



**DETERMINAN MINAT GURU SD SWASTA 117  
ISLAM TERPADU ADNANI PANYABUNGAN  
DALAM MEMANFAATKAN  
BANK SYARIAH**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan syarat-syarat*

*Mencapai Gelar Sarjana ekonomi (SE)*

*dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**MIFTAHUL HASANAH NST**

**NIM: 1840100116**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2022**



**DETERMINAN MINAT GURU SD SWASTA 117  
ISLAM TERPADU ADNANI PANYABUNGAN  
DALAM MEMANFAATKAN  
BANK SYARIAH**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan syarat-syarat*

*Mencapai Gelar Sarjana ekonomi (SE)*

*dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**MIFTAHUL HASANAH NST**

**NIM: 18 401 00116**

**PEMBIMBING I**

**Windari, SE., MA.  
NIP. 198305102015032003**

**PEMBIMBING II**

**Ja'far Nasution, M.E.I.  
NIDN. 2004088205**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2022**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. MIFTAHUL HASANAH NST  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 03 Juni 2022  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidempuan  
Di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. MIFTAHUL HASANAH NST yang berjudul "Determinan Minat Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungon dalam Memanfaatkan Bank Syariah", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Windari, S.E, M.A**  
**NIP. 198603112015031005**

**PEMBIMBING II**

**Ja'far Nasution, M.E.I.**  
**NIDN. 2004088205**

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Miftahul Hasanah Nst**

NIM : 18 401 00116

Fakultas/Prodi : **Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah**

Judul Skripsi : **Determinan Minat Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam Memanfaatkan Bank Syariah**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 03 Juni 2022

Saya yang Menyatakan,



**MIFTAHUL HASANAH NST**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.  
Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : MIFTAHUL HASANAH NST  
NIM : 18 401 00116  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi


Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Determinan Minat Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan Dalam Memanfaatkan Bank Syariah”**.

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Padangsidempuan  
Pada tanggal: 03 Juni 2022  
Yang menyatakan,



  
MIFTAHUL HASANAH NST  
NIM.18 401 00116



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5SihitangPadangsidimpuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Nama** : Miftahul Hasanah Nst  
**NIM** : 18 401 00116  
**Fakultas/ Prodi** : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah  
**Judul Skripsi** : Determinan Minat Guru SD Swasta 117 Islam  
Terpadu Adnani Panyabungan dalam  
Memanfaatkan Bank Syariah

**Ketua,**

**Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si.**  
NIP. 197905252006041004

**Sekretaris,**

**Sry Lestari, S.H.I., M.E.I.**  
NIP. 198905052019032008

**Anggota**

**Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si.**  
NIP. 197905252006041004

**Sry Lestari, S.H.I., M.E.I.**  
NIP. 198905052019032008

**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M.**  
NIP. 197907202011011005

**Windari, SE., M.A.**  
NIP. 198305102015032003

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Selasa, 07 Juni 2022  
**Pukul** : 14.00 WIB s/d 17.00 WIB  
**Hasil/Nilai** : Lulus / 72,75 (B)  
**Indeks Prestasi Kumulatif** : 3,81  
**Predikat** : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN MINAT GURU SD SWASTA 117  
ISLAM TERPADU ADNANI PANYABUNGAN  
DALAM MEMANFAATKAN BANK SYARIAH**

**NAMA : MIFTAHUL HASANAH NST**  
**NIM : 18 401 00116**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 07 Juni 2022



**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si**  
NIP. 19700818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama : MIFTAHUL HASANAH NST**  
**NIM : 18 401 00116**  
**Judul Skripsi :**  
**Determinan Minat Guru SD Swasata 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungon Dalam Memanfaatkan Bank Syariah.**

Masalah dalam penelitian ini adalah adanya kewajiban bagi setiap guru di SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungon menjadi nasabah di bank syariah. Akan tetapi bank syariah tersebut hanya digunakan untuk mencairkan gaji bulanan saja, dan dijadikan sebagai alat transit gaji yang langsung diambil. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial terhadap minat guru dalam memanfaatkan bank syariah secara parsial maupun simultan?.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan minat, promosi, pelayanan, pengetahuan, dan kelas sosial guru dalam memanfaatkan bank syariah. Sehubungan dengan dengan ini pendekatan yang dilakukan adalah teori – teori yang berkaitan dengan bidang tersebut.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi dan angket dengan jumlah sampel 44 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikoloniaritas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji analisis regresi linier berganda, uji t (Parsial), uji f (Simultan) dengan menggunakan alat bantu SPSS 23.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel promosi tidak memiliki pengaruh terhadap minat guru dalam memanfaatkan bank syariah. Variabel pelayanan menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh terhadap minat guru dalam memanfaatkan bank syariah. Variabel pengetahuan menunjukkan hasil bahwa tidak ada pengaruh terhadap minat guru dalam memanfaatkan bank syariah. Kelas sosial menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh terhadap minat guru dalam memanfaatkan bank syariah. Sedangkan secara simultan menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh variabel promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial terhadap minat guru dalam memanfaatkan bank syariah.

**Kata Kunci : Promosi, Pelayanan, Pengetahuan, Kelas Sosial, Minat**



## KATA PENGANTAR



*Assalaamu'alaikum WarahmatullahiWabarakatuh*

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Determinan Minat Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan Dalam Memanfaatkan Bank Syariah ”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan

Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M. Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Replita, M. Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S. E. I, M. A. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution M. Pd. selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Ibu Windari, SE., MA. selaku Pembimbing I dan Bapak Ja'far Nasution, M.E.I. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
6. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta M. Jamil dan Ibunda tercinta Nurlia Lubis yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang dukungan moral dan material serta doa-doa mulia yang selalu di panjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas

perjuangan beliau dengan surga firdaus-Nya, serta kepada seluruh keluarga dan saudara kandung saya, kakak saya Rabiatul Adawiyah, abang saya Bripka Mhd. Yamin, kakak saya Zamriah S.Pd, kakak saya Rodiah, kakak saya Raisyah S.Pd, abang saya Mhd. Ikhwan S.E, abang saya Mhd. Rusdan S.kom, abang saya Mhd. Rusman, abang saya Mhd. As'ad Nst S.Pd dan semua abang ipar dan kakak ipar saya yang paling berjasa dalam hidup penulis. Do'a dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

7. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan keluarga besar PS-3 angkatan 2018 Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, Aamiin.
8. Terima kasih kepada abang-abang dan kakak-kakak musyrif-musyrifah Ma'had Al-Jami'ah IAIN Padangsidempuan, teman-teman Generasi Baru (GENBI 3), dan semua teman-teman satu kos saya, serta seluruh mahasiswa mahasiswi IAIN Padangsidempuan angkatan 2018, semoga kita sama-sama meraih gelar sarjana dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, Aamiin.
9. Terima kasih kepada teman-teman KKL dan Magang yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian hingga selesainya skripsi ini.

10. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Disini peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan,            Juni  
2022

**MIFTAHUL HASANAH NST**  
**NIM. 18 401 00116**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	ṣad	ṣ	Es dan ye
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
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	..’..	Apostrof
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 adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— ˘	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

## 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

#### **4. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam siste 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.

