 17 |
| 2.3. PersepsiKognitif.....               | 20 |
| 2.4. PersepsiAfektif.....                | 21 |
| 2.5. PersepsiKonatif .....               | 23 |
| 2.6. Minat.....                          | 24 |
| 2.7. Nasabah Bank Syariah .....          | 25 |
| 2.8. Hasil Penelitian yang Relevan ..... | 29 |
| 2.9. Kerangka Pemikiran .....            | 32 |
| 2.10.Hipotesis .....                     | 33 |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|  |    |
|--|----|
| 3.1. Jenis dan Sifat Penelitian.....             | 35 |
| 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....            | 35 |
| 3.3. Populasi dan Sampel.....                    | 36 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data .....               | 38 |
| 3.5. Jenis dan Sumber Data .....                 | 40 |
| 3.6. Identifikasi dan Operasional Variabel ..... | 41 |
| 3.7. Uji Validitas dan Reabilitas.....           | 43 |
| 3.8. Model Analisa Data.....                     | 44 |
| 3.9. Uji Asumsi Klasik .....                     | 45 |
| 3.10. Uji Hipotesis .....                        | 49 |

### **BAB IV TEMUAN PENELITIAN**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 4.1. Gambaran Umum Responden.....   | 50 |
| 4.2. Uji Persyaratan Analisis ..... | 51 |
| 4.3. Model Analisa data.....        | 55 |
| 4.4. Uji Asumsi Klasik .....        | 58 |
| 4.5. Uji Hipotesis.....             | 64 |

### **BAB V PENUTUP**

|                      |    |
|----------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan..... | 68 |
| 5.2. Saran.....      | 70 |

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> | <b>71</b> |
|----------------------------|-----------|

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| 1. Hasil Penelitian yang Relevan .....              | 26 |
| 2. Populasi .....                                   | 35 |
| 3. Skor Jawaban Responden .....                     | 39 |
| 4. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 49 |
| 5. Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....          | 50 |
| 6. Uji Validitas .....                              | 52 |
| 7. Uji Reliabilitas .....                           | 53 |
| 8. Uji Deskriptif Statistik .....                   | 54 |
| 9. Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....       | 56 |
| 10. Uji Linearitas .....                            | 59 |
| 11. Uji Multikolinearitas .....                     | 60 |
| 12. Uji Heterokedastisitas .....                    | 61 |
| 13. Uji Autokorelasi .....                          | 62 |
| 14. Uji t Kognitif .....                            | 63 |
| 15. Uji t Afektif .....                             | 64 |
| 16. Uji t Konatif .....                             | 64 |
| 17. Uji F .....                                     | 65 |
| 18. Koefisien Determinasi .....                     | 66 |

**TABEL GAMBAR**

UjiNormalitas.....58

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |    |
|---|----|
| 1. Kuesioner Penelitian .....             | 74 |
| 2. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner ..... | 76 |
| 3. Tabulasi Data Mentah .....             | 79 |
| 4. Uji validitas dan Reliabilitas .....   | 89 |
| 5. Uji Asumsi Klasik .....                | 94 |
| 6. Uji Hipotesis .....                    | 98 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Bank syariah sudah menjadi pusat ilmu yang di gunakan secara global yang selalu di pakai untuk mengantisipasi transaksi-transaksi terlarang oleh setiap pakar ekonom Islam. Hal itu terjadi di karenakan Bank syariah ini menggunakan produk-produk dan jasa keuangan yang harus sesuai dengan syari'at yang ada dalam Islam itu sendiri. produk-produk dan jasa keuangan itu adalah suatu hal yang sangat di butuhkan dan di nanti-nantikan oleh masyarakat khususnya bagi para pemeluk agama Islam. Selain dari transaksi-transaksi yang terbebas dari riba, Bank Syariah ini juga dapat memberikan keuntungan bagi para konsumen nya meskipun mereka yang bukan dari pemeluk agama Islam contohnya seperti bagi para nasabah yang meminjam dana terhadap Bank syariah, maka ia terbebas dari bunga (*interest*) yang pasti nya hal itu akan memberatkan mereka yang membutuhkan dana.<sup>1</sup>

Pada dasarnya, bentuk-bentuk transaksi yang saat ini sudah di kembangkan oleh manusia sekarang di dunia modern itu sudah ada di Jazirah Arab dari sebelum Islam itu muncul. Seperti halnya dalam bentuk transaksi Al-Musyarakah (*joint Venture*), Al-Ijarah (*leasing*), At-Takaful (*Insurance*), Al-Bai'u Bithaman Ajil (*Instalmant-sale*). Bentuk transaksi-transaksi seperti itu sangat mudah berkembang di sana di karenakan tempat nya yang sangat strategis sekali untuk di jadikan sebagai pusat perdagangan pada masa itu. Sehingga beberapa tempat di

---

<sup>1</sup> Prof Dr. H. Veithzal Rifai dan Ir. H. Arviyan, *ISLAMIC BANKING sebuah teori, konsep dan aplikasi*(Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 1

Jazirah Arab seperti Mekkah, Jeddah dan Madinah menjadi pusat untuk melakukan perdagangan.

Selain itu, kemungkinan besar Jazirah Arab yang tempatnya terletak antara Afrika-Eropa telah terpengaruh oleh bentuk transaksi-transaksi ekonomi Mesir Purba, Romawi dan Yunani Kuno sekitar 2.500 tahun pada saat sebelum Masehi telah mengenal sistem perbankan. Begitu pula dengan Babilonia yang di mana pada saat ini telah menjadi wilayah Irak juga sudah mengenal yang namanya sistem perbankan sekitar 2.000 tahun sebelum Masehi. Maka dari itu jika Islam ini melarang yang namanya praktek riba pada 2.633 tahun sesudahnya ( sekitar tahun 633 Masehi ), maka dapat di nyatakan bahwasanya Islam ini melarang praktek riba bukan hanya di tujukan kepada seorang mukallaf saja melainkan juga di tujukan pada lembaga-lembaga nya juga. Selain itu, larangan transaksi riba bukan hanya menjadi transaksi yang di larang dalam Islam saja melainkan agama lain juga melarangnya seperti halnya agama kristen. Contoh nya ialah dalam perjanjian lama Kitab Exodus ( keluaran ) Pasal 22 ayat 25 yang di nyatakan, ” jika kau memberikan uang pinjaman kepada orang lain, maka jangan engkau berlaku sebagai seorang penagih utang terhadap dia, dan janganlah kau bebankan orang tersebut dengan beban.<sup>2</sup>

Pada saat ini, bank syari'ah sudah sangat berkembang dan sudah menjadi tren yang sangat di butuhkan terutama di dalam dunia keuangan. Bank syariah ialah Bank yang prinsip nya berdasarkan dari hukum yang terdapat dalam Islam. Dengan kata lain, setiap transaksi yang terjadi dalam Bank Syariah itu pasti akan

---

<sup>2</sup> Warkup Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lambaga-Lembaga terkait (PT Raja Grafindo Persada tahun 2004) h. 5-6*

di tela'ah terlebih dahulu dengan kesesuaiannya terhadap hukum-hukum yang ada di dalam Islam. Jika telah dinyatakan bahwa itu terbebas dari hukum-hukum yang dilarang dalam Islam dan sudah disesuaikan dengan fatwa-fatwa ulama atau pun baru saja di fatwa kan oleh ulama itu boleh, maka transaksi itu akan di jadikan sebagai produk dalam Bank Syariah itu sendiri.

Munculnya Bank Syari'ah di tengah-tengah kemajuannya bank konvensional adalah untuk memberikan perbankan alternatif kepada masyarakat yang hingga saat ini masih banyak sekali pihak masyarakat yang membutuhkannya terutama bagi mereka yang sedang memeluk agama Islam. Mereka tersebut sangat membutuhkan produk-produk dan jasa keuangan di perbankan syariah ini di sebabkan setiap transaksi yang di lakukan oleh para nasabah itu dapat membuat mereka merasa nyaman karena mereka merasa telah terbebas dari hukum-hukum yang sangat mereka khawatirkan apabila mereka menjadi nasabah dari perbankan konvensional seperti hukum memakan riba sebagaimana ALLAH SWT berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Yang artinya : padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba ( Q.S Al-Baqarah : 275 ).<sup>3</sup>

Para ekonom muslim telah mengemukakan bahwasanya ada dua hal yang melatarbelakangi hadirnya Bank Syari'ah ini di tengah-tengah masyarakat Indonesia. Pertama, ingin menghindari masyarakat Indonesia terkhususnya masyarakat muslim dari adanya pandangan bunga ( *Interest* ) dari bank-bank

---

<sup>3</sup>Q.S. Al-Baqarah (2):275.



konvensional yang hukum nya haram di sebabkan termasuk di dalam larangan agama yaitu larangan memakan riba. Bahkan larangan riba ini bukan hanya dari agama Islam saja melainkan dari agama samawi lain nya juga melarangnya seperti agama kristen. Kedua, dari aspek ekonomi nya di nilai bahwasanya perbankan konvensional melanggar norma keadilan apabila risiko yang ada di dalam sebuah usaha itu hanya di bebankan oleh satu pihak saja yang sedangkan yang bekerjasama itu lebih dari satu pihak dan ini di anggap sebagai mementingkan diri sendiri. Bank konvensional ini bisa membuat segelintir orang-orang yang memiliki kapital besar melakukan yang namanya penumpukan kekayaan.<sup>4</sup>

Pada saat ini perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang cukup pesat dan menyebar ke banyak negara, bahkan ke negara-negara Barat. *The Islamic Bank International of Denmark* tercatat sebagai Bank Syariah pertama yang beroperasi di Eropa, yakni pada tahun 1983 di Denmark. Bank-bank besar dari negara-negara Barat seperti Citibank, ANZ Bank, Chase Manhattan Bank dan Jardine Fleming pula telah membuka Islamic window, agar dapat memberikan jasa-jasa perbankan yang sesuai dengan syariat Islam.<sup>5</sup>

Di Indonesia, Bank Syariah yang pertama didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat. Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara Muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang. Bila pada tahun 1992-1998 hanya ada satu unit bank syariah di Indonesia, maka pada 1999 jumlahnya bertambah menjadi tiga

---

<sup>4</sup> Warkup Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga terkait (PT Raja Grafindo Persada tahun 2004)*, Op.Cit., 12

<sup>5</sup> Mr. Erik Trolle-Schultz, *How the First Islamic Bank was Established in Europe*, dalam *Islamic Banking and Finance*, Butterworths Editorial Staff, London, 1986. h. 43-52.

unit. Pada tahun 2000, Bank Syariah maupun bank konvensional yang membuka unit usaha syariah telah meningkat menjadi 6 unit. Sedangkan jumlah BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah) sudah mencapai 86 unit dan masih akan bertambah. Di tahun-tahun mendatang, jumlah Bank Syariah ini akan terus meningkat seiring dengan masuknya pemain-pemain baru, bertambahnya jumlah kantor cabang bank syariah yang sudah ada, maupun dengan dibukanya Islamic window atau unit usaha syariah di bank-bank konvensional.<sup>6</sup>

Jaringan dan kantor cabang Bank Syariah di Indonesia masih jauh dari jumlah jaringan dan kantor cabang yang dimiliki bank konvensional. Tersedianya fasilitas untuk dapat melayani nasabah yang akan bertransaksi dengan Bank Syariah masih sangat minim. Perkembangan perbankan syariah ini dibandingkan dengan total jumlah perbankan konvensional secara keseluruhan relatif masih sangat kecil. Jaringan kantor yang sangat kecil tersebut merupakan salah satu kendala utama dalam pengembangan perbankan syariah.<sup>7</sup> Minimnya jumlah Bank Syariah ini sendiri juga pasti memberikan dampak yang buruk bagi masyarakat umum. Baik di bidang ekonomi maupun di bidang sosial masyarakat membutuhkan perbankan syariah itu, apabila tidak ada perbankan syariah di suatu tempat, maka tidak menutup kemungkinan bahwa seluruh masyarakat di tempat itu tidak akan mengetahui apa itu perbankan syariah secara kaffah yang demikian itu pasti merugikan dari pihak perbankan syariah karena dengan itu minat masyarakat tersebut terhadap perbankan syariah juga sulit untuk muncul.

---

<sup>6</sup> Abdul Muhith. "Sejarah Perbankan Syariah" dalam jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan Volume 01, Nomor 02, September 2012, h. 77

<sup>7</sup> Siti Yunitarini, "Prospek dan kendala Bank Syariah di Ero Global, <http://www.media.neliti.com>. Diunduh tanggal 20 Februari 2021

Provinsi Aceh adalah salah satu provinsi bagian dari Negara Kesatuan Republik Indonesia yang memiliki arti penting bagi keutuhan Indonesia. Aceh memiliki keistimewaan dalam bidang agama, selain memang merupakan daerah pertama datang nya Islam ke Indonesia, juga merupakan salah satu pusat perkembangan peradaban Islam di Asia Tenggara.<sup>8</sup> Kebiasaan masyarakat Provinsi ini juga di akui akan ke-Islamannya. Di dalam povinsi ini terdapat banyak Bank Syariah yang terus berkembang dari tahun ke tahun yang membuat masyarakat Aceh semakin kuat untuk menjaga diri nya dari setiap transaksi-transaksi yang di larang. Masyarakat Aceh adalah masyarakat yang bermayoritas muslim namun jumlah orang-orang yang beragama non-muslim juga ada yang tinggal di Provinsi Aceh.<sup>9</sup> Hal itu tidak menutup kemungkinan bagi mereka yang beragama non-muslim untuk mengetahui tentang setiap produk-produk perbankan syariah itu dari pada perbankan konvensional dan mudah nya mereka untuk mendengar langsung tentang produk-produk tersebut.

Saat ini, layanan dan kualitas Bank Syariah yang dapat di rasakan oleh masyarakat sangat lah membantu dalam keberhasilan Bank Syariah dalam mengembangkan sistem-sistem nya yang sangat membantu masyarakat serta dari pihak bank itu sendiri. Untuk menjaga kestabilan dalam perkembangan itu Bank Syariah harus mampu untuk menjadikan lembaga nya sebagai lembaga yang mampu memenuhi kebutuhan dalam hal ekonomi bagi seluruh masyarakat agar masyarakat tetap dapat merasakan kenyamanannya. Aspek-aspek selera, sikap serta perilaku dari pihak Bank Syariah merupakan faktor psikologi yang sangat

---

<sup>8</sup>Marzuki Abubakar, ''*Syariat Islam Diaceh: Sebuah Model Kerukunan Dan Kebebasan Beragama*'' , media syariah, Vol.XIII No. 1 Januari-Juni 2011 h. 1.

<sup>9</sup> Data Konsolidasi Bersih (DKB) Semester I Tahun 2020 Provinsi Aceh

penting dalam menentukan minat dan tidaknya para calon nasabah. Namun, faktor lokasi, pelayanan, pendapatan serta promosi juga sangat berperan untuk menjaga loyalitas Bank Syariah itu sendiri. Oleh sebab itu, Bank Syariah harus bisa untuk menyeimbangkan antara mekanisme yang ada di dalam dan juga kesesuaian dengan calon nasabah dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka.<sup>10</sup>

Jumlah masyarakat Kota Langsa pada tahun 2020 mencapai 186.827 jiwa, sedangkan jumlah penduduk menurut agama dan kepercayaan, masyarakat muslim adalah 185.362 jiwa, dan sisanya adalah masyarakat non muslim diantaranya 731 jiwa beragama Kristen, selanjutnya 52 beragama Khatolik, selanjutnya 15 jiwa penduduknya beragama Hindu, 659 jiwa penduduknya beragama Buddha, dan 8 jiwa beragama lainnya.<sup>11</sup>

Persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk di ketahui oleh pihak Bank Syariah, meskipun pada dasarnya masyarakat muslim memiliki pangsa pasar yang sangat banyak, akan tetapi, jika hanya sebatas itu saja tidaklah pantas di sebabkan Bank Syariah merupakan lembaga di buat bersifat universal atau menyeluruh pada setiap kalangan yang ada di Indonesia. Maka dari itu di rasa sangat lah perlu untuk espansi ke masyarakat non-muslim juga demi menjaga eksistensi dari lembaga Bank Syariah itu sendiri.

Secara karakteristik budaya Non-Muslim yang kurang bisa bekerjasama, dan jiwa kapitalisme yang lazim melekat pada kalangan Non-Muslim, sewajarnya

---

<sup>10</sup> Nur Rifai, "persepsi masyarakat non muslim terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di surakarta" (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017) h. 21

<sup>11</sup>Badan Pusat Statistika Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka 2020*, h. 209

menjadikan Bank Konvensional yang memiliki sistem kapitalis sebagai sarana investasi yang menjanjikan. Namun kenyataannya, sebagian besar nasabah non-muslim juga tertarik untuk menyimpan dananya di perbankan Syari'ah.<sup>12</sup>

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti sebanyak 5 kali terhadap beberapa masyarakat non-muslim di Kota Langsa, dapat di simpulkan bahwasanya mereka mengetahui Bank Syariah yang ada di Kota Langsa dengan adanya qanun Aceh yang akan mensyariahkan seluruh lembaga keuangan yang terdapat di Aceh. Akan tetapi, secara produk mereka masih belum mengetahui dengan pasti tentang produk dari perbankan syariah. Namun di balik itu semua mereka juga berpendapat Bank Syariah itu merupakan lembaga keuangan yang di dirikan hanya untuk para pemeluk Islam saja meskipun ada sebagian dari mereka juga sudah ada yang menjadi nasabah Bank Syariah.<sup>13</sup> Pemahaman masyarakat yang sangat minim ini mempengaruhi tingkat pertumbuhan Bank Syariah dalam mencapai kesuksesannya untuk memperbaiki transaksi perekonomian negara. Padahal tidak dapat di pungkiri bahwasanya masyarakat non-muslim di Kota Langsa juga layak untuk di jadikan sebagai market perbankan syariah. Bank Syariah itu sendiri merupakan lembaga yang fungsinya adalah untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat secara umum tanpa ada pengecualian yang menjelaskan Bank Syariah itu di peruntukkan kepada umat Islam secara khusus. Pelayanan Bank Syariah kepada masyarakat tidak menjelaskan perbedaan transaksi yang dilakukan kepada umat muslim maupun

---

<sup>12</sup>Machmudah, "Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank SYariah " (Skripsi, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2009) h. 7

<sup>13</sup>wawancara dengan Johannes Sidebang, Laras dkk, tanggal 21 juli 2019 di ceklie Cafe

non-muslim dan tidak ada anjuran yang dilakukan oleh Bank Syariah kepada umat non-muslim untuk menjadi umat muslim terlebih dahulu jika ingin menjadi nasabah Bank Syariah.

Sistem kapitalis merupakan sistem yang telah membuat masyarakat merasa sangat jenuh dalam melakukan transaksi mengenai hal ekonomi. Sistem yang sudah sejak lama berjalan itu terlalu mengutamakan kekayaan pada satu belah pihak saja yang dapat menyebabkan kesengsaraan bagi pihak yang lain. Maka dari itu sebagian masyarakat sudah banyak yang menjadikan Bank Syariah sebagai alat transaksi ekonomi dan telah dianggap sebagai alat alternatif bagi masyarakat itu sendiri.

Dalam Bank Syariah terdapat sistem bagi hasil yang merupakan salah satu sistem terpenting yang sudah sejak lama berjalan di negara-negara Eropa, terutama Inggris. Maka dari itu, pandangan yang beranggapan bahwa bank konvensional itu selalu menguntungkan dan bank syariah itu merupakan banknya orang Islam itu saja dapat dipastikan salah.<sup>14</sup>

Dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk mencoba meneliti pengaruh persepsi masyarakat non-muslim Kota Langsa terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah yang akan dijelaskan pada karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT NON-MUSLIM TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA LANGSA ”**

---

<sup>14</sup>Widyasari Putri Arum, “Analisis Pengaruh Aspek Pengetahuan, Aspek Ekonomi, Aspek Pelayanan dan Aspek Demografi Terhadap Keputusan PNS Menabung di Bank Syariah di Surakarta” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syarif Hidayatullah, 2014)

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian diatas identifikasi masalah yang dapat di terapkan adalah:

1. Paradigma fanatisme agama masih sangat lazim melakat pada diri masyarakat non-muslim, sehingga belum dapat di analisa apakah masyarakat non-muslim Kota Langsa memiliki atau tidak memiliki minat untuk menjadi nasabah Bank Syariah yang ada di Kota Langsa.
2. Dalam persepsi kognitif masyarakat non-muslim terhadap perbankan syariah di Kota Langsa masih belum dapat di ukur, sehingga tidak di ketahui apakah persepsi kognitif berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah yang ada di Kota Langsa.
3. Dalam persepsi afektif masyarakat non-muslim terhadap perbankan syariah di Kota Langsa masih belum dapat di ukur, sehingga tidak di ketahui apakah persepsi afektif berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah yang ada di Kota Langsa.
4. Dalam persepsi konatif masyarakat non-muslim terhadap perbankan syariah di Kota Langsa masih belum dapat di ukur, sehingga tidak di ketahui apakah persepsi konatif berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah yang ada di Kota Langsa.

## **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Hanya empat variabel yang di gunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel kognitif, afektif dan konatif

2. Keterbatasan pada subjek yang akan di teliti yaitu hanya masyarakat Buddha, Kristen Protestan dan Khatolik yang terdapat di Kota Langsa.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang dapat diambil berdasarkan latar belakang tersebut ialah:

1. Bagaimana pengaruh persepsi kognitif masyarakat non-muslim Kota Langsa terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah?
2. Bagaimana pengaruh persepsi afektif masyarakat non-muslim Kota Langsa terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah?
3. Bagaimana pengaruh persepsi konatif masyarakat non-muslim Kota Langsa terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kognitif, afektif dan konatif masyarakat non-muslim Kota Langsa terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah?

#### **1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang di teliti ini yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh persepsi kognitif masyarakat non-muslim Kota Langsa terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.
2. Untuk menguji pengaruh persepsi afektif masyarakat non-muslim Kota Langsa terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.
3. Untuk menguji pengaruh persepsi konatif masyarakat non-muslim Kota Langsa terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.



4. Untuk menguji pengaruh persepsi kognitif, afektif dan konatif masyarakat non-muslim Kota Langsa terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

### **1.5.2. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Peneliti sangat berharap akan penelitian ini dapat menambah wawasan bagi penulis di bidang minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah Bank Syariah dan dapat memberikan relasi yang lebih baik lagi dengan pihak responden maupun pihak dosen IAIN Langsa.

2. Bagi akademisi

- a. Penelitian ini diharapkan menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pemahaman tentang persepsi masyarakat non-muslim terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Langsa.
- b. Sebagai salah satu sumber referensi bagi kepentingan keilmuan dalam mengatasi masalah yang sama yang terkait dengan masalah di masa mendatang terutama di bidang perbankan.

3. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi tentang persepsi masyarakat non-muslim Kota Langsa terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Langsa.

4. Bagi Perbankan

Sebagai informasi untuk mengetahui persepsi masyarakat non-muslim terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Langsa, dan juga dapat di

jadikan sebagai tolak ukur pihak Bank dalam rangka mengetahui apa saja yang melatarbelakangi masyarakat non-muslim berminat menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Langsa.

### **1.6. Penjelasan Istilah**

Penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang di gunakan dalam skripsi ini agar tidak terdapat perbedaan penafsiran atau perbedaan dalam menginterpretasikan, serta memberikan arah dan tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini. Penegasan dalam istilah-istilah ini adalah sebagai berikut:

a. Kognitif

Kognitif adalah komponen yang menjelaskan tentang pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap suatu objek yang dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam menanggapi suatu objek tersebut.

b. Afektif

Afektif adalah komponen yang menjelaskan tentang perasaan seseorang terhadap suatu objek yang telah di ketahuinya, rasa ini menghasilkan pada dua hal yaitu pandangan positif dan negatif seseorang pada suatu objek tersebut.

c. Konatif

Konatif adalah komponen yang menjelaskan pada pencerminan perilaku seseorang terhadap suatu objek setelah orang tersebut mengetahui dan meresponnya dengan memberikan rasa positif atau negatif terhadap suatu objek tersebut.

d. Minat

Minat adalah sesuatu yang berasal dari jiwa seseorang yang bercampur dari keinginan, pendirian, perasaan, rasa takut dan penilaian yang menunjukkan suatu pilihan yang akan dipilihnya.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Agar pembahasan penelitian ini sesuai dengan tujuannya, maka penulisan penelitian ini terbagi dalam tiga bab garis besar isi sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan penelitian.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai landasan teori yang berkaitan dengan topik dan penelitian ini yaitu Teori Tentang Minat, Teori Persepsi, Nasabah Bank Syariah, Hasil Penelitian Yang Relevan, Kerangka Pemikiran Hipotesis.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang Waktu Dan Tempat Penelitian, Jenis Penelitian., Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Variable Penelitian, Defenisi Operasional Variable, Teknik Analisis data, Analisis Regresi Linier Berganda.

#### **BAB IV TEMUAN PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum responden, Uji Persyaratan Analisis, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis

## BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari masing-masing hasil analisis penelitian dan saran-saran yang dapat di berikan penulis kepada masyarakat ataupun pembaca.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Bank Syariah**

##### **2.1.1. Pengertian Bank Syariah**

Bank adalah suatu lembaga keuangan yang sangat berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan dalam sebuah negara maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Bank merupakan lembaga yang berfungsi sebagai penghimpun dan penyalur dana kepada masyarakat dalam rangka pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 10 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang di maksud dengan perbankan adalah sebuah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan hidup rakyat banyak.<sup>15</sup>

Bank Syariah adalah lembaga keuangan dengan sistem perbankan yang menganut prinsip-prinsip dalam Islam. Bank syariah merupakan bank yang sangat di harapkan oleh seluruh masyarakat terkhususnya bagi para umat Islam. Selanjutnya beberapa para ahli memberikan pendapatnya mengenai pengertian Bank Syariah sebagai berikut:<sup>16</sup>

- a. Menurut Sudarsono: Bank Syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran

---

<sup>15</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), h. 24

<sup>16</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Penerbit Rencana Prenada Media Group, 2013),h.7

dan juga peredaran uang yang dalam kegiatannya menggunakan prinsip-prinsip yang ada dalam Islam.

- b. Menurut Prawatatmadja: Bank Syariah ialah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam, dan tata caranya berdasarkan pada apa yang telah tertera dalam Al-quran dan Hadits.
- c. Menurut Schaik: Bank Syariah adalah suatu bank modern yang di bentuk berdasarkan prinsip-prinsip Islam, yang telah di kembangkan pada abad pertengahan dengan konsep bagi resiko sebagai hal utama dan tidak membuat sebuah perjanjian pasti untung dalam transaksi yang terjadi di dalamnya.

## **2.2. Persepsi**

### **2.2.1. Pengertian Persepsi Konsumen**

Menurut Kotler yang di kutib oleh Anggy Januar Qodaryadi dalam skripsi nya bahwa: persepsi adalah proses memilih, menata, menafsirkan stimuli yang dilakukan seseorang agar mempunyai arti tertentu. Stimuli adalah rangsangan fisik, visual dan komunikasi verbal dan non verbal yang dapat memengaruhi respon seseorang.<sup>17</sup>

Menurut Pride dan Ferrel dalam Fadila yang di kutib oleh Gloria J.M Sianipar dalam jurnalnya bahwa: persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian masukan informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasaan, pendengaran, penciuman dan sentuhan, untuk menghasilkan makna.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Anggy Januar Qodaryadi, "Persepsi Konsumen Tentang Citra Merek, Atribut Produk Dan Harga Serta Pengaruhnya Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Smartphone" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013) h. 18

<sup>18</sup> Gloria J.M Sianipar. "Consumer perception Onserviceof Grab Car In Medan" dalam jurnal Ilmiah Simantek, vol. 4 No. 2, Mei 2020, h 2.

### 2.2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu objek yang telah di kemukakan oleh Miftah Toha yaitu:<sup>19</sup>

- a. Faktor Internal : faktor ini menjelaskan minat dan kebutuhan seseorang, keadaan fisik, prasangka. Sikap dan kepribadian seseorang, harapan atau keinginan, perhatian, proses belajar dan nilai terhadap suatu objek.
- b. Faktor eksternal : faktor ini menjelaskan ukuran suatu objek, intensitas, informasi yang di peroleh, latar belakang keluarga, kebutuhan sekitar dan pengetahuan seseorang, serta hal-hal baru maupun yang telah familiar atau telah tidak asing lagi terhadap suatu objek.

### 2.2.3. Proses Terbentuknya Persepsi

Suwarnitah mengemukakan bahwasanya persepsi itu dapat terbentuk dari beberapa faktor yaitu:<sup>20</sup>

- a. Stimulus : persepsi terjadi karena diawali dengan seseorang yang berhadapan dengan rangsangan/stimulus yang terjadi di sekitar seseorang tersebut.
- b. Registrasi : pada saat proses registrasi, gejala yang terlihat merupakan mekanisme fisik sebagai pengindraan dan ketentuan seseorang untuk mempengaruhi persepsi melalui alat indranya. Dengan cara mengetahui informasi yang terjadi maka orang tersebut dapat memberikan informasi tersebut kepada dirinya untuk membentuk persepsi.

---

<sup>19</sup> Miftah Toha. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. (Jakarta: Ghalia Noeng, 2003)

<sup>20</sup> Handayani, "Persepsi Masyarakat Terhadap Sosialisasi pencalonan"(skripsi fakultas syariah UGM Yogyakarta, 2013)

- c. *Interpretasi* : faktor ini menyatakan suatu aspek pengetahuan seseorang merupakan sesuatu yang sangat penting untuk menjelaskan informasi yang masuk kepada rangsangan yang di terimanya. Faktor ini tergantung pada cara seseorang mendalami sesuatu atau memotivasikan diri pada sesuatu serta kepriadian seseorang.
- d. Umpan balik : faktor ini menjelaskan tentang lanjutan-lanjutan dari faktor sebelumnya dan merupakan proses terakhir dalam menyimpulkan sesuatu yang masuk ke dalam pikiran seseorang dan dapat memunculkan reaksi seseorang tersebut pada apa telah di terima oleh akalnya yang reaksi tersebut bisa berakibat positif dan negatif.

### **2.3. Persepsi Kognitif**

#### **2.3.1. Pengertian Persepsi Kognitif**

Beberapa para ahli telah menjelaskan mengenai pengertian persepsi kognitif sebagai berikut:

1. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sumarwan yang di kutib oleh Endi Sarwoko dalam jurnal bahwa kognitif adalah komponen yang menggambarkan pengetahuan dan persepsi terhadap suatu objek sikap. Pengetahuan dan persepsi tersebut diperoleh melalui pengalaman langsung dari objek sikap tersebut dan informasi dari berbagai sumber lainnya. Pengetahuan dan persepsi tersebut biasanya berbentuk kepercayaan (beliefs) artinya konsumen mempercayai bahwa suatu objek sikap memiliki atribut dan perilaku yang spesifik dan akan mengarahkan pada hasil yang spesifik.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Endi Sarwoko. ” Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Berkaitan dengan Penerapan Program CSR” dalam *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Volume 3 No. 2, Juni 2007, h 2.