#### **5. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **6. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### **7. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua Carabisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

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

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

## **9. Tajwid**

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	6
D. Defenisi Operasional Variabel .....	6
E. Rumusan Masalah.....	7
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Kegunaan Penelitian .....	9
H. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
<b>A. Kerangka Teori.....</b>	<b>12</b>
1. Minat.....	12
a. Pengertian Minat .....	12
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat .....	12
c. Unsur-unsur Minat .....	14
2. Pengertian Faktor-faktor.....	14
3. Guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan .....	15
4. Bank Syariah.....	15
a. Pengertian Bank Syariah .....	15
5. Promosi .....	17
a. Pengertian Promosi .....	17
b. Fungsi Promosi .....	18
c. Sarana Promosi Perbankan.....	20
6. Pelayanan.....	20
a. Pengertian Pelayanan .....	20
b. Pelayanan dalam Perfektif Islam .....	21
c. Dimensi Pelayanan.....	23
d. Macam-macam Pelayanan .....	25
e. Tujuan Pelayanan .....	26

f. Sikap-sikap untuk Melayani Nasabah .....	27
g. Etika Pelayanan.....	28
7. Pengetahuan.....	28
a. Pengertian Pengetahuan .....	28
b. Jenis-jenis Pengetahuan .....	30
8. Kelas Sosial .....	31
a. Pengertian Kelas Sosial.....	31
b. Indikator Kelas Sosial.....	33
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>35</b>
<b>C. Kerangka Pikir .....</b>	<b>38</b>
<b>D. Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>39</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
B. Jenis Penelitian .....	42
C. Populasi dan Sampel.....	42
D. Sumber Data .....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
<b>A. Gambaran SD S 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan ....</b>	<b>53</b>
1. Sejarah Singkat SD S 117 Islam Terpadu Adnani .....	53
2. Tujuan SD S 117 Islam Terpadu Adnani.....	53
3. Visi dan Misi SD S 117 Islam Terpadu Adnani .....	54
4. Struktur Organisasi SD S 117 Islam Terpadu Adnani .....	55
<b>B. Hasil Analisis Data.....</b>	<b>56</b>
1. Uji Validitas .....	56
2. Uji Reliabilitas .....	58
3. Uji Normalitas.....	59
4. Uji Asumsi Klasik.....	60
5. Uji Koefisien Determinasi .....	62
6. Uji Regresi Berganda.....	63
7. Uji Hipotesis .....	65
<b>C. Pembahasan Hasil Analisis Data.....</b>	<b>68</b>
<b>D. Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>71</b>
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel I.1	Defenisi Operasional Variabel .....	6
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel III.1	Skor Penilaian Angket.....	42
Tabel III.2	Kisi-kisi Kuesioner Faktor yang Mempengaruhi Minat .....	43
Tabel III.3	Kisi-kisi Kuesioner Minat .....	43
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	53
Tabel IV.2	Uji Validitas Variabel Pelayanan .....	54
Tabel IV.3	Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan.....	55
Tabel IV.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kelas Sosial .....	55
Tabel IV.5	Hasil Uji Validitas Variabel Minat.....	56
Tabel IV.6	Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel IV.7	Hasil Uji Multikolinieritas .....	58
Tabel IV.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60
Tabel IV.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	60
Tabel IV.10	Hasil Uji Regresi Berganda .....	61
Tabel IV.11	Hasil Uji t.....	63
Tabel IV.12	Hasil Uji F.....	65

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar II.I Kerangka Pikir.....	38
Gambar IV.II Hasil Uji Normalitas.....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Angket Penelitian**
- Lampiran 2 : Tabulasi Angket:**  
Tabulasi Angket Promosi (X1), Tabulasi Angket Pelayanan (X2), Tabulasi Angket Pengetahuan (X3), Tabulasi Angket Kelas Sosial (X4), Tabulasi Angket Minat (Y).
- Lampiran 3 : Uji Validitas:**  
*Output* Uji Validitas Promosi (X1), Uji Validitas Pelayanan (X2), Uji Validitas Pengetahuan (X3), dan Uji Validitas Kelas Sosial, Uji Validitas Minat (Y).
- Lampiran 4 : Uji Reabilitas:**  
*Output* Uji Reabilitas Promosi (X1), Uji Reabilitas Pelayanan (X2), Uji Reabilitas Pengetahuan (X3), dan Uji Reabilitas Kelas Sosial, Uji Reliabilitas Minat (Y).
- Lampiran 5 : Uji Normalitas :**  
*Output* SPSS 23 Uji Normalitas.
- Lampiran 6 : Uji Multikoloniaritas:**  
*Output* SPSS 23 Uji Multikoloniaritas.
- Lampiran 7 : Uji Heteroskedastisitas:**  
*Output* SPSS 23 Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 8 : Koefisien Determinasi:**  
*Output* SPSS 23 Koefisien Determinasi.
- Lampiran 9 : Analisis Regresi Berganda:**  
*Output* SPSS 23 Analisis Regresi Berganda
- Lampiran 10 : Uji Hipotesis:** *Output* SPSS 23 uji t, *Output* SPSS 23 Uji f.
- Lampiran 11 : Dokumentasi**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia ditandai dengan perkembangan bank dan lembaga keuangan syariah. Kebijakan pemerintah terhadap perbankan syariah di Indonesia terdapat dalam Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan dan Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 tahun 1992. Berdasarkan kebijakan tersebut, perkembangan kebijakan perbankan Islam di Indonesia dapat diklasifikasikan dalam dua periode, yaitu periode 1992-1998 dan periode 1998-1999.<sup>1</sup>

Bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, termasuk unit usaha syariah, dan kantor cabang bank asing yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Pada saat ini bank syariah sudah tersebar ke berbagai provinsi di Indonesia walaupun jumlahnya masih sedikit. Pada kenyataannya di lapangan, sektor jasa keuangan masih didominasi oleh bank konvensional padahal mayoritas penduduk kita adalah muslim. Keadaan ini diduga disebabkan oleh beberapa faktor di antaranya faktor lokasi, kepercayaan, pengetahuan, promosi, kualitas, dan lain-lainnya.

Minat menabung memiliki pengertian tersendiri dan diduga disebabkan oleh beberapa faktor. Dalam hal ini, minat menabung

---

<sup>1</sup> Dwi Suwiknyo, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hlm. 1-2.

merupakan dorongan seseorang yang menyebabkan seseorang tersebut menyimpan uangnya di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati antara bank dengan nasabah. Secara umum, minat merupakan suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian seseorang pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang.

Promosi dapat didefinisikan sebagai sarana yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merek yang akan dijual dengan harapan konsumen membeli produk tersebut. Bank syariah harus melakukan promosi agar masyarakat lebih banyak mengenal bank syariah, produk-produk dan sistem pada bank syariah.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam melayani dan penyampaian informasi guna memenuhi harapan konsumen. Masyarakat masih meragukan prosedur syariah Islam di bank syariah. Keunggulan jika kita menggunakan bank syariah, kita dapat terbebas dari riba karena sistem operasional pada bank syariah itu menggunakan sistem bagi hasil.

Pengetahuan merupakan semua informasi serta pengetahuan lainnya yang dimiliki konsumen terkait dengan suatu produk dan jasa yang ditawarkan. Masyarakat terlebih dahulu harus mengetahui bagaimana sistem bank tempat ia menabung serta produk-produk yang ditawarkan oleh bank

tersebut. Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah di duga menyebabkan minat masyarakat untuk menabung menjadi berkurang.<sup>2</sup>

Pesatnya perkembangan teknologi dan sudah tumbuh kembangnya bank syariah hingga ke seluruh wilayah Indonesia akhirnya menimbulkan banyak tanggapan masyarakat terhadap bank syariah. Tanggapan tersebut muncul dari masyarakat terhadap bank syariah. Tanggapan tersebut muncul dari masyarakat yang sudah berprofesi sebagai Guru di SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan. Menurut Moh. Uzer Isman, “Selain dalam bidang profesi, guru juga mempunyai tugas dalam mengajari masyarakat ke arah yang lebih baik dan sebagai agen pembaharuan bagi masyarakat”. Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan adalah pendidikan dengan melalui ajaran-ajaran Agama Islam yaitu berupa bimbingan dan asuhan terhadap anak didik agar nanti setelah selesai dari pendidikan dia dapat menghayati, memahami, dan mengamalkan ajaran Islam yang telah diyakini secara menyeluruh dalam hidup dan penghidupannya.<sup>3</sup>

Kabupaten Mandailing Natal menjadi salah satu bukti tumbuh dan berkembangnya perbankan syariah di Indonesia. Besarnya pengaruh guru di SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam lingkungan sekolah maupun masyarakat menjadikan mereka sangat berpotensi dalam menumbuh kembangkan perbankan syariah di Indonesia. Guru SD Swasta

---

<sup>2</sup>Titin Agustin Ningsih, dkk. “Determinan minat menabung masyarakat di JBB Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi”. *Journal of Business and Banking*. Vol, 11 No, 1. (2021). 93-94.