2. Menurut Hawkins dan Mothersbaugh yang dikutip oleh Elvi Anggraeni Tjandra & Siska Rosiani Tjandra dalam jurnalnya bahwa Komponen kognitif adalah komponen terdiri dari kepercayaan konsumen terhadap suatu objek.<sup>22</sup>

### **2.3.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kognitif**

Menurut Robbins dan Coulter yang dikutip oleh Elvi Anggraeni Tjandra & Siska Rosiani Tjandra dalam jurnalnya bahwa faktor persepsi adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>

1. Faktor informasi
2. Faktor pengetahuan
3. Faktor pendapat
4. Faktor keyakinan

### **2.3.3. Indikator Persepsi Kognitif**

Dalam persepsi ini terdapat beberapa indikator yaitu:<sup>24</sup>

- a. Pengetahuan, yaitu dapat menyebutkan atau menunjukkan.
- b. Pemahaman, yaitu dapat menjelaskan atau mendefinisikan dengan bahasa sendiri.
- c. Evaluasi, yaitu dapat menilai, menafsirkan serta menyimpulkan.

## **2.4. Persepsi Afektif**

### **2.4.1. Pengertian Persepsi Afektif**

Beberapa para ahli telah menjelaskan mengenai pengertian persepsi afektif sebagai berikut:

---

<sup>22</sup> Elvi Anggraeni Tjandra & Siska Rosiani Tjandra. "Hubungan Antara Komponen Kognitif, Komponen Afektif Dan Komponen Perilaku Terhadap Sikap Konsumen Memanfaatkan Teknologi Internet" dalam *jurnal Manajemen*, Volume XVII, No. 01: 42-52, Februari 2013, h. 3

<sup>23</sup> Elvi Anggraeni Tjandra & Siska Rosiani Tjandra. "Hubungan Antara Komponen Kognitif, Komponen Afektif Dan Komponen Perilaku Terhadap Sikap Konsumen Memanfaatkan Teknologi Internet" dalam *jurnal Manajemen*, Volume XVII, No. 01: 42-52, Februari 2013, h. 5

<sup>24</sup> Muhibin Syah, *psikologi Belajar* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada 2011), h. 39-40

1. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sumarwan yang dikutip oleh Endi Sarwoko dalam jurnal bahwa Afektif adalah komponen menggambarkan perasaan dan emosi seseorang terhadap suatu produk atau merek. Perasaan dan emosi tersebut merupakan evaluasi menyeluruh terhadap objek sikap (produk atau merek). Afektif mengungkapkan penilaian konsumen terhadap suatu produk apakah baik atau buruk, disukai atau tidak disukai.<sup>25</sup>
2. Menurut Hawkins dan Mothersbaugh yang dikutip oleh Elvi Anggraeni Tjandra & Siska Rosiani Tjandra dalam jurnalnya bahwa Komponen afektif adalah perasaan atau reaksi emosional terhadap suatu objek.<sup>26</sup>

#### **2.4.2. Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Afektif**

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi afektif adalah sebagai berikut:<sup>27</sup>

1. Penerimaan
2. Apresiasi
3. Internalisasi
4. Karakterisasi
5. Sambutan

#### **2.4.3. Indikator Persepsi Afektif**

Dalam persepsi ini terdapat beberapa indikator yaitu:<sup>28</sup>

- a. Penerimaan, yaitu dapat menunjukkan sikap menerima.

---

<sup>25</sup> Sarwoko, Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Berkaitan dengan Penerapan Program CSR, h. 2

<sup>26</sup> Siska Rosiani Tjandra. “Hubungan Antara Komponen Kognitif, Komponen Afektif Dan Komponen Perilaku Terhadap Sikap Konsumen Memanfaatkan Teknologi Internet, h. 5

<sup>27</sup> Tohirin, *Psikologi Pembelajaran Agama Islam: Berbasis Integrasi dan Kompetensi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), Ed. Revisi, h. 156- 158

<sup>28</sup> Ibid

- b. Pendalaman, yaitu dapat mengakui dan meyakini.
- c. Sikap menghargai, yaitu memandang penting dan bermanfaat.

## **2.5. Persepsi Konatif**

### **2.5.1. Pengertian Persepsi Konatif**

Beberapa para ahli telah menjelaskan mengenai pengertian persepsi konatif sebagai berikut:

1. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sumarwan yang di kutib oleh Endi Sarwoko dalam jurnalnya bahwa konatif adalah komponen ketiga dari sikap yang menggambarkan kecenderungan dari seseorang untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan objek sikap (produk atau merek tertentu).<sup>29</sup>
2. Menurut Hawkins dan Mothersbaugh yang di kutib oleh Elvi Anggraeni Tjandra & Siska Rosiani Tjandra dalam jurnal nya bahwa konatif adalah suatu kecenderungan untuk menanggapi dengan tingkah laku tertentu terhadap suatu objek atau aktivitas.<sup>30</sup>

### **2.5.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konatif**

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konatif adalah sebagai berikut.<sup>31</sup>

1. Keterampilan
2. Pergerakan
3. Tindakan

---

<sup>29</sup>Sarwoko, Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Berkaitan dengan Penerapan Program CSR, h. 3

<sup>30</sup>Siska Rosiani Tjandra. "Hubungan Antara Komponen Kognitif, Komponen Afektif Dan Komponen Perilaku Terhadap Sikap Konsumen Memanfaatkan Teknologi Internet, h. 6

<sup>31</sup> ibid

4. Kecakapan ekspresi verbal dan non-verbal.

### **2.5.3. Indikator Persepsi Konatif**

Dalam persepsi ini terdapat beberapa indikator yaitu:<sup>32</sup>

- a. Tindakan, yaitu kemampuan mengkoordinasikan gerakan tubuh dengan tepat.
- b. Kemahiran berekspresi, yaitu melakukan dalam pribadi dan perilaku sehari-hari.

## **2.6. Minat**

### **2.6.1. Pengertian Minat**

Menurut Woodworth dan Marquis dalam Triyono yang dikutip oleh Fitriya Dini Qayyimah dalam skripsinya bahwa minat merupakan suatu motif yang menyebabkan individu berhubungan secara aktif dengan objek yang menarik baginya. Oleh karena itu minat dikatakan sebagai suatu dorongan untuk berhubungan dengan lingkungannya, kecenderungan untuk memeriksa, menyelidiki atau mengerjakan sesuatu aktivitas yang menarik baginya.<sup>33</sup>

### **2.6.2. Indikator Minat**

Dalam hal ini terdapat beberapa indikator yaitu:<sup>34</sup>

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

---

<sup>32</sup> Ibid

<sup>33</sup> Fitriya Dini Qayyimah, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2018) h. 35

<sup>34</sup> Ferdinand, *Metodologi Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002), h. 192

- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat eksploratif, yaitu perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang di minatnya.
- d. Minat prefrensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut.

## **2.7. Nasabah Bank Syariah**

Salah seorang penulis yang bernama Dewantoro mengemukakan bahwasanya perbankan syariah adalah *current issues* pada ekonomi yang terjadi di Indonesia, hal itu di karenakan muncul nya perbankan syariah termasuk hal yang masih baru di Indonesia ini yang terjadi pada saat peraturan baru yang di cetuskan pada UU No. 1998. Sistem perbankan termasuk sebagai sistem yang sangat strategis untuk memajukan perekonomian di Indonesia. Maka dari itu perbankan syariah juga termasuk sebagai alat yang sangat berperan dalam memperbaiki perekonomian di Indonesia.<sup>35</sup>

Masyarakat Indonesia ialah masyarakat yang mempunyai hubungan yang sangat baik antara sesama, baik dalam beragama maupun di luar agama. Hal itu menyebabkan kehadiran bank syariah di Indonesia ini tidak hanya di tujukan kepada masyarakat muslim saja melainkan seluruh masyarakat yang terdapat di dalam nya yang tergolong kepada orang-orang yang di anggap sesuai dalam kehidupannya. bukan hanya itu, Bank Syariah juga sangat di harapkan untuk dapat

---

<sup>35</sup> Algifari, *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta 2009).

hadir di setiap tempat yang mudah di jangkau pada Indonesia ini sehingga dapat memudahkan semua masyarakat untuk turut andil di dalamnya.

Pernyataan Dewantoro ini sangat sejalan sekali dengan penelitian yang telah di lakukan oleh Machmudah yang menyatakan bahwa lembaga keuangan syariah yang terdapat di Indonesia ini di harapkan dapat di geluti oleh seluruh masyarakat tanpa ada yang saling membeda-bedakannya apalagi membedakan di karena kan hal agama, karena pada dasarnya lembaga keuangan ini di ciptakan untuk memudahkan dan memakmurkan masyarakat Indonesia bukan sebatas agama Islam saja.<sup>36</sup>

## 2.8. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1.**  
**Penelitian Terdahulu**

| No. | Peneliti                   | Judul  | Variabel yang di Gunakan   | Alat Analisis                    |
|-----|----------------------------|--|--|----------------------------------|
| 1.  | Rifa'atul Machmudah (2009) | Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang) | Lokasi, Pelayanan, Religius Stimuli, Reputasi, Profit Sharing, Promosi dan Minat | Analisis Regresi Linear Berganda |
| 2.  | Munawarotul Kiptiah        | Respon Kognitif, Afektif dan Konatif   | Kognitif, Afektif, Konatif dan Minat   | Analisis Deskriptif              |

<sup>36</sup> Machmudah, "Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank SYariah " (Skripsi, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2009) h. 9

|    |                            |   |                                 |                                  |
|----|----------------------------|---|---------------------------------|----------------------------------|
|    | (2015)                     | Pegawai Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Terhadap Minat Berasuransi Syariah                           |                                 |                                  |
| 3. | Dwi Triyani Sapti (2016)   | Respon Pemuka Agama Non-Muslim Terhadap Perbankan Syariah di Kota Tangerang   | Kognitif, Afektif dan Konatif   | Analisis Deskriptif              |
| 4. | Nur Rifai (2017)           | Persepsi Masyarakat Non-Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Surakarta   | Kognitif, Afektif dan Konatif   | Analisis Regresi Linear Berganda |
| 5. | Eva Yasika Wijayati (2019) | Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo | Persepsi, Pengetahuan dan Minat | Analisis Regresi Linear Berganda |

### 2.8.1. Penjelasan Persamaan dan Perbedaan

#### A. Rifa'atul Macmudah

Skripsi atas nama Rifa'atul Macmudah jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Semarang (2009) dengan judul “Faktor-

Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang).” Jenis penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian kuantitatif.

Hasil dari penelitian skripsi ini menunjukkan bahwa:

Variabel lokasi ( $X^1$ ) = 0,127,

Variabel pelayanan ( $X^2$ ) = 0,222

Variabel religious stimuli ( $X^3$ ) = 0,122

Variabel reputasi ( $X^4$ ) = 0,185

Variabel profit Sharing ( $X^5$ ) = 0,237

Variabel promosi ( $X^6$ ) = 0,185

Dapat disimpulkan variabel tersebut secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non-muslim menjadi nasabah bank CIMB Niaga Syariah.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang minat nasabah non-muslim menjadi nasabah Bank Syariah. Namun juga memiliki perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu berbeda pada variabel yang digunakan oleh peneliti dan objek atau tempat dari penelitiannya. Peneliti sebelumnya menggunakan variabel lokasi, pelayanan, *religious stimuli*, reputasi, *profit sharing* dan juga promosi serta tempat dari penelitian tersebut terletak di Semarang sedangkan penelitian ini bertempat di Kota Langsa.

#### B. Munawarotul Kiptiah

Skripsi atas nama Munawarotul Kiptiah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Jakarta (2015) dengan judul “Respon Kognitif, afektif



dan konatif Pegawai Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Terhadap Minat Berasuransi Syariah”. Jenis penelitian pada skripsi ini adalah penelitian kuantitatif.

Hasil dari penelitian skripsi ini menunjukkan bahwa:

Jika di lihat dari hasil uji t atau uji parsial, variabel kognitif (pengetahuan) dan konatif (tindakan) menunjukkan hasil pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berasuransi syariah. Dan untuk variabel afektif (sikap) menunjukkan hasil yang tidak positif dan tidak signifikan terhadap minat berasuransi syariah.

Untuk pengujian secara simultan di peroleh hasil bahwa hipotesis penelitian ini yaitu respon pegawai yang di ukur dari tiga variabel yaitu kognitif, afektif dan konatif menunjukkan nilai yang positif dan hasilnya pun signifikan terhadap minat berasuransi syariah.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada variabel nya yaitu sama-sama menggunakan variabel kognitif, afektif, dan konatif. Selain itu juga memiliki kesamaan dalam menggunakan metode angket yaitu menggunakan skala likert. Namun juga memiliki perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu berbeda pada objek atau tempat penelitian. Penelitian sebelumnya bertempat di Jakarta yaitu pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah sedangkan penelitian ini bertempat di Kota Langsa.

C. Dewi Triyani Sapti

Skripsi atas nama Dwi Triyana Sapti program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2016)

dengan judul “Respon Pemuka Agama Non-Muslim Terhadap Perbankan Syariah di Kota Tangerang”. Jenis penelitian pada skripsi ini adalah penelitian kualitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Para pemuka agama non-muslim memiliki pengetahuan tentang bank syariah yaitu bank yang menggunakan system ekonomi Islam. Namun mereka tidak banyak mengetahui produk-produk dan hal-hal yang lebih mendetail karena mereka hanya mengetahui produk ibadah Haji/Umrah dan KPR yang terdapat dalam bank syariah.
2. Para pemuka agama non-muslim bersikap positif terhadap hadirnya Bank Syariah di Kota Tangerang, hal ini dilihat dari dukungannya terhadap Bank Syariah di Kota Tangerang sebagai bank yang mengedepankan transparansi kepada nasabah. Ini terlihat juga dari membebaskannya para umat untuk memilih bank syariah sebagai transaksi perekonomiannya.
3. Para pemuka agama non-muslim bersedia menjadi nasabah bank syariah namun mereka tidak bisa menjadi nasabah bank syariah karena peraturan dan ketentuan yang telah di atur dalam agama mereka.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada variabelnya yaitu sama-sama menggunakan variabel kognitif, afektif, dan konatif. Namun juga memiliki perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu berbeda pada objek atau tempat penelitian. Penelitian sebelumnya bertempat Tangerang sedangkan penelitian ini bertempat di Kota Langsa.

#### D. Nur Rifai

Skripsi ini atas nama Nur Rifai Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta (2017) dengan judul “Persepsi Masyarakat Non-Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Surakarta”. Jenis penelitian pada skripsi ini adalah penelitian kuantitatif.

Hasil penelitian dalam skripsi ini menunjukkan bahwa:

1. Persepsi kognitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Surakarta. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai  $t$  hitung sebesar 2,688 sedangkan  $t$  tabel sebesar 1,98 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dan nilai probabilitas signifikansi  $0,008 < 0,05$ . Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Persepsi afektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Surakarta. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai  $t$  hitung sebesar 3,149 sedangkan  $t$  tabel sebesar 1,98 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dan nilai probabilitas signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Persepsi konatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Surakarta. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai  $t$  hitung sebesar 25,479 sedangkan  $t$  tabel sebesar 1,98 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dan nilai probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada variabelnya yaitu sama-sama menggunakan variabel kognitif, afektif, dan konatif. Namun juga memiliki perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu berbeda pada objek atau tempat penelitian. Penelitian sebelumnya bertempat di Surakarta sedangkan penelitian ini bertempat di Kota Langsa.

#### E. Eva Yasika Wijayati

Skripsi ini atas nama Eva Yasika Wijayati jurusan Perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul “Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo”. Jenis penelitian pada skripsi ini adalah penelitian kuantitatif.

Hasil penelitian dalam skripsi ini menunjukkan bahwa:

1. Berdasarkan pengujian, menunjukkan bahwa secara parsial variabel persepsi masyarakat tentang perbankan syariah (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y). Hal tersebut dapat diketahui dengan melihat nilai signifikan 0,002 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sedangkan persentase pengaruh persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di Bank Syariah sebesar 11,4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Berdasarkan pengujian, menunjukkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y). Hal tersebut dapat diketahui dengan melihat nilai signifikan 0,000 lebih kecil

dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Sedangkan persentase pengaruh persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di Bank Syariah sebesar 79,2% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

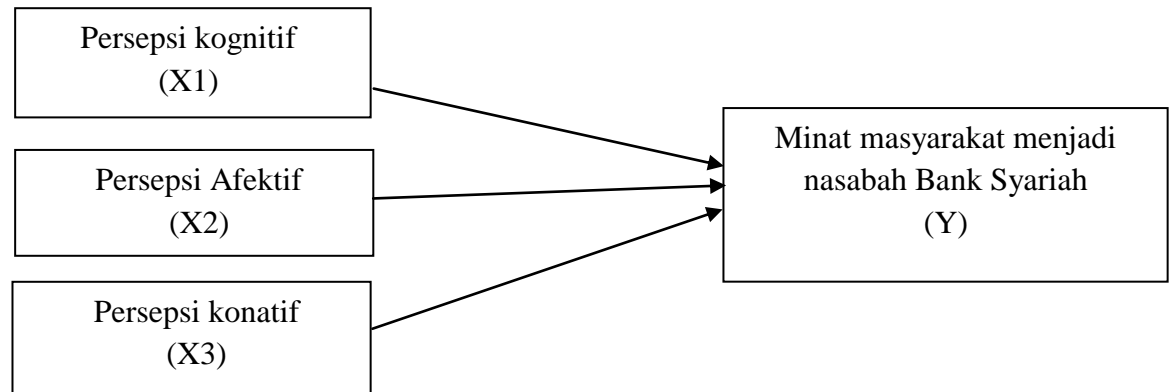
3. Berdasarkan pengujian, menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel persepsi (X1) dan pengetahuan (X2) masyarakat tentang perbankan syariah (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y). Hal tersebut dapat diketahui dengan melihat nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Sedangkan persentase pengaruh persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di Bank Syariah sebesar 79,8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang minat masyarakat terhadap Bank Syariah. Namun juga memiliki perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu berbeda pada objek atau tempat penelitian. Penelitian sebelumnya bertempat Ponogoro dan yang menjadi populasi adalah seluruh masyarakatnya sedangkan penelitian ini bertempat di Kota Langsa dan populasinya hanyalah masyarakat non-muslim saja.

## **2.9. Kerangka Pemikiran**

Persepsi itu mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap yaitu Komponen Kognitif, Komponen Afektif dan Komponen Konatif disini penulis akan meneliti tentang pengaruh ketiga komponen tersebut terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

**Gambar 2.1.**  
**Kerangka pemikiran**



**Penjelasan Gambar**

- Variabel-Variabel X mempunyai pengaruh terhadap variabel Y

## 2.10. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas dan hasil dari penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Kiptiah bahwasanya variabel kognitif, afektif dan konatif menunjukkan nilai yang baik dan hasilnya signifikan terhadap minat, maka hipotesis yang dapat di kembangkan adalah sebagai berikut:<sup>37</sup>

1.  $H_{01}$ : Persepsi kognitif masyarakat non-muslim tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.  
 $H_{a1}$ : persepsi kognitif masyarakat non-muslim berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.
2.  $H_{02}$  : Persepsi afektif masyarakat non-muslim tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

---

<sup>37</sup> Kiptiah, "Respon Kognitif, Afektif dan konatif Pegawai Fakultas Syariah dan Huku UIN Syarif Hidayatullah" (Skripsi, fakultas syariah UIN Syarif Hidayatullah, 2015)

$H_{a2}$  : Persepsi afektif masyarakat non-muslim berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

3.  $H_03$  : Persepsi konatif masyarakat non-muslim tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

$H_{a3}$  : Persepsi konatif masyarakat non-muslim berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

4.  $H_04$  : Persepsi kognitif, afektif dan konatif masyarakat non-muslim tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

$H_{a4}$  : Persepsi kognitif, afektif dan konatif masyarakat non-muslim dapat berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis dan Sifat Penelitian**

Metode penelitian yang di gunakan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan metode kuantitatif disebabkan metode kuantitatif ialah metode yang menekankan pada metode ini melakukan pengujian melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan analisis datanya dengan prosedur analisis statistik.

Penelitian ini bersifat *Explanatory Reseach*. Menurut Sugiono yang di kutib oleh Nana Maulina dalam skripsinya bahwa *Explanatory Reseach* ialah penelitian yang dapat menguraikan hubungan kausal antara variabel-variabel yang dapat mempengaruhi hipotesisnya. Penelitian ini terdapat minimal dua variabel yang berhubungan dan juga dapat berfungsi untuk menguraikan, mengontrol dan meramalkan atas suatu gejala yang mungkin terjadi. Penelitian yang di lakukan akan mampu menguraikan atau menjelaskan tentang hubungan interaktif antara variabel atau dapat menguraikan mengenai sejauh mana variabel tersebut dapat saling mempengaruhi.<sup>38</sup>

#### **3.2.Lokasi dan Waktu Penelitan**

Lokasi penelitian ini terletak di Kota Langsa yang bertujuan pada masyarakat non-muslim. Dan penelitian ini di awali pada bulan Oktober sampai dengan bulan Desember.

---

<sup>38</sup>Nana Maulina, “Pengaruh Pemahaman Tentang Produk *Funding* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu T. Umar Langsa” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, 2018) h. 60.



### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Menurut Azuar Tanzeh dan Irfan yang di kutib oleh Nani Maulina dalam skripsinya bahwa Populasi merupakan tempat generalisasi yang memiliki karakteristik dan kualitas subjek dan objeknya yang di lakukan peneliti untuk dapat di pelajari dan di beri kesimpulan yang akurat mengenai subjek dan objeknya. Data yang telah di peroleh peneliti dalam hal ini ialah komposisi masyarakat non-muslim yang terletak di Kota Langsa yaitu sebagai berikut :<sup>39</sup>

**Tabel 3.1**

#### **Populasi Masyarakat Non-Muslim Di Kota Langsa**

| <b>No.</b> | <b>Agama</b> | <b>Strata (N)</b> | <b>Jumlah Populasi</b> |
|------------|--------------|-------------------|------------------------|
| 1.         | Protestan    | N1                | 731 Jiwa               |
| 2.         | Khatolik     | N2                | 52 Jiwa                |
| 3.         | Buddha       | N3                | 659 Jiwa               |
| Total      |              |                   | 1442 Jiwa              |

*Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Langsa, 2020*

#### 3.3.2. Sampel

Peneliti menggunakan teknik *probability sampling* untuk penelitian ini. Menurut Muhamad yang di kutib oleh Nani Maulina dalam skripsinya bahwa Sampel acak merupakan metode untuk pemilihan ukuran yang dapat di nyatakan bahwasanya setiap yang tergolong pada populasi itu memiliki kesempatan untuk menjadi bagian dari anggota sampelnya.<sup>40</sup> Sugiono berpendapat sampel di katakan sederhana di karenakan cara pencarian sampelnya dilakukan secara acak tanpa

<sup>39</sup>Badan Pusat Statistika Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka 2020*, h. 209

<sup>40</sup>Maulina, Pengaruh Pemahaman Tentang Produk *Funding* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu T. Umar Langsa, h. 60

melihat strata yang terdapat dalam populasi tersebut. Pada penelitian ini peneliti akan mengunjungi langsung di lokasi tempat tinggal dan memberikan kuesioner kepada pihak yang menjadi bagian dari sampelnya.<sup>41</sup>

Menurut Burhan Bungin Pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya. Sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, maka akan di lakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin:<sup>42</sup>

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

Keterangan : n = Ukuran sampel yang di cari

N = Ukuran populasi

d = Tingkat presisi yang di tetapkan (10% atau 0,1)

Penghitungan sampelnya yaitu:

$$n = \frac{1.442}{1 + 1.442 (0,1)^2}$$

= 93, 51 di bulatkan menjadi 94 orang.

Jadi, pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 94 orang dari masyarakat non-muslim Kota Langsa. Ukuran sampel pada masyarakat non-muslim Kota Langsa menggunakan alokasi sampel proposional dengan rumus sebagai berikut :

$$N_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

---

<sup>41</sup>Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h.118.

<sup>42</sup> Maulina, Pengaruh Pemahaman Tentang Produk *Funding* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu T. Umar Langsa, h. 61

Dimana :  $n_i$  = Besarnya sampel pada strata ke- $i$

$N_i$  = Besarnya populasi para strata ke- $i$

$N$  = Besarnya populasi secara keseluruhan

$n$  = Besarnya ukuran sampel

Berdasarkan formula tersebut, maka sampel untuk masing-masing strata di hitung sebagai berikut:

$$n_1 = \frac{731}{1442} \times 94 = 47,6 \text{ (48)}$$

$$n_2 = \frac{52}{1.442} \times 94 = 3,38 \text{ (3)}$$

$$n_3 = \frac{659}{1.442} \times 94 = 42,9 \text{ (43)}$$

Jumlah secara keseluruhan sampelnya adalah 94 orang.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik mengumpulkan data dalam analisis ini ialah dengan memberikan kuesioner kepada respondennya. Kuesioner ialah cara untuk mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan maupun pernyataan-pernyataan yang tertulis untuk di jawab kepada mereka yang termasuk bagian dari golongan sampel ini. Data yang di dapatkan setelah itu akan di olah memakai metode statistik atau bantuan dari SPSS (*statistic package for social*).<sup>43</sup>

Kuesioner di berikan kepada masyarakat non-muslim di kota Langsa yang menjadi responden dalam penelitian, untuk mengetahui tanggapan mereka mengenai tingkat minat.

---

<sup>43</sup>*Ibid*, h. 63

Data yang telah di dapatkan pada saat ini masih berupa kualitatif atau pernyataan dalam bentuk kuesioner, oleh karena itu untuk mengolah data tersebut agar menjadi kuantitatif harus di lakukan perhitungan statistik dan pentransformasian dalam bentuk kuantitatif yang menggunakan simbol angka.

Adapun data kuantitatif yang di lakukan dalam penelitian ini yang telah tersusun dengan *skala likert* dan satu nilai pilihan nilai (*score*) yang jarak intervalnya 1. *Score* akan yang di pilih antara lain 5,4,3,2 dan. *Skala Likert* terdiri dari Sangat Setuju (SS skornya yaitu 5), Setuju ( S skornya yaitu 4), Kurang Setuju (KS skornya yaitu 3), Tidak Setuju (TS skornya yaitu 2), dan Sangat Tidak Setuju ( STS skornya yaitu 1). Pilihan tersebut dapat tercatat dalam tabel seperti berikut:

**Tabel 3.2**  
**Skor Jawaban**

|                           |   |
|---------------------------|---|
| Sangat Setuju (SS)        | 5 |
| Setuju (S)                | 4 |
| Kurang Setuju (KS)        | 3 |
| Tidak Setuju (TS)         | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

### 3.5. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu:<sup>44</sup>

- a. Data primer : Data primer ialah data di dapatkan sendiri oleh peneliti dari sumber utama guna untuk kepentingan peneliti seperti berupa observasi, angket, dan wawancara atau pengamatan. Data primer di peroleh secara

---

<sup>44</sup>*Ibid*, h. 64

langsung dari obyek penelitian yaitu dari responden masyarakat non-muslim kota Langsa.

- b. Data sekunder : Data sekunder ialah data yang di dapat kan peneliti melalui seperti liteatur, skripsi, jurnal, tesis, dokumen dan buku-buku yang berguna untuk penelitiannya yang bisa di jadikannya sebagai referensi dalam penelitiannya.

### 3.6. Variabel dan Defenisi Operasional

Variabel merupakan sebuah fenomena ( yang berubah-ubah ), dengan demikian maka bisa jadi tidak ada satu peristiwa di ala mini yang tidak dapat di sebut variabel, tinggal tergantung bagaimana kualitas variabelnya, yaitu bagaimana bentuk variasi fenomena tersebut.<sup>45</sup>

Defenisi operasional untuk setiap variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Definisi Operasional Variabel**

| No. | Variabel      | Defenisi Operasional  | Indikator                                     | Ukuran Skala    |
|-----|---------------|---|---|-----------------|
| 1.  | Kognitif (X1) | kognitif adalah komponen yang menggambarkan pengetahuan dan persepsi terhadap suatu objek sikap. Pengetahuan dan persepsi tersebut diperoleh melalui pengalaman langsung dari | 1. Pengetahuan<br>2. Pemahaman<br>3. Evaluasi | Skala<br>Likert |

<sup>45</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Putra Grafika, 2011), h. 69-70

|    |              |  |   |              |
|----|--------------|--|---|--------------|
|    |              | objek sikap tersebut dan informasi dari berbagai sumber lainnya. Pengetahuan dan persepsi tersebut biasanya berbentuk kepercayaan (beliefs) artinya konsumen mempercayai bahwa suatu objek sikap memiliki atribut dan perilaku yang spesifik dan akan mengarahkan pada hasil yang spesifik. <sup>46</sup>                                |   |              |
| 2. | Afektif (X2) | Afektif adalah komponen menggambarkan perasaan dan emosi seseorang terhadap suatu produk atau merek. Perasaan dan emosi tersebut merupakan evaluasi menyeluruh terhadap objek sikap (produk atau merek).Afektif mengungkapkan penilaian konsumen terhadap suatu produk apakah baik atau buruk, disukai atau tidak disukai. <sup>47</sup> | 1. Penerimaan<br>2. Pendalaman<br>3. Sikap menghargai | Skala Likert |
| 3. | Konatif (X3) | Konatif adalah komponen ketiga dari sikap yang   | 1. Tindakan<br>2. Kemahiran                           | Skala Likert |

<sup>46</sup>Sarwoko. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Berkaitan dengan Penerapan Program CSR, h 2.

<sup>47</sup>*Ibid*

|    |           |  |  |              |
|----|-----------|--|--|--------------|
|    |           | menggambarkan kecenderungan dari seseorang untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan objek sikap (produk atau merek tertentu). <sup>48</sup>   | berekspresi  |              |
| 4. | Minat (Y) | Minat merupakan suatu motif yang menyebabkan individu berhubungan secara aktif dengan objek yang menarik baginya. Oleh karena itu minat dikatakan sebagai suatu dorongan untuk berhubungan dengan lingkungannya, kecenderungan untuk memeriksa, menyelidiki atau mengerjakan sesuatu aktivitas yang menarik baginya. <sup>49</sup> | 1. Minat transaksional<br>2. Minat refrensial<br>3. Minat eksploratif<br>4. Minat preferensial | Skala Likert |

### 3.7. Uji Validitas dan Reabilitas

#### 3.7.1. Uji Validitas

Uji ini dilakukan untuk melihat data yang pasti dan akurat dan kecermatan dalam menggunakan alat ukur terhadap masyarakat nya serta untuk mengetahui sejauh mana keakuratannya di dapatkan.

<sup>48</sup>*Ibid*, h. 3

<sup>49</sup> Qayyimah, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening,

Menurut Azuar Juliandi yang dikutip oleh Nani Maulina dalam skripsinya bahwa penolakan dalam hipotesis ini ketika terjadi kesalahan yaitu.<sup>50</sup>

- a. Tolak  $H_0$  jika probabilitas yang di hitung  $<$  probabilitas yang di tetapkan sebesar 0,05 ( sig. 2-tailed  $< \alpha_{0.05}$ )
- b. Terima  $H_0$  jika probabilitas yang di hitung  $>$  probabilitas yang di tetapkan sebesar 0.05( Sig.2-tailed  $> \alpha_{0.05}$  )

### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Nama reabilitas ini ialah pengujian yang memiliki banyak kata lain yang salah satunya adalah kereandalah, keterstabilan, kekonsistenan dan keterpercayaan. Uji seperti ini memiliki tujuan untuk mengukur sampai sejauh mana data ini dapat di percaya dengan akurat.

Kriteria atas pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai koefisien reabilitas (Cronbach's Alpha)  $> 0.6$  maka instrument memiliki reabilitas yang baik.
- b. Jika nilai koefisien reabilitas (Cronbach's Alpha)  $< 0.6$  maka instrumen tidak reabilitas dan tidak terpercaya.