<sup>3</sup>Dahlan, *Menjadi Guru Yang Bening Hati*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2012), hlm. 4



117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan berjumlah 44 orang diantaranya 9 orang laiki-laki dan 35 orang perempuan, namun masing-masing guru tersebut mempunyai tanggapan dan pemikiran yang berbeda-beda dalam menanggapi mengenai bank syariah.

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, peneliti menemukan beberapa tanggapan guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dengan bank syariah. Menurut guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan kehadiran bank syariah itu sangat bagus. Walaupun dalam kenyataan penerapan bank syariah itu masih belum benar-benar bisa diaplikasikan sepenuhnya, setidaknya guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan sudah hijrah dan beralih menggunakan bank syariah, sehingga terhindar dari riba. Adanya promosi yang dilakukan oleh pihak bank syariah terhadap guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan yang membuat pihak sekolah mewajibkan kepada seluruh guru di sekolah tersebut menggunakan bank syariah. Semua guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan wajib menggunakan bank syariah, bahkan guru yang baru saja bergabung disekolah tersebut wajib menggunakan bank syariah. Sehingga dapat memudahkan guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam mencairkan gaji bulanan masing-masing dan bank syariah dijadikan sebagai transit gaji yang langsung diambil. Walaupun guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan sudah menggunakan bank syariah, akan tetapi sebagian dari guru tersebut belum paham sepenuhnya tentang bank syariah. Karena itu

adalah kewajiban dari sekolah, maka semua guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan harus menggunakan bank syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungan.<sup>4</sup>

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Determinan Minat Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam Memanfaatkan Bank Syariah”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Masalah dalam penelitian ini:

1. Adanya kewajiban dari pihak sekolah sehingga guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan memanfaatkan bank syariah.
2. Kurangnya promosi dari pihak bank syariah kepada guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan.
3. Pelayanan yang baik diberikan pihak bank syariah kepada guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan sehingga memanfaatkan bank syariah.
4. Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan menggunakan bank syariah, akan tetapi belum paham sepenuhnya dengan berbagai macam produk yang ada di bank syariah.
5. Kurangnya pengetahuan guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan tentang bank syariah.

---

<sup>4</sup>Wawancara dengan Mhd. As'ad Nst, Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan, Sabtu 4 Desember 2021, 18.10 WIB.

### C. Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti lebih jelas dan terarah, dalam penelitian ini penulis membatasi masalah pada determinan minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

### D. Defenisi Operasional Variabel

Variabel dependen (Y) adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Pengamatan akan dapat memprediksikan atau menerangkan variabel dependen beserta perubahannya yang terjadi kemudian. Sedangkan variabel independen (X) adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan positif atau negatif bagi variabel dependen nantinya. Variabel dalam variabel dependen merupakan hasil dari variabel independen.<sup>5</sup>

**Tabel I. 1**  
**Defnisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	Minat (Y)	Minat adalah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.	1. Kesukaan 2. Ketertarikan 3. Perhatian 4. Keterlibatan <sup>6</sup>	Ordinal
2	Promosi (X1)	Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk	1. Periklanan 2. Promosi Penjualan	Ordinal

<sup>5</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Erlangga, 2013), hlm. 41

<sup>6</sup>Try Gunawan Zebua, *Menggagas Konsep Minat Belajar Matematika* (Gunungsitoli: Guepedia, 2021), hlm. 49

		menarik dan mempertahankan nasabah.	3. Penjualan Pribadi 4. Pemasaran Langsung <sup>7</sup>	
3	Pelayanan (X2)	Pelayanan adalah suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi memberikan keputusan kepada pelanggan atau nasabah.	1. Cepat dan tepat waktu 2. Memberikan produk dan pelayanan tambahan 3. Aman dan akurat 4. Memberikan solusi dan kerja sama <sup>8</sup>	Ordinal
4	Pengetahuan (X4)	Pengetahuan adalah suatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal yang dilihat dan dirahasiakan oleh panca indra.	1. Masalah 2. Sikap 3. Metode 4. Aktivitas 5. Kesimpulan <sup>9</sup>	Ordinal
5	Kelas sosial (X3)	Kelas sosial mengacu kepada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku mereka berdasarkan posisi ekonomi mereka di pasar.	1. Tingkat pendidikan 2. Tingkat pekerjaan 3. Kekuasaan dan kewenangan 4. Tempat tinggal <sup>10</sup>	Ordinal

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh promosi terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungon dalam memanfaatkan bank syariah?

<sup>7</sup>Nyoman Wara Wangsa, *Promosi Penjualan untuk Membangun Elektronik Word of Mouth dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian* (Jawa Tengah: Lakeisha, 2019), hlm. 15

<sup>8</sup>Eva Sundari, *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah dalam Tinjauan Islam* (Jawa Barat: Adab, 2020), hlm. 117

<sup>9</sup>Ismail Nurdin, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hlm. 9-10

<sup>10</sup>Elly M. Setiadi, *Pengantar Ringkas Sosiologi* (Jakarta: Kencana, 2020), hlm. 187

2. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah?
3. Apakah ada pengaruh pengetahuan terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah?
4. Apakah ada pengaruh kelas sosial terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah?
5. Apakah ada pengaruh promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh kelas sosial terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

5. Untuk mengetahui pengaruh promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial terhadap minat guru SD Swasta Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

### **G. Kegunaan Penelitian**

#### 1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana penambah pengetahuan serta dapat juga menjadi media aplikasi teori-teori yang diperoleh sesama di perkuliahan. Manfaat lain yang peneliti dapatkan adalah mengenai pengetahuan tentang perbankan syariah.

#### 2. Bagi IAIN Padangsidimpuan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak IAIN Padangsidimpuan pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi tambahan bagi penelitian berikutnya, yang membahas hal yang sama dengan judul penelitian ini.

#### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan informasi atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang berniat untuk melakukan penelitian yang sama atau yang lebih luas.

### **H. Sistematika Pembahasan**

Adapun sistematika penulisan proposal terdiri dari bagian-bagian agar lebih mudah memahami isinya.

BAB I Pendahuluan, yang berisikan latar belakang proposal tersebut dan alasan-alasan yang menjadi pedoman. Dilanjutkan dengan identifikasi masalah yaitu lanjutan yang dibuat dalam penelitian dan mendeteksi permasalahan apa saja yang ada dilatar belakang. Batasan penelitian dibuat untuk mendapatkan hasil yang lebih spesifik dan mendalam. Selanjutnya perumusan masalah dan tujuan penelitian serta variabel penelitian yang jelas satu persatu dan mengambil poin inti agar dipahami pada pembahasan selanjutnya, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan teori, dalam bab ini membahas tentang variabel-variabel yang dicantumkan dalam penelitian seperti pengertian minat, pengertian tentang promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial, serta penjelasan tentang bank syariah. Teori dan pembahasan yang berkaitan demi mendukung hasil penelitian tersebut. Pada bagian ini dijelaskan hipotesis atau hasil sementara yang disimpulkan juga ada, untuk menjelaskan hasil yang diperoleh peneliti sebelum melakukan riset ke lapangan.

BAB III Metode penelitian, membahas tentang dimanakah lokasi dan waktu yang dilakukan oleh peneliti, bagaimana peneliti mengambil data, apakah melalui kuisisioner, dokumen atau wawancara dalam penelitian, instrumen pengumpulan data serta analisis data.

BAB IV Hasil penelitian, yang terdiri dari gambaran SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan, analisi hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran sehubungan dengan hasil penelitian.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Minat**

###### **a. Pengertian Minat**

Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Orang yang berminat terhadap sesuatu berarti ia memiliki sikap senang terhadap hal itu. Menurut Muhibbin Syah “minat” adalah sesuatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada suruhan dari yang lain.

Minat sangat besar pengaruhnya dalam mencapai prestasi dalam suatu pekerjaan, jabatan atau karir. Tidak akan mungkin orang yang berminat terhadap suatu pekerjaan tersebut dengan baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat dapat diartikan sebagai rasa senang atau rasa tidak senang dalam menghadapi sesuatu objek.