### 3.8. Teknik dan Analisa Data

#### 3.8.1. Teknik Analisa Deskriptif Statistik dan Kuantitatif

Metode ini ialah metode yang di gunakan dengan cara menyajikan, menguraikan, menyimpulkan dan menganalisis sehingga dapat di proyeksikan masalah yang telah di teliti secara jelas.<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup>Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung: Citapustaka Medis Perintis), h. 141



### 3.8.2. Model Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis regresi linear berganda ialah analisis yang di gunakan untuk mengetahui sebuah hubungan satu atau dua varibel ( variabel bebas) dengan variabel yang lain (variabel terikat).<sup>52</sup>

$$Y = \acute{\alpha} + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan

Y = Tingkat Minat

$\acute{\alpha}$  = Konstanta

b = Koefisien Korelasi Ganda

X<sub>1</sub> = Persepsi Kognitif

X<sub>2</sub> = Persepsi Afektif

X<sub>3</sub> = Persepsi Konatif

e = error

### 3.9. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji analisis regresi maka harus melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yaitu dengan melakukan beberapa pengujian sebagai berikut:

#### 3.9.1. Uji Normalitas

Uji normalitas di lakukan untuk mengetahui apakah model regresi variabel bebas dan variabel terikat nya memiliki distribusi normal atau tidak. Penelitian dapat di katakan bagus apabila model regresinya tergolong normal atau mendekati

---

<sup>51</sup> *Ibid* h. 146

<sup>52</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), h 81

normal. Dalam menguji data distribusi normal atau tidak dapat di ketahui dengan beberapa cara yaitu:

- a. Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
- b. Dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

### 3.9.2. Uji Linearitas

Uji linearitas ini di gunakan megetahui apakah spesiifikasi model nya sudah benar atau masih salah, dan apakah studi yang biasanya dalam bentuk empiris sebaiknya dalam bentuk kubrik kuadrat atau linear. Pengujian ini di lakukan dalam bentuk pendekatan atau analisis tabel ANOVA. Criteria yang di terapkan untuk menentukan kelearitasan garis regresi adalah nilai koefisiensignifikansi. Jika koefisien signifikansi lebih besar dari *alpha* yang di tentukan yaitu 5%, maka dapat di nyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear.<sup>53</sup>

### 3.9.3. Uji Multikolinearitas

Uji ini di lakukan untuk memastikan apa benar yang variabel tersebut terhubung secara linear. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan *Tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang di jelaskan variabel independen lainnya. Multikolinearitas tarjadi jika nilai  $<0,1$  atau sama dengan VIF  $>10$ . Jika nilai VIF

---

<sup>53</sup> Ibid., h. 98

tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).<sup>54</sup>

#### 3.9.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah tidak terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan kepada pengamatan yang lainnya. Untuk mengetahuinya dapat melalui grafik scatterplot model regresi yang baik ialah metode yang di dalamnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Asumsinya adalah jika varian dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut dengan *homoskedastisitas*. Akan tetapi jika varian berbeda dari satu pengamatan dengan pengamatan yang lain maka disebut *heteroskedastisitas*. Uji ini menggunakan uji Glejser. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka berarti tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

#### 3.9.5. Uji Autokorelasi

Uji ini ialah uji yang dapat mengetahui bahwasanya apabila tidak terjadi autokorelasi maka uji ini telah mendapatkan kesamaan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linear antara kesalahan pengganggu periode  $t$  (berada) dengan kesalahan pengganggu  $t-1$  (sebelumnya). Salah satu ukuran dalam menentukan ada atau tidaknya autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>55</sup>

- a. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW di bawah -2 ( $DW < -2$ ).

---

<sup>54</sup> Ibid., h. 95

<sup>55</sup> Danang Sunyotno, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Bandung: PT. Rafika, 2016), h. 97

- b. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada di antara -2 dan +2 atau  $-2 < DW < +2$
- c. Terjadi autokorelasi negatif, jika DW diatas +2 atau  $DW > +2$ .

### 3.10. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian statistic sehingga relative mendekati suatu kebenaran yang di harapkan. Dengan demikian orang lebih mudah menerima suatu penjelasan pengujian, sampai sejauh mana dipotesis penelitian di terima atau di tolak.<sup>56</sup>

#### 3.10.1. Uji t

Pengujian ini di lakukan untuk mengetahui apakah variabel tidak bebas dapat terpengaruh dengan variabel yang bebas.<sup>57</sup>

#### 3.10.2. Uji F

Varibel bebas seperti  $X_1 X_2 X_3 \dots X_n$  dapat di ukur kemampuannya dengan menggunakan uji F ini, dan dapat melihat pengaruh variabel tidak bebas Y melalui variabel bebas. Untuk mengetahui apakah variabel memeiliki koefisien sama dengan nol juga dapat di lakukan dengan uji global.<sup>58</sup>

#### 3.10.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengukur jauhnya kemampuan metode dalam menerangkan variasi variabel terikat (Masyarakat non-muslim kota langsa), maka lebih baik untuk menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ).<sup>59</sup>

---

<sup>56</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif :KOMunikasi, ekonomi Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 82.

<sup>57</sup> Suharyanto dan Purwanto Sk, *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Selemba Empat, 2004), h. 508

<sup>58</sup> Ibid., h. 523.

<sup>59</sup> Azuar Juliani dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung: Citapustaka Medis Perintis), h. 240

## **BAB IV**

### **TEMUAN PENELITIAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Responden**

Masyarakat non-muslim di Kota Langsa pada umumnya sekedar mengetahui tentang Bank Syariah di Kota Langsa sebagai bank yang menggunakan produk-produk atau jasa layanan yang terhindar dari larangan agama serta terbebas dari riba, mereka mengetahui hal itu melalui berbagai media maupun langsung dari pelayanan yang telah mereka dapatkan ketika mereka menjadi nasabah Bank Syariah tersebut. Bank Syariah di artikan sebagai bank yang terbebas dari riba yang di tujukan untuk menjadi daya tarik nasabah muslim untuk berinvestasi. Pengetahuaren mereka mengenai produk-produk yang ada dalam Bank Syariah juga masih terbatas pada tabungan dan sistem bagi hasil saja.

Perkembangan Bank Syariah di Aceh merupakan salah satu prestasi baik yang telah di raih oleh masyarakat Aceh pada umumnya. Kebaikan Bank Syariah itu juga di tujukan oleh dukungan dari pemerintah pusat yang telah mendukung dengan efektif perkembangan Bank Syariah tersebut di Aceh. Mengenai sistem bagi hasil itu juga merupakan hal yang baik untuk di terapkan di masyarakat dan juga perlu untuk di kembangkan lagi agar masyarakat dapat lebih tertarik untuk menggunakan sistem tersebut. Pemahaman tentang Bank Syariah hanyalah di tujukan untuk masyarakat muslim saja itu bukan lah suatu hal yang benar, Bank Syariah adalah bank yang di tujukan untuk seluruh masyarakat guna untuk memperbaiki sistem keuangan yang pada masyarakat. Dengan kata lain, setiap

masyarakat yang ada di Indonesia ini bisa untuk menjadi nasabah Bank Syariah tanpa harus membedakan antara umat muslim atau non-muslim.<sup>60</sup>

Dalam penelitian ini responden di bedakan menjadi beberapa karakteristik yaitu:

#### **4.1.1. Berdasarkan jenis kelamin**

Dalam penelitian ini setiap karakteristik terbagi menjadi dua yaitu jenis kelamin laki-laki dan juga perempuan. Data dan persentase yang telah di temukan berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden masyarakat non-Muslim adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

#### **Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin**

| <b>Jenis kelamin</b> | <b>Nilai</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|----------------------|--------------|-----------------------|
| Laki-laki            | 58           | 61,7 %                |
| Perempuan            | 36           | 38,2%                 |
| Total                | 94           | 99,9 %                |

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwasanya jumlah responden laki-laki lebih dominan dari pada responden perempuan yaitu laki-laki berjumlah 58 orang dengan persentase 61,7 % dan sisanya adalah perempuan yaitu 36 orang dengan persentase 38,2 %.

#### **4.1.2. Karakteristik Berdasarkan usia**

Dalam penelitian ini setiap karakteristik terbagi dalam beberapa beberapa kelompok yaitu usia 20-29 tahun, usia 30-39 tahun, 40-49 tahun dan 50 tahun keatas dengan persentase sebagai berikut:

---

<sup>60</sup> Hasil Wawancara dengan Karifuddin, Pimpinan Vehara Buddha Kota Langsa, Perdana Baru Kota Langsa, 12 Januari 2021.

**Tabel 4.2**  
**Jumlah responden berdasarkan usia**

| Usia        | Nilai | Persentase |
|-------------|-------|------------|
| 20-29 tahun | 38    | 40,4%      |
| 30-39 tahun | 31    | 32,9%      |
| 40-49 tahun | 20    | 21,2%      |
| 50 keatas   | 5     | 5,3%       |
| Total       | 94    | 99,8%      |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden tertinggi yaitu terdapat pada yang berusia 21-30 tahun sebanyak 38 orang dengan persentase 40,4%, jumlah responden dengan usia 30-39 tahun sebanyak 31 orang dengan persentase 32,9% jumlah responden dengan usia 40-49 tahun sebanyak 20 orang dengan persentase 21,3% dan jumlah yang paling sedikit adalah yang berusia 50 tahun keatas sebanyak 5 orang dengan persentase 5,3 %. Maka dapat diambil kesimpulan bahwasanya yang berusia 20-29 tahun merupakan responden yang paling dominan jumlahnya sebagai sampel penelitian ini.

## **4.2. Uji Persyaratan Analisis**

### **4.2.1. Uji Validitas**

Uji validitas ini bertujuan untuk mengukur valid atau tidak validnya pernyataan dalam data yang akan diukur. Semakin tinggi tingkat validitas suatu data, maka data tersebut semakin mengenai pada sasarannya atau semakin menunjukkan dengan tepat apa yang seharusnya diukur. Jadi, validitas menunjuk kepada ketepatan dan kecermatan tes dalam menjalankan fungsi pengukurannya.

Suatu tes dapat dinyatakan mempunyai nilai validitas yang tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi pengukurannya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan dari adakannya tes tersebut.<sup>61</sup>

Untuk mengetahui suatu kuesioner dinyatakan valid atau tidak maka nilai  $r$ -hitung harus lebih besar dari  $r$  tabel. Dalam penelitian ini, jumlah data yang dapat adalah sebanyak 94 orang responden. Maka  $r$ -tabel dari 94 adalah 0,200. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 17.0. Berikut adalah hasil dari uji validita

**Tabel 4.3**  
**Uji Validitas**

| Variabel      | Item | r-Hitung | r-Tabel | Keterangan |
|---------------|------|----------|---------|------------|
| Kognitif (X1) | X1.1 | 0,918    | 0,200   | Valid      |
|               | X1.2 | 0,927    | 0,200   | Valid      |
|               | X1.3 | 0,342    | 0,200   | Valid      |
| Afektif (X2)  | X2.1 | 0,924    | 0,200   | Valid      |
|               | X2.2 | 0,933    | 0,200   | Valid      |
|               | X2.3 | 0,877    | 0,200   | Valid      |
| Konatif (X3)  | X3.1 | 0,983    | 0,200   | Valid      |
|               | X3.2 | 0,985    | 0,200   | Valid      |
| Minat (Y)     | Y1   | 0,793    | 0,200   | Valid      |
|               | Y2   | 0,842    | 0,200   | Valid      |
|               | Y3   | 0,905    | 0,200   | Valid      |
|               | Y4   | 0,914    | 0,200   | Valid      |

<sup>61</sup> Ety Rochaety, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta, Mitra Wacana Media, 2007), h.



Dengan melihat tabel tersebut maka dapat di ketahui nilai r-Hitung dari seluruh pernyataan dalam setiap variabel penelitian. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan aplikasi SPSS *Statistic*, dari seluruh butir pernyataan memiliki nilai yang lebih besar dari r-tabel sebesar 0,200 ( $r\text{-Hitung} \geq r\text{-Tabel}$ ). Maka dari setiap pernyataan yang terdapat dalam kuesioner dapat dinyatakan valid dan layak di gunakan untuk penelitian selanjutnya.

#### 4.2.2. Uji Reliabilitas

uji reliabilitas ini di gunakan untuk melihat konsistensi dari instrumen penelitian yang ada. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas di lakukan untuk mengetahui kuesioner yang di bagikan kepada responden telah memenuhi syarat reliabel atau tidak. Suatu penelitian dapat di nyatakan sebagai reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* berada di atas 0,6. Uji reliabilitas ini mennggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 17.0. Berikut adalah hasil uji reliabilitas :

**Tabel 4.4**  
**Uji Reliabilitas**

| Variabel      | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|---------------|------------------|------------|
| Kognitif (X1) | 0,671            | Reliabel   |
| Afektif (X2)  | 0,896            | Reliabel   |
| Konatif (X3)  | 0,967            | Reliabel   |
| Minat (Y)     | 0,879            | Reliabel   |

Berdasarkan tabel tersebut dapat di ketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dapat di nyatakan reliabel karena nilai koefisien Cronbach's Alpha

lebih besar dari 0,6. Maka dari itu data di nyatakan bahwasanya setiap pernyataan dalam variabel tersebut di gunakan untuk penelitian selanjutnya.

### 4.3. Model Analisa Data

#### 4.3.1. Deskriptif Statistik

Pengujian ini di lakukan untuk menggambarkan variabel-variabel penelitian secara statistik. Pengujian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 17.0. Berikut hasil dari pengujian deskriptif statistik:

**Tabel 4.5**  
**Uji Deskriptif Statistik**

**Descriptive Statistics**

|                       | N         | Range     | Minimum   | Maximum   | Mean      |            | Std. Deviation | Variance  |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|----------------|-----------|
|                       | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Std. Error | Statistic      | Statistic |
| Kognitif              | 94        | 6.00      | 9.00      | 15.00     | 14.0426   | .13179     | 1.27772        | 1.633     |
| Afektif               | 94        | 9.00      | 6.00      | 15.00     | 12.5957   | .22400     | 2.17176        | 4.717     |
| Konatif               | 94        | 8.00      | 2.00      | 10.00     | 7.5745    | .20377     | 1.97560        | 3.903     |
| Minat                 | 94        | 12.00     | 8.00      | 20.00     | 15.9681   | .34039     | 3.30022        | 10.891    |
| Valid N<br>(listwise) | 94        |           |           |           |           |            |                |           |

Dari tabel di atas maka hasil analisis deskriptif statistik dapat di simpulkan sebagai berikut:

- a. Kognitif : Memiliki nilai minimum sebesar 9,00 yang artinya bahwa dari seluruh responden memberikan nilai terendah atas kognitif adalah sebesar 9,00. Nilai maksimumnya adalah 15,00 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan nilai tertinggi jawaban atas kognitif adalah sebesar 15,00. Nilai rata-rata kognitif adalah 14,0426 artinya dari seluruh jumlah responden yang memberikan nilai jawaban atas kognitif,

rata-rata responden memberikan nilai 14,0426. Sedangkan standart deviasi dari kognitif adalah 1,27772. Hal tersebut berarti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel kognitif sebesar 1,27772 dari 94 responden.

- b. Afektif : Memiliki nilai minimum sebesar 6,00 yang artinya bahwa dari seluruh responden memberikan nilai terendah atas afektif adalah sebesar 6,00. Nilai maksimumnya adalah 15,00 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan nilai tertinggi jawaban atas afektif adalah sebesar 15,00. Nilai rata-rata afektif adalah 12,5957 artinya dari seluruh jumlah responden yang memberikan nilai jawaban atas afektif, rata-rata responden memberikan nilai 12,5957. Sedangkan standart deviasi dari afektif adalah 2,17176. Hal tersebut berarti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel afektif sebesar 2,17176 dari 94 responden.
- c. Konatif : Memiliki nilai minimum sebesar 2,00 yang artinya bahwa dari seluruh responden memberikan nilai terendah atas konatif adalah sebesar 2,00. Nilai maksimumnya adalah 10,00 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan nilai tertinggi jawaban atas konatif adalah sebesar 10,00. Nilai rata-rata konatif adalah 7,5749 artinya dari seluruh jumlah responden yang memberikan nilai jawaban atas konatif, rata-rata responden memberikan nilai 7,5749. Sedangkan standart deviasi dari konatif adalah 1,97560. Hal tersebut berarti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel konatif sebesar 1,97560 dari 94 responden.

- d. Minat : Memiliki nilai minimum sebesar 8,00 yang artinya bahwa dari seluruh responden memberikan nilai terendah atas Minat adalah sebesar 8,00. Nilai maksimumnya adalah 20,00 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan nilai tertinggi jawaban atas Minat adalah sebesar 20,00. Nilai rata-rata Minat adalah 15,9681 artinya dari seluruh jumlah responden yang memberikan nilai jawaban atas Minat, rata-rata responden memberikan nilai 15,9681. Sedangkan standart deviasi dari Minat adalah 3,30022. Hal tersebut berarti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel Minat sebesar 3,30022 dari 94 responden.

#### 4.3.2. Model Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis ini di gunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh seluruh variabel bebas (X1, X2, dan X3) terhadap variabel terikat (Y). pengujian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 17.0. berikut Hasil Uji analisis regresi linear berganda:

**Tabel 4.6**  
**Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| (Constant)                | 1.868                       | 2.487      |                           | .751  | .454 |
| 1                         |                             |            |                           |       |      |
| Kognitif                  | .173                        | .202       | .067                      | .857  | .394 |
| Afektif                   | .385                        | .145       | .253                      | 2.661 | .009 |
| Konatif                   | .901                        | .154       | .539                      | 5.863 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel di atas, maka model regresi yang di peroleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,868+0,173X_1+0,385X_2+0,901X_3+e$$

Dari persamaan regresi di atas dapat di jelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 1,868. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen (Y) belum mengalami pengaruh dari variabel-variabel lain yaitu variabel independen (X1, X2, X3).
- b. Koefisien variabel afektif (X2) sebesar 0,385. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan variabel afektif sebesar satu satuan variabel minat (Y) akan naik sebesar 0,385 satuan.
- c. Koefisien variabel konatif (X3) sebesar 0, 901. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan variabel konatif sebesar satu satuan variabel minat (Y) akan naik sebesar 0, 901 satuan.

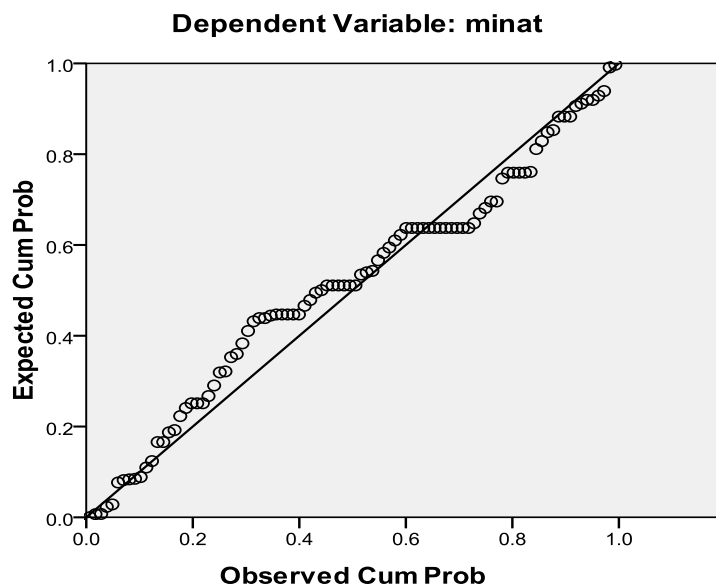
#### **4.4. Uji Asumsi Klasik**

##### **4.4.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah uji yang bertujuan untuk melihat apakah variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Model analisis regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Distribusi data normal, apabila data menyebar pada garis diagonal dan harus mengikuti arah garis diagonal. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 17.0. berikut adalah hasil dari uji Normalitas:

**Gambar 4.1**  
**Uji Normalitas**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



Berdasarkan hasil uji normalitas tersebut, dapat di simpulkan bahwa model regresi ini berdistribusi normal karena data telah menyebar pada garis diagonal dan mengikuti garis diagonalnya. Maka model regresi ini layak di lanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

#### **4.4.2. Uji Linearitas**

Uji linearitas di lakukan untuk mengetahui apakah model yang di miliki sudah benar atau masih salah. Pengujian ini dilakukan dalam bentuk analisis tabel ANOVA dan menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 17.0. Berikut adalah hasil analisis uji linearitas:

**Tabel 4.7**  
**Uji Linearitas**

| <b>Variabel</b> | <b>Signifikansi</b> | <b>Alpha</b> | <b>Keterangan</b> |
|-----------------|---------------------|--------------|-------------------|
| Kognitif        | 0,206               | 0,05         | Linear            |
| Afektif         | 0,790               | 0,05         | Linear            |
| Konatif         | 0,593               | 0,05         | Linear            |

Dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel-variabel independen memiliki garis regresi yang linear. Hal ini diketahui dari jumlah nilai koefisien signifikansi seluruh variabel lebih besar dari *alpha* yaitu 0,05.

#### **4.4.3. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk uji multikolinearitas di gunakan *Variance Inflation* Faktor (VIF). Data penelitian di katakan bebas multikolinearitas jika nilai VIF lebih kecil dari 10 ( $VIF \leq 10$ ). Uji multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 17.0. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas:

**Tabel 4.8**  
**Uji Multikolinearitas**

| <b>Variabel</b> | <b>Collinearity Statistic</b> |            |
|-----------------|-------------------------------|------------|
|                 | <b>Tolerance</b>              | <b>VIF</b> |
| Kognitif        | 0,750                         | 1,334      |
| Afektif         | 0,503                         | 1,987      |
| Konatif         | 0,540                         | 1,850      |

*Dependent Variabel : Minat*

Berdasarkan tabel di atas maka dapat di simpulkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai *Tolerance* yang melebihi 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Maka dapat dinyatakan bahwa persamaan model regresi ini tidak mengandung multikolinearitas yang artinya tidak terdapat korelasi antar setiap variabel bebas sehingga data tersebut layak untuk di gunakan pada pengujian selanjutnya.

#### 4.4.4. Uji Heterokedastisitas

Uji ini di lakukan untuk mengetahui apakah tidak terjadi kesamaan varian residual satu pengamatan kepada pengamatan yang lain. Jika varian dari residu pengamatan ke pengamatan lain berbeda berarti menandakan telah terjadi heterokedastisitas dalam model regresi tersebut. Metode dalam pengujian ini menggunakan metode uji glejser. Uji glejser adalah meregresikan variabel bebas dengan variabel absolute, jika nilai p lebih besar dari 0,05 maka dapat di katakana tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini meggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 17.0. Hasil dari uji heterokedastisitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Heterokedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)                  | -.145      | 1.678                     |       |       |                         |       |
|       | Kognitif                    | .059       | .136                      | .052  | .437  | .663                    | .750  |
|       | Afektif                     | .146       | .098                      | .218  | 1.490 | .140                    | 1.987 |
|       | Konatif                     | -.131      | .104                      | -.178 | 1.264 | .209                    | 1.850 |

a. Dependent Variable: ABS-RESS



Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat di nyatakan bahwa model dalam regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas di karenakan nilai signifikansi dari setiap variabel telah melebihi untuk tergolong heterokedastisitas (0,05). Maka dari itu dapat di simpulkan bahwa data tersebut telah layak untuk di gunakan sebagai instrument penelitian selanjutnya.

#### 4.4.5. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui bahwasanya apabila tidak terjadi autokorelasi maka uji ini telah memiliki kesamaan yang baik dan sesuai dengan yang di harapkan. Masalah autokorelasi baru muncul jika ada korelasi secara linear antara kesalahan pengganggu periode  $t$  (berada) dengan kesalahan pengganggu  $t-1$  (sebelumnya). Metode yang di gunakan untuk mencari apakah terdapat autokorelasi adalah dengan uji Durbin-Watson (DW). Dalam pengujian autokorelasi ini di gunakan aplikasi SPSS *Statistic* 17.0. Berikut adalah hasil dari uji autokorelasi:

**Tabel 4.10**  
**Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .767 <sup>a</sup> | .589     | .575              | 2.15117                    | 1.704         |

a. Predictors: (Constant), Konatif, Kognitif, Afektif

b. Dependent Variable: Minat

Dari tabel di atas dapat di nyatakan bahwa nilai dari Durbin-Watson adalah 1,704 yang merupakan tidak lebih dari +2 dan tidak kurang dari -2. Maka

dapat di simpulkan bahwa data ini telah layak untuk di gunakan sebagai instrumen penelitian selanjutnya.

## 4.5. Uji Hipotesis

### 4.5.1. Uji T

Uji T di lakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual dapat mempengaruhi variabel dependen. Pengujian ini di lakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS *Statistic 17.0*.

1. Berikut hasil uji T kognitif:

**Tabel 4.11**  
**Uji T Kognitif**

Coefficients<sup>a</sup>

| Model          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| (Constant)     | .881                        | 3.453      |                           | .255  | .799 |
| Total_Kognitif | 1.074                       | .245       | .416                      | 4.387 | .000 |

a. Dependent Variable: Total\_Minat

Dari tabel di atas dapat di ketahui bahwa variabel kognitif secara individual dapat mempengaruhi variabel dependen. Hal itu di ketahui karena nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel yaitu nilai t-hitung sebesar 4,387 sedangkan t-tabel sebesar 1,66. Dan nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 yaitu dengan nilai 0,00.

2. Berikut hasil uji T Afektif:

**Tabel 4.12**  
**Uji T Afektif**

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

| Model |               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |               | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)    | 3.598                       | 1.545      |                           | 2.329 | .022 |
|       | Total_Afektif | .982                        | .121       | .646                      | 8.123 | .000 |

a. Dependent Variable: Total\_Minat

Dari tabel di atas dapat di ketahui bahwa variabel afektif secara individual dapat mempengaruhi variabel dependen. Hal itu di ketahui karena nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel yaitu nilai t-hitung sebesar 8,123 sedangkan t-tabel sebesar 1,66. Dan nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 yaitu dengan nilai 0,00.

3. Berikut hasil uji-T Konatif:

**Tabel 4.13**  
**Uji T Konatif**

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

| Model |               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |               | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)    | 6.646                       | .922       |                           | 7.212  | .000 |
|       | Total_Konatif | 1.231                       | .118       | .737                      | 10.451 | .000 |

Dependent Variable: Total\_Minat

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel konatif secara individual dapat mempengaruhi variabel dependen. Hal itu diketahui karena nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel yaitu nilai t-hitung sebesar 10,451 sedangkan t-tabel sebesar 1,66. Dan nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 yaitu dengan nilai 0,00.

Dari setiap penjelasan masing-masing variabel di atas maka dari di simpulkan bahwa seluruh variabel independen secara parsial dapat mempengaruhi variabel dependen. Maka data ini layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian selanjutnya.

#### 4.5.2. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah seluruh variabel independen yaitu variabel kognitif, afektif dan konatif secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu variabel minat. Pengujian ini dilakukan menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 17.0. Berikut hasil Uji F:

**Tabel 4.14**

**Uji F**

ANOVA<sup>b</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 596.427        | 3  | 198.809     | 42.962 | .000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 416.477        | 90 | 4.628       |        |                   |
|       | Total      | 1012.904       | 93 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), Total\_Konatif, Total\_Kognitif, Total\_Afektif

b. Dependent Variable: Total\_Minat

Dari tabel di atas dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel independen secara simultan dapat mempengaruhi variabel dependen dengan signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F-hitung lebih besar daripada F-tabel yaitu F-hitung dengan nilai 42,962 sedangkan F-Tabel dengan nilai 3,94. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengujian ini layak untuk digunakan sebagai instrument penelitian selanjutnya.

#### 4.5.3. Koefisien Determinasi

Pengujian ini dilakukan untuk melihat kerataan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 17.0. berikut hasil uji koefisien determinasi

**Tabel 4.15**  
**Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .767 <sup>a</sup> | .589     | .575              | 2.15117                    |

a. Predictors: (Constant), konatif, kognitif, afektif

Dari tabel berikut dapat diketahui bahwa variabel kognitif, afektif dan konatif dapat menjelaskan minat masyarakat non-muslim terhadap bank syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Adjusted R Square terletak di antara nilai 0 dan 1.

## **4.6. Analisa Hasil Penelitian**

### **4.6.1. Pengaruh Persepsi Kognitif Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah**

Secara parsial hasil uji persepsi kognitif (X1) terhadap minat (Y) menunjukkan nilai sig  $0,00 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $4,387 > 1,66$ ). sehingga dapat di simpulkan bahwa persepsi kognitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan oleh Nur Rifai (2017), Munawarotul Kiptiah (2015), Eva Yasika Wijayati (2019) yang mengatakan bahwa persepsi kognitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang maka akan semakin tinggi pula kemungkinan minat seseorang terhadap suatu objek.

### **4.6.2. Pengaruh Persepsi Afektif Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah**

Secara parsial hasil uji persepsi afektif (X2) terhadap minat (Y) menunjukkan nilai sig  $0,00 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $8,123 > 1,66$ ). sehingga dapat di simpulkan bahwa persepsi afektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan oleh Nur Rifai (2017) dan Eva Yasika Wijayati (2019) yang mengatakan bahwa persepsi afektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat seseorang. Semakin tinggi tingkat afektif seseorang maka akan semakin tinggi pula minat seseorang terhadap suatu objek.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Munawarotul Kiptiah (2016) yang mengatakan bahwa persepsi afektif tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berasuransi syariah.

#### **4.6.3. Pengaruh Persepsi konatif Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah**

Secara parsial hasil uji persepsi konatif (X3) terhadap minat (Y) menunjukkan nilai sig  $0,00 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $10,451 > 1,66$ ). sehingga dapat di simpulkan bahwa persepsi konatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan oleh Nur Rifai (2017), Munawarotul Kiptiah (2015), Eva Yasika Wijayati (2019) yang mengatakan bahwa persepsi afektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat seseorang. Semakin tinggi tingkat konatif seseorang maka akan semakin tinggi pula minat seseorang terhadap suatu objek.

#### **4.6.4. Pengaruh Persepsi Kognitif, Afektif dan Konatif Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah**

Secara simultan hasil uji persepsi kognitif, afektif dan konatif (X1,X2,X3) terhadap minat (Y) menunjukkan nilai sig  $0,00 < 0,05$  dan  $f$  hitung  $> f$  tabel ( $42,962 > 3,94$ ). sehingga dapat di simpulkan bahwa persepsi konatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan oleh Nur Rifai (2017), Munawarotul Kiptiah (2015) dan Eva Yasika Wijayati (2019) yang mengatakan bahwa persepsi kognitif, afektif dan konatif berpengaruh positif dan

signifikan terhadap minat seseorang. Semakin tinggi tingkat kognitif afektif dan konatif seseorang maka akan semakin tinggi pula minat seseorang terhadap suatu objek.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis pengaruh persepsi kognitif (X1), afektif (X2), dan konatif (X3) terhadap minat (Y) dapat di ambil keputusan sebagai berikut:

1. Dari hasil perhitungan yang di dapatkan besaran pengaruh langsung persepsi kognitif terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah sebesar 4,387 (positif) dan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$ . Maka dapat di nyatakan ada pengaruh persepsi kognitif terhadap minat masyarakat non-muslim di Kota Langsa. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis Ha1 di terima, yang menyatakan persepsi kognitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Langsa.
2. Dari hasil perhitungan yang di dapatkan besaran pengaruh langsung persepsi afektif terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah sebesar 8,123 (positif) dan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$ . Maka dapat di nyatakan ada pengaruh persepsi afektif terhadap minat masyarakat non-muslim di Kota Langsa. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis Ha2 di terima, yang menyatakan persepsi afektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Langsa.
3. Dari hasil perhitungan yang di dapatkan besaran pengaruh langsung persepsi konatif terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah sebesar 10,451 (positif) dan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$ . Maka dapat di nyatakan ada pengaruh persepsi konatif terhadap minat masyarakat non-

muslim di Kota Langsa. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis Ha3 di terima, yang menyatakan persepsi konatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Langsa.