###### **b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat**

Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses, dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan maka minat tersebut dapat berkembang. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat itu sendiri antara lain:

### 1) Persepsi

Persepsi adalah proses seseorang individu untuk memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambaran bermakna tentang dunia. Antara dua orang bisa berbeda persepsi terhadap situasi yang sama.

### 2) Keyakinan

Keyakinan dapat berlandaskan pada pengetahuan, opini (pendapat), atau mungkin perasaan terhadap produk dan jasa.

### 3) Sikap

Sikap merupakan keyakinan seseorang mengenai objek yang disertai adanya perasaan tertentu dan memberi dasar kepada seseorang tersebut untuk membuat proses atau berperilaku dengan cara tertentu yang dipilih. Faktor utama yang mempengaruhi seseorang adalah niatnya atau kecenderungan untuk melakukan tindakan tersebut.

### 4) Pengetahuan

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu, motivasi, persepsi, pengetahuan, serta kepercayaan dan pendirian.

### 5) Religiusitas

Religiusitas merupakan salah satu aspek budaya terpenting yang mempengaruhi perilaku seseorang. Seorang muslim akan mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana yang disuruh dan dianjurkan

oleh agamanya. Keberagaman dalam Islam tidak hanya diwujudkan dalam bentuk ibadah ritual saja, tetapi juga dalam aktivitas lainnya.

#### 6) Lokasi

Menurut beberapa nasabah, tempat atau lokasi merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat nasabah untuk melakukan transaksi dan mampu mempersuasi masyarakat untuk menggunakan produk-produk serta jasa-jasa yang ditawarkan.

#### c. Unsur-unsur Minat

Ada beberapa unsur-unsur minat, yaitu sebagai berikut:

- 1) Terjadinya sesuatu yang menarik
- 2) Perasaan senang seseorang dapat diketahui dari pernyataan suka terhadap suatu hal atau aktivitas tanpa ada suruhan dari siapapun.
- 3) Perhatian, perhatian lebih bersifat sementara namun memiliki hubungan terhadap minat.
- 4) Rasa ingin tahu, rasa ingin tahu adalah sifat seseorang yang ingin mengetahui apa saja yang ada di sekitarnya.
- 5) Ketertarikan, rasa tertarik adalah sikap menaruh minat dan perhatian pada sesuatu.<sup>11</sup>

#### 2. Pengertian Faktor-faktor

Faktor adalah hal atau keadaan peristiwa yang ikut menyebabkan terjadinya sesuatu. Dalam menentukan keputusan pembelian dari pembeli

---

<sup>11</sup>Azis Muslim, "Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah", *Skripsi*, (Padangsidempuan, IAIN Padangsidempuan, 2020), hlm. 23-26.

sangat dipengaruhi oleh faktor internal dari dalam diri pembeli, yaitu diantaranya faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi.<sup>12</sup>

### 3. Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa guru “Adalah orang yang kerjanya mengajar”. Sedangkan Islam terpadu adalah menggabungkan keutamaan-keutamaan yang ada pada sistem pendidikan Islam guna meningkatkan kualitas di segala aspek kehidupan, khususnya kualitas intelektualitas yang menjadi sumber penggerak kemajuan.

Sekolah Islam identik dengan kata terpadu artinya sekolah Islam tersebut menurut Muhaimin merupakan perpaduan antara sekolah dan pesantren. Maksudnya bukan memadukan pesantren dan sekolah, akan tetapi memasukkan tradisi pesantren dalam sekolah, dan juga mengembangkan pola-pola budaya baru agar bisa membantu peserta didik dan masyarakat untuk mengakomodasi perubahan yang sedang dan yang sudah terjadi.<sup>13</sup>

### 4. Bank Syariah

#### a. Pengertian Bank Syariah

Bank berasal dari kata Italia *banco* yang artinya bangku, bangku inilah yang dipergunakan oleh banker untuk melayani kegiatan

---

<sup>12</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen, “Edisi Revisi” Cetakan Ke-4*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 10

<sup>13</sup>Muhammad Budiman, Yodi Fitriadi Potabuga, dkk, *Kepemimpinan Islam Teori dan Aplikasi*, (Jawa Barat: Edu Publisher, 2021), hlm. 111

operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bank secara resmi dan populer menjadi bank.<sup>14</sup>

Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.<sup>15</sup>

Bank syariah terdiri atas dua kata yaitu (a) bank, dan (b) syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua belah pihak, yaitu pihak yang berlebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.

Penggabungan kedua kata dimaksud, menjadi “bank syariah”. Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berlebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, bank syariah biasanya disebut *Islamic banking* atau *interestfree banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam

---

<sup>14</sup>Malayu, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 1.

<sup>15</sup>Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 2.

pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisyir*), dan ketidakpastian(*gharar*).<sup>16</sup>

## 5. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Salah satu yang menunjang keberhasilan penjualan adalah promosi, promosi digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas agar kesadaran terhadap suatu produk perusahaan untuk lebih meningkat. Promosi juga digunakan perusahaan untuk menginformasikan manfaat dari suatu produk. Terdapat beberapa pengertian promosi menurut para ahli.

Menurut Daryanto, pengertian promosi adalah “Promosi adalah kegiatan terakhir dari *marketing mix* yang sangat penting karena kebanyakan pasar lebih banyak bersifat pasar pembeli dimana keputusan terakhir terjadinya transaksi jual beli sangat dipengaruhi oleh konsumen.<sup>17</sup>

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru kemudian promosi juga ikut mempengaruhi citra perusahaan di mata para nasabah.

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana

---

<sup>16</sup>Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 1.

<sup>17</sup>Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, (Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011), hlm. 94.

tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/jasa/merek/perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus memengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut.

Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang umum dilakukan tenaga pemasar untuk memberikan informasi suatu produk dan mendorong konsumen agar melakukan pembelian produk tersebut. Cara dan media promosi ada banyak, bahkan metode promosi selalu berkembang dari waktu ke waktu.

Masyarakat awam sering mendengar dan membaca promosi, baik itu promosi dalam bentuk media cetak, baliho, billboard, radio, televisi, dan internet. Mereka yang memiliki minat yang sesuai dengan iklan atau promosi tersebut umumnya akan membaca informasi yang ada di promosi tersebut lebih lama.

#### b. Fungsi Promosi

Menurut Terence A. Ship promosi memiliki 5 fungsi yang sangat penting bagi perusahaan/lembaga. Kelima fungsi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1) *Informing*(memberikan informasi): promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan peran informasi bernilai lainnya, baik untuk merek yang

diiklankan maupun konsumennya, dengan mengajarkan manfaat-manfaat baru dari merek yang telah ada.

- 2) *Persuading* (membujuk): media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan. Terkadang persuasi berbentuk memengaruhi permintaan primer, yakni menciptakan permintaan bagi keseluruhan kategori produk. Lebih sering, promosi berupaya untuk membangun permintaan sekunder, permintaan bagi merek perusahaan yang spesifik.
- 3) *Remiding*(mengingat): Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang diiklankan, dampak promosi di masa lalu memungkinkan merek pengiklan hadir di benak konsumen. Periklanan lebih jauh didemonstrasikan untuk memengaruhi pengalihan merek dengan meningkatkan para konsumen yang akhir-akhir ini belum membeli merek yang tersedia dan mengandung atribut-atribut yang menguntungkan.
- 4) *Addingvalue* (menambah nilai): terdapat 3 cara mendasar dimana perusahaan dapat memberi nilai tambah bagi penawaran-penawaran mereka, inovasi, penyempurnaan kualitas, atau mengubah persepsi konsumen. Ketiga komponen nilai tambah tersebut benar-benar independen. Promosi yang efektif menyebabkan merek dipandang



lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi, dan bisa lebih unggul dari tawaran pesaing.

- 5) *Assisting* (mendamping upaya-upaya lain dari perusahaan): periklanan merupakan salah satu alat promosi. Promosi membantu perwakilan penjualan. Iklan mengawasi proses penjualan penjualan produk-produk perusahaan dan memberikan pendahuluan yang bernilai bagi wiraniaga sebelum melakukan kontak personal dengan para pelanggan yang prospektif.<sup>18</sup>

#### c. Sarana Promosi Perbankan

Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah:<sup>19</sup>

- 1) Periklanan (*Adversiting*)
- 2) Promosi Penjualan (*SalesPromotion*)
- 3) Publisitas (*Publicity*)
- 4) Penjualan Perorangan (*Personal Selling*).

## 6. Pelayanan

### a. Pengertian Pelayanan

Menurut Kasmir “Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi memberikan keputusan kepada pelanggan atau

---

<sup>18</sup>Muh. Nur Eli Brahim, *Akuntansi dan Keuangan Lembaga*, (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2019), hlm. 65-67

<sup>19</sup>Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 18.

nasabah”.<sup>20</sup> Pelayanan merupakan suatu kegiatan di setiap perusahaan atau lembaga keuangan atau menarik simpati dan minat mereka agar mereka tidak bosan dengan layanan yang kita berikan.

Sedangkan menurut Philip Kotler dalam buku H. Melayu “pelayanan merupakan setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fiksi”.<sup>21</sup>

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan harus selalu bersifat adil dan ramah, tidak membeda-bedakan status dan selalu memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

#### b. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Mengenai pelayanan dalam hubungan dengan kerja atau bisnis, Islam telah mengatur bahwa setiap orang maupun organisasi perusahaan wajib memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik. Pelayanan yang berkualitas harus dimulai dengan karyawan yang mengerti akan kebutuhan pelanggan. Islam mengajarkan apabila ingin memberikan atau menawarkan hasil usaha, baik berupa barang ataupun jasa kehendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas, seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur’an surah Ali’Imran ayat 159 yaitu:

---

<sup>20</sup>Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015), hlm. 15.

<sup>21</sup>H. Melayu., *Op-Cit*, hlm. 219-220.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ  
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي  
الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.

Allah membimbing dan menuntun kaum muslim secara umum, kini tuntunan diarahkan kepada nabi Muhammad saw., sambil menyebutkan sikap lemah lembut Nabi kepada kaum muslim, khususnya mereka yang telah melakukan kesalahan dan pelanggaran dalam Perang Uhud itu. Sebenarnya cukup banyak hal dalam peristiwa Perang Uhud yang dapat mengundang emosi manusia untuk marah, namun demikian, cukup banyak pula bukti yang menunjukkan kelemahan lembut Nabi saw. Beliau bermusyawarah dengan mereka sebelum memutuskan berperang, beliau menerima usul mayoritas mereka, walau beliau sendiri kurang berkenan; beliau tidak memaki dan mempermasalahkan para pemanah yang meninggalkan markas mereka, tetapi hanya menegurnya dengan halus, dan lain-lain.<sup>22</sup>

Berdasarkan ayat di atas, Allah SWT memuji nabi Muhammad karena sikapnya yang lemah lembut, tidak lekas marah kepada

---

<sup>22</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2013), hlm. 241-242.

umatNya yang tengah dituntut dan didiknya iman mereka lebih sempurna. Namun demikian, kesalahan beberapa orang yang meninggalkan tugasnya karena laba akan harta itu, namun Rasulullah SAW tidaklah marah-marah saja, melainkan dengan jiwa besar mereka dipimpin.

Dalam memberikan pelayanan harus memiliki etika yang baik. Karena hanya dalam memberikan pelayanan yang memuaskan akan menarik simpatik nasabah dalam membeli produk-produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan-perusahaan dituntut dalam setiap memberi pelayanan kepada nasabah harus sesuai dengan harapan mereka. Apabila perusahaan tidak mampu memberikan rasa aman kepada nasabah maka nasabah akan berpindah ke perusahaan lain, sehingga setiap karyawan di dalam suatu perusahaan harus memiliki etika dan pengetahuan dalam pemberian pelayanan yang baik.

#### c. Dimensi Pelayanan

Ada lima dimensi pokok dalam pemberian kualitas pelayanan, yaitu:

##### 1) Bukti fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik berkenaan dengan penampilan fisik, fasilitas pelayanan, perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada eksternal penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan

lingkungan sekitarnya yang meliputi seperti gedung, tempat duduk nasabah, kenyamanan di dalam gedung atau bahkan penampilan dari para karyawan perusahaan.

## 2) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah tanpa adanya kesalahan, sikap yang empati dan simpatik serta dengan akurasi yang tinggi.

## 3) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap adalah kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.

## 4) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan kepada perusahaan. Jaminan yang dapat diberikan berupa cara berkomunikasi, memberikan keamanan dan rasa sopan santun.

## 5) Perhatian (*Empathy*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang memberikan pada pelanggan dengan berupa memahami

keinginan konsumen. Berempati harus aktif mendengar sambil berfikir tentang alternatif tindakan apa yang secepatnya akan di ambil. Bukankah pelanggan tidak raja lagi? Mereka bukan tidak mungkin bisa salah. Bagaimanapun mereka penting. Maka seorang pelayan di garis depan harus dibekali teori mengambil keputusan dan memecahkan masalah. Pelayan tidak boleh hanya sebagai tukang tampung masalah, tapi bisa juga menyelesaikan persoalan pelanggan dan mengambil keputusan yang tepat. Tentunya dalam batas-batas yang diberikan.<sup>23</sup>

#### d. Macam-macam Pelayanan

Menurut Kasmir ada beberapa macam-macam dasar pelayanan yang dilakukan oleh setiap perusahaan yaitu:<sup>24</sup>

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapi
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh senyum
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika tidak kenal
- 4) Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengar setiap pembicaraan
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan lancar
- 6) Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuan
- 7) Jangan menyela dan memotong pembicaraan
- 8) Mampu meyakinkan nasabah serta meyakinkan nasabah

---

<sup>23</sup>Titiek Asmiyah Siregar, "Pengaruh Produk, Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan", *Skripsi*, (Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2021), hlm. 37-39.

<sup>24</sup>Kasmir., *Op-Cit*, hlm. 219-220.

- 9) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan
- 10) Jika belum dapat melayani, beritahukan kapan dilayani.

Berdasarkan pendapat Kasmir diatas tentang dasar-dasar pelayanan dapat disimpulkan bahwa pelayanan itu harus selalu sopan dalam setiap melayani nasabahnya, agar nasabahnya nyaman dengan pelayanan yang kita berikan.

#### e. Tujuan Pelayanan

Menurut H. Melayu pelayanan dan etika bank mengharuskan manager bank berkewajiban dan bertanggung jawab untuk:<sup>25</sup>

- 1) Mengembalikan dana pihak ketiga (DPK) beserta bunganya tepat waktu sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati
- 2) Menjaga kerahasiaan keuangan nasabah bank menurut undang-undang perbankan yang berlaku
- 3) Memberikan informasi yang akurat dan objektif apabila diminta oleh nasabah yang bersangkutan
- 4) Ikut melancarkan LLP modern dari transaksi komersial dan financial
- 5) Turut menjaga dan memelihara kestabilan nilai rupiah
- 6) Menjaga dan memelihara responden bank diantara sesama bank
- 7) Menyalurkan kredit secara lebih efektif kepada calon debitur
- 8) Menyalurkan kredit sesuai dengan undang-undang perbankan.

---

<sup>25</sup>H. Melayu., *Op-Cit*, hlm. 153-154.

Berdasarkan tujuan pelayanan tersebut dapat disimpulkan bahwa, setiap pelayanan itu harus kita layani apa yang diminta oleh nasabah tentang informasi yang diinginkan oleh nasabah.

f. Sikap-sikap untuk Melayani Nasabah

Menurut Kasmir sikap-sikap untuk melayani nasabah ada beberapa macam yaitu:<sup>26</sup>

- 1) Beri kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya
- 2) Dengar baik-baik
- 3) Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai berbicara
- 4) Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara
- 5) Jangan marah dan mudah tersinggung
- 6) Jangan mendebat nasabah
- 7) Jaga sikap sopan, ramah dan selalu berlaku tenang
- 8) Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya
- 9) Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu

Berdasarkan pendapat diatas tentang sikap untuk melayani nasabahnya dapat disimpulkan bahwa, dalam melayani nasabah harus selalu mendengarkan apa yang dibilang nasabahnya dan harus selalu bisa menahan amarah kita dan selalu menjaga sikap terhadap nasabahnya.