4. Dari hasil perhitungan yang di dapatkan besaran pengaruh kognitif, afektif dan konatif terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah sebesar 42,962 (positif) dan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$ . Maka dapat di nyatakan ada pengaruh variabel kognitif, afektif dan konatif secara simultan terhadap minat masyarakat non-muslim di Kota Langsa. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis Ha4 di terima, yang menyatakan persepsi kognitif, afektif dan konatif secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Langsa.
5. Berdasarkan tabel koefisien, diperoleh hasil regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,868 + 0,173X_1 + 0,385X_2 + 0,901X_3 + e$$

Model regresi linear berganda tersebut telah di uji kelayakan asumsi normalitas, linearitas, multikolinearitas dan heterokesastisitas yang hasilnya menunjukkan bahwa model regresi linear berganda tersebut telah layak untuk memprediksi variabel dependen.

6. Berdasarkan koefisien determinasi nilai adjusted R Square adalah 0,575 yang artinya bahwa adjusted R Square mampu menjelaskan variabel minat dengan signifikan. Hal ini di tujukan karena nilai 0,575 terletak di antara nilai 0-1.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan juga kesimpulan, maka terdapat beberapa saran sebagai bahan pertimbangan untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menambahkan obyek penelitian supaya menghasilkan karya yang memiliki cakupan dengan lebih luas.
2. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menambahkan jumlah responden yang ada melalui peluasan studi kasus yang melebihi wilayah Kota Langsa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Rahman Abd.1993. *Psikologi Pendidikan*.Yogyakarta: TiaraWacana
- Algifari. 2009. *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi*. Yogyakarta: BPFYogyakarta.
- Anggraeni Tjandra Elvi & Siska Rosiani Tjandra. “Hubungan Antara Komponen Kognitif, Komponen Afektif Dan Komponen Perilaku Terhadap Sikap Konsumen Memanfaatkan Teknologi Internet” dalam *jurnal Manajemen*, Volume XVII, No. 01: 42-52, Februari 2013
- Arum,putri Widyasari. 2014. “Analisis Pengaruh Aspek Pengetahuan, Aspek Ekonomi, Aspek Pelayanan dan Aspek Demografi Terhadap Keputusan PNS Menabung di Bank Syariah di Surakarta”.Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syarif Hidayatullah.
- Badan Pusat Statistika Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka 2020*,
- Bungin, Burhan. 2009.*Metodologi Penelitian Kuantitatif :KOMunikasi, ekonomi Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*.Jakarta: Kencana.
- Dini Qayyimah Fitriya , “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2018).
- Erik Mr. Trolle-Schultz, How the First Islamic Bank was Established in Europe, dalam *Islamic Banking and Finance*, Butterworths Editorial Staff, London, 1986.
- Ferdinand, *Metodologi Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002), h. 192
- Ghozali,Imam.2005.*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang, Badan Penerbit UNDIP.
- Gloria J.M Sianipar. “Consumer perception Onserviceof Grab Car In Medan” dalam *jurnal Ilmiah Simantek*, vol. 4 No. 2, Mei 2020
- Handayani2013. “Persepsi Masyarakat Terhadap Sosialisasipencalonan”skripsi fakultas syariah UGM Yogyakarta.

- Januar Qodaryadi Anggy, “Persepsi Konsumen Tentang Citra Merek, Atribut Produk Dan Harga Serta Pengaruhnya Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Smartphone” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013).
- Juliani, Azuar dan Irfan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Bandung: Citapustaka Medis Perintis
- Kiptiah. 2015. “Respon Kognitif, Afektif dan konatif Pegawai Fakultas Syariah dan Huku UIN Syarif Hidayatullah” Skripsi, fakultas syariah UIN Syarif Hidayatullah.
- Machmudah. 2009. “Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah” Skripsi, fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Maulina Nani, “Pengaruh Pemahaman Tentang Produk *Funding* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu T. Umar Langsa” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, 2018).
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Muhith Abdul. “Sejarah Perbankan Syariah” dalam jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan Volume 01, Nomor 02, September 2012,
- Prof Dr. H. Veithzal Rifai dan Ir. H. Arviyan. 2010. *ISLAMIC BANKING sebuah teori, konsep dan aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sarwoko Endi. ” Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Berkaitan dengan Penerapan Program CSR” dalam *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Volume 3 No. 2, Juni 2007,
- Siti Yunitarini, “Prospek dan kendala Bank Syariah di Ero Global, <http://www.media.neliti.com>. Diunduh tanggal 20 Februari 2021.
- Sugiono. 2008. *Metodologi Peneltitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyanto dan Purwanto Sk. 2008. *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Selemba Empat.
- Sumitro, Warkup *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lambaga-Lembaga terkait, PT Raja Grafindo Persada tahun 2004*.
- Sunyotno, Danang. 2016 *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Bandung: PT. Rafika.

Susanto, Susanto *Perkembangan Anak Usia Dini*, (Jakarta: Kencana, 2011)

Tandjung, Hendri dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Grama Publishing.

Toha, Miftah. 2003.*Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Noeng.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Kuesioner Penelitian

### PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT NON-MUSLIM TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA LANGSA

Nama Responden :

Usia :

Agama :

Petunjuk Pengisian

Bacalah setiap butir pernyataan dengan teliti kemudian beri tanda centang (✓) pada satu jawaban yang sesuai untuk setiap nomor pernyataan. Setiap responden di harapkan menyatakan satu jawaban dari setiap pernyataan dengan cara memilih: SS (Sangat Setuju), S (Setuju), KS (Kurang Setuju), TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju).

| No.                      | Pernyataan   | Pilihan jawaban |   |    |    |     |
|--------------------------|--|-----------------|---|----|----|-----|
|                          |  | SS              | S | KS | TS | STS |
| <b>Persepsi Kognitif</b> |  |                 |   |    |    |     |
| 1.                       | Pengetahuan saya Bank Syariah di Kota Langsa memiliki reputasi yang baik                                     | 5               | 4 | 3  | 2  | 1   |
| 2.                       | Saya memahami sistem operasional Bank Syariah berbeda dengan sistem operasional Bank Konvensional            | 5               | 4 | 3  | 2  | 1   |
| 3.                       | Saya menilai Bank Syariah di Kota Langsa dapat berperan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dengan baik      | 5               | 4 | 3  | 2  | 1   |
| <b>Persepsi Afektif</b>  |  |                 |   |    |    |     |
| 1.                       | Saya menerima dengan senang hati kehadiran Bank Syariah di Kota Langsa                                       | 5               | 4 | 3  | 2  | 1   |
| 2.                       | Saya merasakan manfaat kehadiran Bank Syariah di Kota Langsa   | 5               | 4 | 3  | 2  | 1   |
| 3.                       | Saya merasa prinsip Bank Syariah di Kota Langsa pasti di butuhkan oleh masyarakat seperti prinsip bagi hasil | 5               | 4 | 3  | 2  | 1   |

| <b>Persepsi Konatif</b> |  |   |   |   |   |   |
|-------------------------|--|---|---|---|---|---|
| 1.                      | Saya mencari informasi tentang Bank Syariah dari sosial media, marketing Bank Syariah dan lingkungan sekitar Kota Langsa             | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 2.                      | Saya menyempatkan waktu untuk belajar tentang Bank Syariah supaya saya dapat lebih memahami produk-produk yang ada pada Bank Syariah | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| <b>Minat</b>            |  |   |   |   |   |   |
| 1.                      | Saya berminat menggunakan jasa Bank Syariah karena lokasinya mudah saya jangkau  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 2.                      | Saya berminat untuk mengajak sanak saudara untuk menggunakan jasa Bank Syariah karena terbebas dari bunga                            | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 3.                      | Saya berminat untuk terus mempelajari tentang Bank Syariah supaya saya lebih memahami Bank Syariah                                   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4.                      | Saya berminat menggunakan jasa Bank Syariah sebagai alternatif utama saya dalam bertransaksi tentang keuangan                        | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

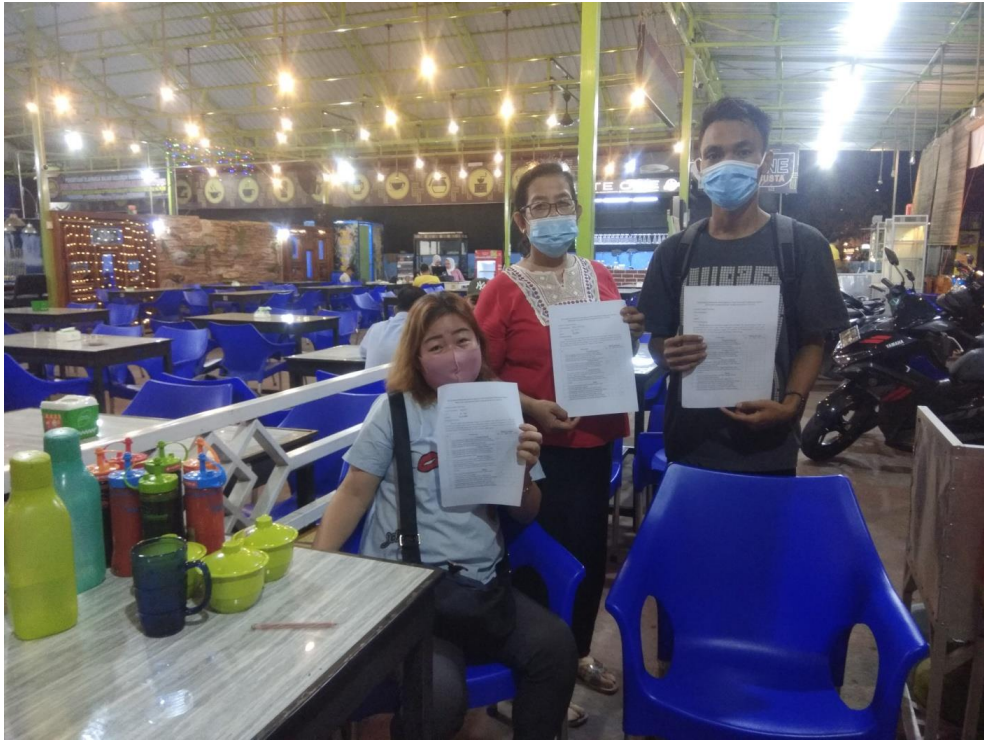


**Lampiran 2**

**Dokumentasi Penyebaran Kuesioner**







### Lampiran 3

#### Tabulasi Data Mentah

| No.Res p | Kognitif 1 | Kognitif 2 | Kognitif 3 | Skor Kognitif |
|----------|------------|------------|------------|---------------|
| 1        | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 2        | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 3        | 4          | 4          | 4          | 12            |
| 4        | 4          | 4          | 3          | 11            |
| 5        | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 6        | 4          | 4          | 4          | 12            |
| 7        | 4          | 3          | 5          | 12            |
| 8        | 4          | 4          | 5          | 13            |
| 9        | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 10       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 11       | 4          | 4          | 5          | 13            |
| 12       | 4          | 4          | 5          | 13            |
| 13       | 3          | 3          | 5          | 11            |
| 14       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 15       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 16       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 17       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 18       | 4          | 4          | 5          | 13            |
| 19       | 4          | 3          | 5          | 12            |
| 20       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 21       | 4          | 3          | 5          | 12            |
| 22       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 23       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 24       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 25       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 26       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 27       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 28       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 29       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 30       | 2          | 2          | 5          | 9             |
| 31       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 32       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 33       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 34       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 35       | 5          | 5          | 5          | 15            |
| 36       | 4          | 4          | 5          | 13            |

|    |   |   |   |    |
|----|---|---|---|----|
| 37 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 39 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 40 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 44 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 45 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 46 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 47 | 4 | 3 | 5 | 12 |
| 48 | 5 | 3 | 5 | 13 |
| 49 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 52 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 53 | 3 | 3 | 5 | 11 |
| 54 | 5 | 3 | 5 | 13 |
| 55 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 57 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 59 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 60 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 64 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 66 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 68 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 69 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 70 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 71 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 74 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 75 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 76 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 77 | 4 | 4 | 5 | 13 |

|    |   |   |   |    |
|----|---|---|---|----|
| 78 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 80 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 81 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 82 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 83 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 84 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 86 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 87 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 88 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 89 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 90 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 91 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 92 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 93 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 94 | 4 | 4 | 5 | 13 |

| No. Resp | Afektif 1 | Afektif 2 | Afektif 3 | skor Afektif |
|----------|-----------|-----------|-----------|--------------|
| 1        | 4         | 4         | 3         | 11           |
| 2        | 4         | 5         | 4         | 13           |
| 3        | 4         | 4         | 4         | 12           |
| 4        | 3         | 3         | 3         | 9            |
| 5        | 5         | 5         | 5         | 15           |
| 6        | 3         | 3         | 3         | 9            |
| 7        | 3         | 3         | 3         | 9            |
| 8        | 5         | 5         | 5         | 15           |
| 9        | 4         | 4         | 5         | 13           |
| 10       | 5         | 5         | 3         | 13           |
| 11       | 3         | 3         | 3         | 9            |
| 12       | 3         | 3         | 3         | 9            |
| 13       | 5         | 5         | 2         | 12           |
| 14       | 5         | 5         | 5         | 15           |
| 15       | 4         | 4         | 4         | 12           |
| 16       | 4         | 4         | 4         | 12           |
| 17       | 4         | 4         | 4         | 12           |
| 18       | 2         | 3         | 3         | 8            |
| 19       | 5         | 5         | 3         | 13           |
| 20       | 5         | 3         | 3         | 11           |
| 21       | 4         | 4         | 4         | 12           |

|    |   |   |   |    |
|----|---|---|---|----|
| 22 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 23 | 5 | 5 | 3 | 13 |
| 24 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 25 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 27 | 4 | 5 | 2 | 11 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 30 | 2 | 2 | 2 | 6  |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 33 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 9  |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 39 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 40 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 9  |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 44 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 46 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 47 | 3 | 3 | 3 | 9  |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 9  |
| 49 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 52 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 9  |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 9  |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 57 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 59 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 9  |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 15 |

|    |   |   |   |    |
|----|---|---|---|----|
| 63 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 68 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 71 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 74 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 75 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 78 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 80 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 83 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 84 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 87 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 94 | 3 | 3 | 3 | 9  |

| No. Resp | Konatif 1 | Konatif 2 | Skor Konatif |
|----------|-----------|-----------|--------------|
| 1        | 4         | 4         | 8            |
| 2        | 5         | 5         | 10           |
| 3        | 4         | 4         | 8            |
| 4        | 3         | 3         | 6            |



|    |   |   |    |
|----|---|---|----|
| 5  | 5 | 5 | 10 |
| 6  | 3 | 3 | 6  |
| 7  | 3 | 3 | 6  |
| 8  | 5 | 5 | 10 |
| 9  | 4 | 4 | 8  |
| 10 | 3 | 4 | 7  |
| 11 | 3 | 3 | 6  |
| 12 | 3 | 3 | 6  |
| 13 | 2 | 2 | 4  |
| 14 | 5 | 5 | 10 |
| 15 | 3 | 3 | 6  |
| 16 | 3 | 3 | 6  |
| 17 | 3 | 3 | 6  |
| 18 | 1 | 1 | 2  |
| 19 | 2 | 2 | 4  |
| 20 | 3 | 3 | 6  |
| 21 | 2 | 2 | 4  |
| 22 | 5 | 5 | 10 |
| 23 | 3 | 2 | 5  |
| 24 | 4 | 5 | 9  |
| 25 | 3 | 3 | 6  |
| 26 | 4 | 4 | 8  |
| 27 | 3 | 3 | 6  |
| 28 | 4 | 4 | 8  |
| 29 | 4 | 4 | 8  |
| 30 | 2 | 2 | 4  |
| 31 | 4 | 4 | 8  |
| 32 | 5 | 5 | 10 |
| 33 | 4 | 5 | 9  |
| 34 | 5 | 5 | 10 |
| 35 | 5 | 5 | 10 |
| 36 | 4 | 4 | 8  |
| 37 | 3 | 3 | 6  |
| 38 | 3 | 3 | 6  |
| 39 | 5 | 4 | 9  |
| 40 | 5 | 5 | 10 |
| 41 | 3 | 3 | 6  |
| 42 | 4 | 5 | 9  |
| 43 | 4 | 4 | 8  |
| 44 | 5 | 4 | 9  |
| 45 | 5 | 5 | 10 |