---

<sup>26</sup>Kasmir., *Op-Cit*, hlm. 222-223.



### g. Etika Pelayanan

Menurut Kasmir etika pelayanan yang patut kita berikan kepada nasabah kita adalah sebagai berikut:<sup>27</sup>

- 1) Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah
- 2) Mempersilahkan nasabah untuk duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar
- 3) Selalu bersikap ramah, sopan dan murah senyum
- 4) Biasakan mengucapkan kata tolong atau maaf saat meminta nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat
- e) Ucapkan kata terima kasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit ketika telah menyelesaikan masalahnya.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa, etika pelayanan itu harus mengucapkan salam jika beragama Islam dan mengucapkan selamat pagi jika tidak beragama Islam dan harus berkata lemah lembut.

## 7. Pengetahuan

### a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah segala sesuatu yang telah di ketahui. Cara mengetahui sesuatu dapat dilakukan dengan cara mendengar, melihat, merasa, dan melakukan sesuatu yang merupakan bagian dari alat indra dan dengan anggota tubuh manusia. Semua pengetahuan yang berdasarkan alat indra dikategorikan sebagai pengetahuan empiris, artinya pengetahuan yang bersumber dari pengalaman.

---

<sup>27</sup>Kasmir., *Op-Cit*, hlm. 117.

Menurut Muhammad dalam jurnal Sunardi dan Ana Maftukhah menyatakan ada beberapa yang mempengaruhi pengetahuan mengenai perbankan syariah, yaitu: agama, keberadaan bank syariah, pendapat tentang bunga bank, pendidikan, jenis pekerjaan, level pendapatan, referensi bank syariah dan fasilitas bank syariah. Meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, banyak yang tidak mengetahui sama sekali mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah, hal tersebut membuat calon nasabah merasa berminat menabung di bank syariah. Sebaliknya, minat menabung akan timbul jika pengetahuan mengenai produk dan jasa perbankan tersebut sudah diketahui dengan baik karena pelanggan dapat menggunakan dan memanfaatkan fasilitas dari bank tersebut.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengetahuan berasal dari kata “Tahu” artinya mengerti sesudah mengalami dan menyaksikan. Jadi pengetahuan adalah sesuatu yang diketahui berkenaan dengan sesuatu hal yang dilihat dan dirasakan oleh pancaindra. Dalam kamus filsafat dijelaskan bahwa pengetahuan (*knowledge*) adalah proses kehidupan yang diketahui manusia secara langsung dari kesadarannya sendiri.

Pengetahuan akan suatu produk perlu dimiliki setiap konsumen ketika akan membeli produk tersebut. Karena dengan mengetahui spesifikasi produk tersebut calon konsumen tidak akan memikirkan dan berpaling kepada merek pesaing. Pengetahuan merek bisa didapatkan

dari berbagai cara, mulai dari *review* kerabat yang sudah membeli atau dari sumber internet lainnya.

#### b. Jenis-jenis Pengetahuan

Beranjak dari pengetahuan adalah kebenaran, dan kebenaran adalah pengetahuan, maka di dalam kehidupan manusia dapat memiliki berbagai pengetahuan dan kebenaran. Burhanuddin Salam, dalam tulisan Amsal Bakhtiar mengemukakan bahwa pengetahuan yang dimiliki manusia ada empat, yaitu:

- 1) Pengetahuan Biasa, yakni pengetahuan yang dalam filsafat dikatakan dengan istilah *CommonSense* dan sering diartikan dengan *GoodSense* karena seseorang memiliki sesuatu dimana ia menerima secara baik.
- 2) Pengetahuan Ilmu, yaitu ilmu yang terjemahan dari *Science*. Dalam pengertian sempit *Science* diartikan untuk menunjukkan ilmu pengetahuan alam, yang sifatnya kuantitatif dan objektif.
- 3) Pengetahuan Filsafat, yakni pengetahuan yang diperoleh dari pemikiran yang bersifat kontemplatif dan spekulatif.
- 4) Pengetahuan Agama, yakni pengetahuan yang hanya diperoleh dari Tuhan lewat para utusan-Nya. Pengetahuan agama bersifat mutlak dan wajib diyakini oleh para pemeluk agama.<sup>28</sup>

Pengetahuan masyarakat terhadap perbankan dapat dibagi atas tiga jenis pengetahuannya yaitu:<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup>Saprina Siregar, "Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba dan Promosi Terhadap Minat Pengurus Badan Kenaziran Masjid Menggunakan Jasa Bank Syariah di Kota Padangsidempuan", *Skripsi*, (Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2021), hlm. 19-21.

### 1) Pengetahuan Produk

Adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk.

### 2) Pengetahuan Pembelian

Adalah kumpulan dari berbagai informasi yang diperoleh konsumen untuk memperoleh suatu produk.

### 3) Pengetahuan Pemakaian

Adalah kumpulan dari berbagai informasi yang tersedia dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan untuk menggunakan produk tersebut.

## 8. Kelas Sosial

### a. Pengertian Kelas Sosial

Kelas sosial menurut Lamb, Hair dan Mc Daniel merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus-menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal, dan yang membagikan norma-norma perilakunya. Definisi dari kelas sosial adalah pembagian dari masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. Kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup>Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), hlm. 148.

<sup>30</sup>Roni Andespa. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah". *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*. Vol, 2 No, 1. (2017). 77.

Kelas sosial mengacu kepada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku mereka berdasarkan posisi ekonomi mereka di pasar. Kelompok status mencerminkan suatu harapan komunitas akan gaya hidup di kalangan masing-masing kelas dan juga estimasi sosial yang positif atau negatif mengenai kehormatan yang diberikan kepada masing-masing kelas.<sup>31</sup>

Kelas sosial tidak ditentukan hanya oleh satu faktor, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lainnya. Dalam beberapa sistem sosial, anggota kelas yang berbeda memegang peran tertentu dan tidak dapat mengubah sosial mereka. Sejumlah ilmuwan sosial membedakan menjadi tiga kelas, yaitu Kelas Atas, Kelas Menengah dan Kelas Bawah. Bahkan seorang ilmuwan yang bernama Warner merinci tiga kelas tersebut menjadi Enam kelas, yaitu:

- 1) Kelas Atas Tinggi (*Upper-Upper Class*) Mencakup keluarga-keluarga kaya lama, yang telah berpengaruh pada masyarakat dan sudah memiliki kekayaan yang begitu lama, sehingga orang-orang tidak lagi bisa mengingat kapan dan bagaimana cara keluarga-keluarga itu memperoleh kekayaan.

---

<sup>31</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen)*, edisi revisi ke-5, (Jakarta: PT. Kencana Putra Utama, 2013), hlm. 227.

2) Kelas Atas Bawah (*LowerUpperClass*)

Mempunyai jumlah uang yang sama, tetapi mereka belum terlalu lama memilikinya dan keluarga ini belum lama berpengaruh terhadap masyarakat.

3) Kelas Menengah Atas (*LowerUpperClass*)

mencakup kebanyakan pengusaha dan orang profesional yang berhasil, yang umumnya berlatar keluarga baik dan berpengaruh yang menyenangkan.

4) Kelas Menengah Bawah (*LowerMiddleClass*)

Meliputi para juru tulis, pegawai kantor dan orang-orang semi profesional.

5) Kelas Bawah Atas (*UpperLowerClass*)

Terdiri atas sebagian besar pekerja tetap.

6) Kelas Bawah Rendah (*Lower-LowerClass*)

Kelas bawah rendah hidup tergantung pada tunjangan sosial, kemiskinan tampak nyata dan biasanya mereka menganggur.

b. Indikator Kelas Sosial

1) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi gaya hidupnya dan dasar yang penting dalam pendapatan prestise, kehormatan dan penghargaan. Jika dapat mengetahui jenis pekerjaan seseorang, maka kita bisa menduga tinggi rendahnya pendidikan, standar hidup, teman bergaul, jam kerja dan kebiasaan sehari-harinya. Keseluruhan cara

hidup seseoranglah yang pada akhirnya menentukan pada kelas sosial mana orang itu di golongkan.

## 2) Pendapatan

Uang juga memiliki makna yang lain, misalnya penghasilan seseorang yang diperoleh dari investasi lebih memiliki prestise daripada penghasilan yang diperoleh dari tunjangan pengangguran. Penghasilan yang diperoleh dari pekerjaan profesional lebih berfungsi dari pada penghasilan yang berwujud uang pekerjaan kasar. Sumber dan jenis penghasilan seseorang inilah yang memberikan gambaran tentang latar belakang keluarga dan kemungkinan cara hidupnya.<sup>32</sup>

## 3) Pendidikan

Pendidikan merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap lahirnya kelas sosial di masyarakat, hal ini disebabkan karena apabila seseorang mendapatkan pendidikan yang tinggi maka memerlukan biaya motivasi yang besar, kemudian jenis dan tinggi rendahnya pendidikan juga mempengaruhi jenjang kelas sosial. Pendidikan juga bukan hanya sekedar memberikan keterampilan kerja, tetapi juga melahirkan perubahan mental, selera, minat, tujuan, etika hingga perubahan dalam keseluruhan cara hidup seseorang,

## 4) Kekayaan

Uang diperlukan pada kedudukan kelas sosial. Untuk dapat memahami peran uang dalam menentukan kelas sosial, kita harus

---

<sup>32</sup>Paul B. Horton, *Sosiologi Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2017), hlm. 6-7.

menyadari bahwa pada dasarnya kelas sosial merupakan suatu cara hidup. Diperlukan banyak sekali uang untuk dapat hidup menurut cara hidup orang berkelas sosial atas. Mereka pun mampu membeli rumah mewah, mobil, pakaian dan peralatan prabot rumah yang berkelas dan harganya mahal, namun tidak hanya berdasarkan materi akan tetapi cara bersikap juga menentukan kelas sosial mereka.

#### B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian yang diteliti, peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu yang pernah membahas mengenai determinan minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

**Gambar II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Tahun	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1	Azis Muslim	2020	Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah	Dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan dan religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.
2	Mhd. Rafki Lubis	2019	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat guru pendidikan agama Islam dalam memanfaatkan bank syariah(study kasus di kecamatan Gunung Tuleh	Dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan, harga dan pengetahuan terhadap minat guru pendidikan Agama Islam dalam memanfaatkan bank



			kabupaten Pasaman Barat).	syariah (study kasus di kecamatan Gunung Tuleh kabupaten Pasaman Barat).
3	Syukron Rizki Asyhari Lubis	2018	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk Arrum Haji di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan.	Terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi, budaya, sosial dan pribadi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Arrum Haji di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan.
4	Maskur Rosyid dan Halimatu Sakdiah	2016	Pengetahuan perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap minat menabung santri dan guru.	Dari penelitian ini bahwa pengetahuan perbankan berpengaruh positif terhadap minat menabung.
5	Nurul Saraswati	2016	Pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah bank Muamalat KCP Magelang (study kasus pada masyarakat kota Magelang).	Dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antar pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah bank Muamalat KCP Magelang (study kasus pada masyarakat kota Magelang).

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Azis Muslim (2020) dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada variabel X yaitu: sama-sama membahas tentang faktor pengetahuan yang mempengaruhi minat. Perbedaan terletak pada variabel Y yaitu: Azis Muslim meneliti minat masyarakat menabung di bank syariah, sedangkan penelitian yang akan dilakukan minat

guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rafki Lubis (2019) dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada variabel X yaitu: sama-sama membahas tentang faktor pelayanan dan pengetahuan yang mempengaruhi minat. Perbedaan terletak pada variabel Y yaitu: Muhammad Rafki Lubis meneliti minat guru pendidikan agama Islam dalam memanfaatkan bank syariah, sedangkan penelitian yang akan dilakukan minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Syukron Rizki Asyhari Lubis (2018) dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada variabel X yaitu: sama-sama membahas tentang faktor promosi dan sosial yang mempengaruhi minat. Perbedaan terletak pada variabel Y yaitu: Syukron Rizki Asyhari meneliti minat nasabah dalam memilih produk Arrum Haji, sedangkan penelitian yang akan dilakukan minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Maskur Rosyid dan Halimatu Sakdiah (2016) dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada variabel X yaitu: sama-sama membahas tentang pemanfaatan bank syariah dan variabel pengetahuan. Perbedaan terletak pada variabel Y yaitu: Maskur Rosyid dan Halimatu Sakdiah meneliti minat santri dan guru, sedangkan penelitian yang akan dilakukan minat guru di SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Saraswati (2016) dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada variabel X yaitu: sama-sama membahas tentang pengetahuan bank syariah. Perbedaan terletak pada variabel Y yaitu: Nurul Saraswati meneliti minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada suatu bank, sedangkan penelitian yang akan dilakukan minat guru di SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

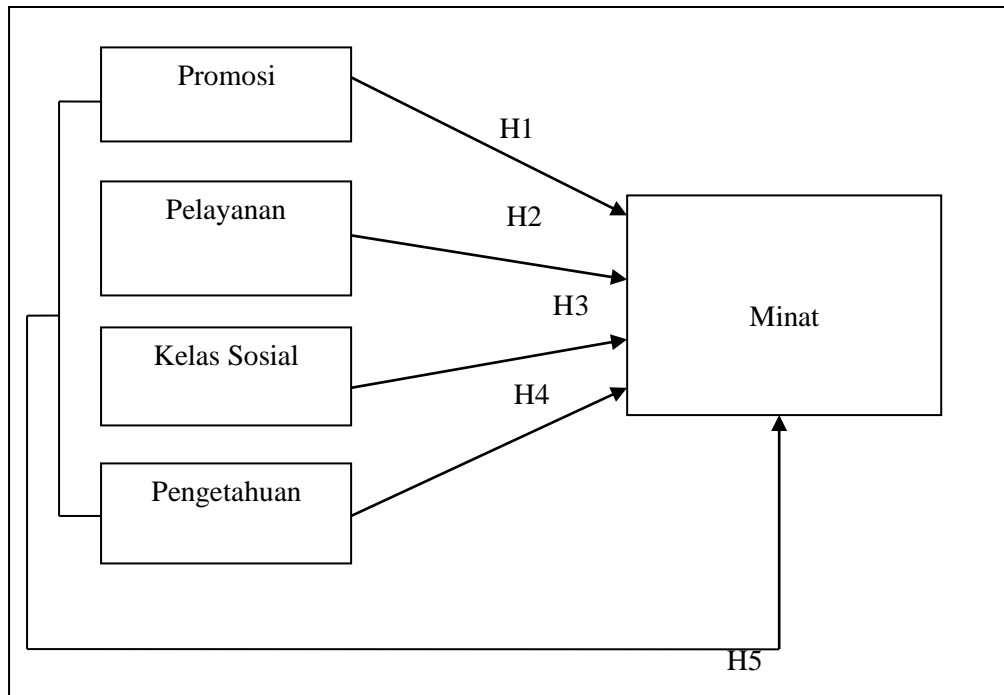
### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R DAN D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 60.

**Gambar II.1**  
**Kerangka Pikir**



Keterangan: Berhubungan secara simultan (→)

Berhubungan secara parsial (⇨)

Dari kerangka pikir di atas dapat dijelaskan bahwa panah promosi (variabel X1), pelayanan (variabel X2), sosial (variabel X3), pengetahuan (variabel X4) berpengaruh terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syriah.

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan kerangka pikir tersebut maka peneliti menduga bahwa:

Ha<sub>1</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungandalam memanfaatkan bank syariah.

Ho<sub>1</sub>: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

Ha<sub>2</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungandalam memanfaatkan bank syariah.

Ho<sub>2</sub>: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

Ha<sub>3</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara kelas sosial terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungandalam memanfaatkan bank syariah.

Ho<sub>3</sub>: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kelas sosial terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

Ha<sub>4</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

Ho<sub>4</sub>: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

Ha<sub>5</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara promosi, pelayanan, kelas sosial, dan pengetahuan terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungandalam memanfaatkan bank syariah.