|    |   |   |    |
|----|---|---|----|
| 46 | 4 | 5 | 9  |
| 47 | 2 | 2 | 4  |
| 48 | 2 | 2 | 4  |
| 49 | 3 | 3 | 6  |
| 50 | 4 | 4 | 8  |
| 51 | 5 | 5 | 10 |
| 52 | 4 | 5 | 9  |
| 53 | 3 | 3 | 6  |
| 54 | 3 | 3 | 6  |
| 55 | 4 | 4 | 8  |
| 56 | 5 | 5 | 10 |
| 57 | 5 | 5 | 10 |
| 58 | 5 | 5 | 10 |
| 59 | 3 | 3 | 6  |
| 60 | 4 | 4 | 8  |
| 61 | 3 | 3 | 6  |
| 62 | 5 | 5 | 10 |
| 63 | 4 | 4 | 8  |
| 64 | 3 | 3 | 6  |
| 65 | 5 | 5 | 10 |
| 66 | 4 | 4 | 8  |
| 67 | 4 | 4 | 8  |
| 68 | 5 | 5 | 10 |
| 69 | 4 | 4 | 8  |
| 70 | 4 | 4 | 8  |
| 71 | 3 | 3 | 6  |
| 72 | 5 | 5 | 10 |
| 73 | 3 | 3 | 6  |
| 74 | 5 | 5 | 10 |
| 75 | 5 | 5 | 10 |
| 76 | 5 | 5 | 10 |
| 77 | 4 | 4 | 8  |
| 78 | 2 | 2 | 4  |
| 79 | 5 | 5 | 10 |
| 80 | 3 | 2 | 5  |
| 81 | 4 | 4 | 8  |
| 82 | 4 | 4 | 8  |
| 83 | 4 | 3 | 7  |
| 84 | 4 | 4 | 8  |
| 85 | 4 | 4 | 8  |
| 86 | 4 | 4 | 8  |

|    |   |   |    |
|----|---|---|----|
| 87 | 5 | 5 | 10 |
| 88 | 4 | 4 | 8  |
| 89 | 4 | 4 | 8  |
| 90 | 4 | 5 | 9  |
| 91 | 4 | 4 | 8  |
| 92 | 3 | 3 | 6  |
| 93 | 3 | 3 | 6  |
| 94 | 2 | 2 | 4  |

| No. Resp | Minat 1 | Minat 2 | Minat 3 | Minat 4 | minat |
|----------|---------|---------|---------|---------|-------|
| 1        | 4       | 3       | 4       | 2       | 13    |
| 2        | 5       | 5       | 5       | 5       | 20    |
| 3        | 4       | 4       | 4       | 4       | 16    |
| 4        | 3       | 4       | 3       | 1       | 11    |
| 5        | 5       | 5       | 5       | 5       | 20    |
| 6        | 3       | 4       | 3       | 3       | 13    |
| 7        | 4       | 4       | 3       | 1       | 12    |
| 8        | 5       | 5       | 5       | 5       | 20    |
| 9        | 5       | 5       | 5       | 5       | 20    |
| 10       | 5       | 5       | 3       | 2       | 15    |
| 11       | 4       | 4       | 4       | 4       | 16    |
| 12       | 4       | 4       | 4       | 4       | 16    |
| 13       | 2       | 3       | 2       | 2       | 9     |
| 14       | 5       | 5       | 5       | 5       | 20    |
| 15       | 5       | 5       | 2       | 4       | 16    |
| 16       | 5       | 5       | 2       | 4       | 16    |
| 17       | 4       | 4       | 2       | 4       | 14    |
| 18       | 2       | 2       | 2       | 2       | 8     |
| 19       | 5       | 4       | 3       | 1       | 13    |
| 20       | 4       | 4       | 4       | 4       | 16    |
| 21       | 3       | 4       | 4       | 4       | 15    |
| 22       | 5       | 5       | 5       | 5       | 20    |
| 23       | 2       | 4       | 3       | 2       | 11    |
| 24       | 5       | 5       | 5       | 5       | 20    |
| 25       | 4       | 4       | 3       | 2       | 13    |
| 26       | 5       | 5       | 5       | 5       | 20    |
| 27       | 5       | 5       | 5       | 5       | 20    |
| 28       | 4       | 4       | 4       | 4       | 16    |
| 29       | 4       | 4       | 4       | 4       | 16    |
| 30       | 2       | 2       | 2       | 2       | 8     |

|    |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|----|
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 37 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 39 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 40 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 41 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 44 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 45 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 47 | 4 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 48 | 4 | 3 | 3 | 2 | 12 |
| 49 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 |
| 50 | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 52 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 54 | 5 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 57 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 61 | 5 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 68 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 71 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 |

|    |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|----|
| 72 | 4 | 4 | 2 | 2 | 12 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 74 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 78 | 3 | 4 | 1 | 1 | 9  |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 80 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 |
| 81 | 3 | 4 | 3 | 1 | 11 |
| 82 | 2 | 4 | 4 | 3 | 13 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 84 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 87 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 90 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 92 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 93 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 94 | 4 | 3 | 2 | 2 | 11 |

## Lampiran 4

### Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Hasil uji validitas kognitif

|            |                     | Correlations |            |            |            |
|------------|---------------------|--------------|------------|------------|------------|
|            |                     | Kognitif_1   | Kognitif_2 | Kognitif_3 | SKor_Total |
| Kognitif_1 | Pearson Correlation | 1            | .768**     | .173       | .918**     |
|            | Sig. (2-tailed)     |              | .000       | .096       | .000       |
|            | N                   | 94           | 94         | 94         | 94         |
| Kognitif_2 | Pearson Correlation | .768**       | 1          | .120       | .927**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000         |            | .249       | .000       |
|            | N                   | 94           | 94         | 94         | 94         |
| Kognitif_3 | Pearson Correlation | .173         | .120       | 1          | .342**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .096         | .249       |            | .001       |
|            | N                   | 94           | 94         | 94         | 94         |
| SKor_Total | Pearson Correlation | .918**       | .927**     | .342**     | 1          |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000       | .001       |            |
|            | N                   | 94           | 94         | 94         | 94         |

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

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)

### Hasil Uji Validitas Afektif

#### Correlations

|            |                     | Afektif_1 | Afektif_2 | Afektif_3 | Skor_Total |
|------------|---------------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Afektif_1  | Pearson Correlation | 1         | .864**    | .676**    | .924**     |
|            | Sig. (2-tailed)     |           | .000      | .000      | .000       |
|            | N                   | 94        | 94        | 94        | 94         |
| Afektif_2  | Pearson Correlation | .864**    | 1         | .701**    | .933**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000      |           | .000      | .000       |
|            | N                   | 94        | 94        | 94        | 94         |
| Afektif_3  | Pearson Correlation | .676**    | .701**    | 1         | .877**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000      | .000      |           | .000       |
|            | N                   | 94        | 94        | 94        | 94         |
| Skor_Total | Pearson Correlation | .924**    | .933**    | .877**    | 1          |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000      | .000      | .000      |            |
|            | N                   | 94        | 94        | 94        | 94         |

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

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)

### Hasil Uji Validitas Konatif

#### Correlations

|            |                     | Konatif_1 | Konatif_2 | Skor_total |
|------------|---------------------|-----------|-----------|------------|
| Konatif_1  | Pearson Correlation | 1         | .938**    | .983**     |
|            | Sig. (2-tailed)     |           | .000      | .000       |
|            | N                   | 94        | 94        | 94         |
| Konatif_2  | Pearson Correlation | .938**    | 1         | .985**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000      |           | .000       |
|            | N                   | 94        | 94        | 94         |
| Skor_total | Pearson Correlation | .983**    | .985**    | 1          |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000      | .000      |            |
|            | N                   | 94        | 94        | 94         |

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

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)



## Hasil Uji Validitas Minat

## Correlations

|            |                     | Minat_1 | Minat_2 | Minat_3 | Minat_4 | Skor_Total |
|------------|---------------------|---------|---------|---------|---------|------------|
| Minat_1    | Pearson Correlation | 1       | .681**  | .571**  | .587**  | .793**     |
|            | Sig. (2-tailed)     |         | .000    | .000    | .000    | .000       |
|            | N                   | 94      | 94      | 94      | 94      | 94         |
| Minat_2    | Pearson Correlation | .681**  | 1       | .670**  | .653**  | .842**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000    |         | .000    | .000    | .000       |
|            | N                   | 94      | 94      | 94      | 94      | 94         |
| Minat_3    | Pearson Correlation | .571**  | .670**  | 1       | .830**  | .905**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000    | .000    |         | .000    | .000       |
|            | N                   | 94      | 94      | 94      | 94      | 94         |
| Minat_4    | Pearson Correlation | .587**  | .653**  | .830**  | 1       | .914**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000    | .000    | .000    |         | .000       |
|            | N                   | 94      | 94      | 94      | 94      | 94         |
| Skor_Total | Pearson Correlation | .793**  | .842**  | .905**  | .914**  | 1          |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000    | .000    | .000    | .000    |            |
|            | N                   | 94      | 94      | 94      | 94      | 94         |

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

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)

**b. Uji Reliabilitas**

Hasil Uji Reliabilitas Kognitif

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .671                   | 3          |

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)

Hasil Uji Reliabilitas Afektif

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .896                   | 3          |

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)

Hasil Uji Reliabilitas Konatif

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .967                   | 2          |

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)

Hasil Uji Reliabilitas Minat

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .879                   | 4          |

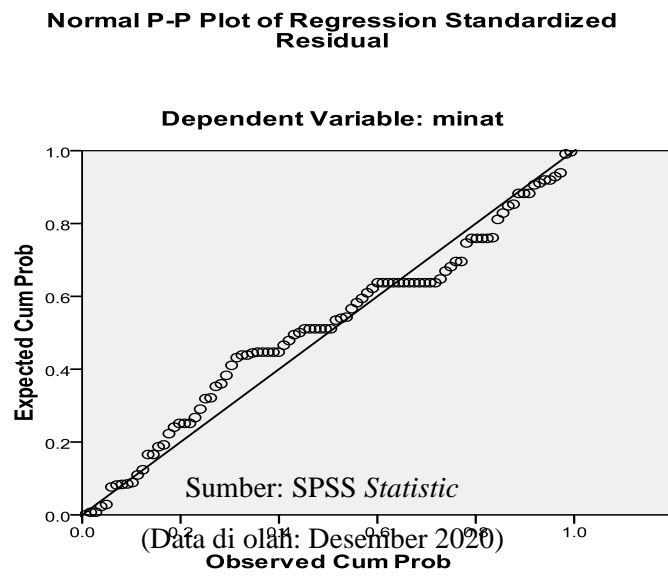
Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)

## Lampiran 5

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas



### b. Uji Multikolinearitas

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

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant) | 1.868                       | 2.487      |                           | .751  | .454 |                         |       |
|       | kognitif   | .173                        | .202       | .067                      | .857  | .394 | .750                    | 1.334 |
|       | afektif    | .385                        | .145       | .253                      | 2.661 | .009 | .503                    | 1.987 |
|       | konatif    | .901                        | .154       | .539                      | 5.863 | .000 | .540                    | 1.850 |

a. Dependent Variable: minat

Sumber: SPSS *Statistic*  
(Data di olah: Desember 2020)

### c. Uji Heterokedastisitas

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

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant) | -.145                       | 1.678      |                           | -.086  | .931 |                         |       |
|       | kognitif   | .059                        | .136       | .052                      | .437   | .663 | .750                    | 1.334 |
|       | afektif    | .146                        | .098       | .218                      | 1.490  | .140 | .503                    | 1.987 |
|       | konatif    | -.131                       | .104       | -.178                     | -1.264 | .209 | .540                    | 1.850 |

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

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant) | -.145                       | 1.678      |                           | -.086  | .931 |                         |       |
| kognitif     | .059                        | .136       | .052                      | .437   | .663 | .750                    | 1.334 |
| afektif      | .146                        | .098       | .218                      | 1.490  | .140 | .503                    | 1.987 |
| konatif      | -.131                       | .104       | -.178                     | -1.264 | .209 | .540                    | 1.850 |

a. Dependent Variable: ABS-RESS

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)

d. Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .767 <sup>a</sup> | .589     | .575              | 2.15117                    | 1.704         |

a. Predictors: (Constant), Konatif, Kognitif, Afektif

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .767 <sup>a</sup> | .589     | .575              | 2.15117                    | 1.704         |

a. Predictors: (Constant), Konatif, Kognitif, Afektif

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)

## Lampiran 6

## Uji Hipotesis

## a. Uji T

## 1. Uji T Kognitif

Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .767 <sup>a</sup> | .589     | .575              | 2.15117                    | 1.704         |

a. Predictors: (Constant), Konatif, Kognitif, Afektif

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)

## 2. Uji T Afektif

Coefficients<sup>a</sup>

| Model |               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |               | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)    | 3.598                       | 1.545      |                           | 2.329 | .022 |
|       | Total_Afektif | .982                        | .121       | .646                      | 8.123 | .000 |

a. Dependent Variable: Total\_Minat

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)

### 3. Uji T Konatif

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

| Model |               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |               | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)    | 6.646                       | .922       |                           | 7.212  | .000 |
|       | Total_Konatif | 1.231                       | .118       | .737                      | 10.451 | .000 |

a. Dependent Variable: Total\_Minat

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)

### b. Uji F

**ANOVA<sup>b</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 596.427        | 3  | 198.809     | 42.962 | .000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 416.477        | 90 | 4.628       |        |                   |
|       | Total      | 1012.904       | 93 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), Total\_Konatif, Total\_Kognitif, Total\_Afektif

b. Dependent Variable: Total\_Minat

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)

### c. Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .767 <sup>a</sup> | .589     | .575              | 2.15117                    |

a. Predictors: (Constant), konatif, kognitif, afektif

Sumber: SPSS *Statistic*

(Data di olah: Desember 2020)



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Sakbanuddin  
Nim : 4012016098  
Tempat/tgl. Lahir : Besitang, 22 Desember 1997  
Alamat : Simpang Kampung Lama Kecamatan Besitang  
Email : Sakbanuddins@gmail.com  
Nomor HP/WA : 082278861386

### RIWAYAT PENDIDIKAN

| JENJANG | LEMBAGA              | TEMPAT            | TAHUN              |
|---------|----------------------|-------------------|--------------------|
| SD      | SDN 050785           | Besitang          | 2004-2010          |
| SMP/MTS | MTs Negeri 2 Langkat | Kabupaten Langkat | 2010-2013          |
| SMA/MA  | MASp Negeri Besitang | Besitang          | 2013-2016          |
| S1      | IAIN LANGSA          | LANGSA            | SEDANG BERLANGSUNG |

### RIWAYAT ORGANISASI

| NAMA LEMBAGA                            | JABATAN                           | TAHUN |
|---|-----------------------------------|-------|
| Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas FEBI | Anggota                           | 2017  |
| DEMA IAIN LANGSA                        | Menteri Dalam Negeri              | 2020  |
| Himpunan Mahasiswa Islam                | Ketua Bidang Pemberdayaan Anggota | 2021  |

Hormat Saya

Sakbanuddin