Ho<sub>5</sub>: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara promosi, pelayanan, kelas sosial, dan pengetahuan terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan dalam memanfaatkan bank syariah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memilih lokasi penelitian di SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan, Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November sampai dengan bulan Juni 2022.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka dalam penyajian data dan analisis yang menggunakan uji statistika. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dipandu oleh hipotesis tertentu, yang salah satu tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah menguji hipotesis yang ditentukan sebelumnya.<sup>34</sup>

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian.<sup>35</sup>

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan yang berjumlah 44 orang diantaranya 6 orang laki-laki dan 35 orang perempuan.

---

<sup>34</sup>Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008), hlm. 128.

<sup>35</sup>MudrjadKuncono, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 188.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Nilai populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya dan pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel.

Jumlah guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan berjumlah 44 orang, maka sampel pada penelitian ini berjumlah 44 orang.<sup>36</sup>

### **D. Sumber Data**

Sumber data penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu objek, kejadian atau hasil pengujian (benda).<sup>37</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan.

---

<sup>36</sup>Wawancara dengan Erwin Nasution S.Pd, Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan, 10 Desember 2021 10.00 WIB.

<sup>37</sup>Mudrjad Kuncoro., *Op-Cit*, hlm. 148.



2. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk maksud lain dan data ini telah ada di tempat tertentu.<sup>38</sup> Untuk penelitian ini data sekunder diperoleh dari IAIN Padangsidimpuan, jurnal, skripsi dan buku-buku yang relevan.

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner

Metode kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang di ukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Dalam hal ini peneliti menggunakan Skala Likert yaitu metode yang mengukur sikap dengan menyatakan puas atau ketidakpuasan terhadap subjek, objek, atau kejadian tertentu. Kuesioner yang digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert dengan rumus sebagai berikut:<sup>39</sup>

**Tabel III. 1**  
**Skor Penilaian Angket**

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai Positif	Bobot Nilai Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

---

127 <sup>38</sup>Kotler Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2009), hlm.

<sup>39</sup>Riduwan, *Dasar-dasar Statistik Edisi Revisi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 37.

Adapun indikator mengenai determinan minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan dalam memanfaatkan bank syariah adalah promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial.

**Tabel III. 2**

**Kisi- kisi Kuesioner Tentang Faktor yang Mempengaruhi Minat**

No	Variabel X	Indikator	Nomor Soal Positif	Nomor Soal Negatif
1	Promosi ( $X_1$ )	1. Promosi penjualan 2. Periklanan 3. Personal selling	1,2 dan 3 4 dan 5 6	
2	Pelayanan ( $X_2$ )	1. Mudah 2. Cepat dan responsive 3. Komunikasi 4. Kesopanan	1 dan 2 3 4 5 dan 6	
3	Pengetahuan ( $X_3$ )	1. Pengetahuan kehalalan 2. Pengetahuan produk 3. Pengetahuan perbedaan operasional	1 dan 2 3 dan 4 5	
4	Kelas Sosial ( $X_4$ )	1. Pekerjaan 2. Pendapatan 3. Pendidikan 4. Kekayaan	1 2 3 dan 4 5	

Indikator mengenai minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel III. 3**

**Kisi-kisi Kuesioner tentang Minat**

**Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan**

No	Variabel Y	Indikator	Nomor Soal Positif	Nomor Soal Negatif
1	Minat (Y)	1. Kesukaan 2. Keinginan 3. Perhatian	1,2,3 dan 4 5,6 dan 8 9 dan 10	7

## 2. Dokumentasi

Catatan yang sudah berlaku, bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya seni dari seseorang. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan dan lain-lain. Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebarkan kusioner kepada guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan.

## 3. Wawancara

Menurut Husein Umar dalam bukunya Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis: “wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang lain”. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang di wawancarai, tetapi dapat juga tidak langsung. Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini adalah untuk memperoleh data awal dari penelitian.

## **F. Teknik Analisis Data**

Tahap selanjutnya setelah data terkumpul adalah melakukan analisis terhadap data. Analisis dapat diartikan sebagai upaya mengelola data menjadi informasi, sehingga karakteristik sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermamfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian. Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

## 1. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Kualitas data yang diperoleh dari penelitian adalah bergantung pada kualitas instrumen pengumpulan data yang digunakan dengan uji validitas dan reabilitas.

Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan Kolerasi Pearson ProductMoment dengan aplikasi SPSS 23. Jika dapat disimpulkan bahwa uji validias itu adalah uji yang digunakan untuk mencari tahu keakuratan suatu alat penelitian. Berikut ini kriteria pengujiannya adalah:

- 1) Jika  $r$  hasil positif, serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka hal ini berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut valid.
- 2) Jika  $r$  hasil negatif, serta  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka hal itu berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil

dari waktu ke waktu. Kriteria dalam pengujian reliabilitas yaitu apabila  $\text{croancbachalpha} > 0,10$  atau 10% maka variabel dikatakan reliabel. Sedangkan apabila  $\text{croancbachalpha} < 0,10$  maka variabel dikatakan tidak reliabel.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen ataukah keduanya berdistribusi normal atau tidak.

Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data yaitu: *uji liliefors*, *uji chi-kuadrat*, *samplekolmogrovsmirnov*.<sup>40</sup> Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat taraf signifikan 10% atau 0,10 maka ketentuan uji normalitas dapat diketahui sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan  $> 0,10$  maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikan  $< 0,10$  maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

### 4. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah data model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel

---

<sup>40</sup>Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 371.

bebas. Jika terjadi korelasi, maka dinyatakan terdapat *problem* multikolinieritas.

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas di dalam model regresi digunakan matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai *tolerance* dan *VarianceInflationFactor (VIF)* dengan perhitungan bantuan program SPSS versi 23. Jika nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji.<sup>41</sup>

#### b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas dengan kepuasan pelanggan adalah:

- 1) Signifikan > 0,10 artinya tidak terkena heteroskedastisitas
- 2) Signifikan < 0,10 artinya data terkena heteroskedastisitas

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen promosi ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ), Pengetahuan ( $X_3$ ), dan Kelas Sosial ( $X_4$ ) terhadap variabel dependen yaitu Minat (Y). Adapun

---

<sup>41</sup>Nur Aswani dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 36.

bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y: a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y	: Variabel Dependen
A	: Konstanta
$b_1 b_2 b_3 b_4$	: Koefisien Regresi
$X_1 X_2 X_3 X_4$	: Variabel Independen
E	: Error

Maka turunan rumus diatas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

M	: Minat
A	: Konstanta
$b_1 b_2 b_3 b_4$	: Koefisien Regresi
$P_1$	: Promosi
$P_2$	: Pelayanan
$Ks_3$	: Pengetahuan
$P_4$	: Kelas Sosial
E	: Error

## 6. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel-variabel terikat. Nilai dari koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yaitu kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang di butuhkan memprediksi variasi variabel-variabel dependen.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial

Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh *independent variable* yaitu Promosi, Pelayanan, Pengetahuan dan Kelas Sosial terhadap *dependent variable* yaitu Minat. Untuk menguji pengaruh parsial tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai probabilitas. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,01 atau 10% maka hipotesis yang diajukan diterima atau dikatakan signifikan. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,01 atau 10% maka yang diajukan ditolak atau dikatakan tidak signifikan.<sup>42</sup>

### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua *independentvariable* yaitu Promosi, Pelayanan, Kelas Sosial dan Pengetahuan terhadap *dependent variable* yaitu Minat. Menentukan  $F_{tabel}$  dan  $F_{hitung}$  dengan taraf signifikan sebesar 0,10 atau 10%.

Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel Promosi, Pelayanan, Kelas Sosial dan Pengetahuan untuk menjelaskan variabel terikatnya, yaitu Minat. Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima. Berarti masing-masing *independent variable* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *dependent variable*.

---

<sup>42</sup>Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 37.



2) Dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak. Berarti masing-masing *independent variable* secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *dependent variable*.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan**

##### **1. Sejarah Singkat SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani**

SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani merupakan sebuah yayasan dimana di dalamnya ada TK/RA, TPA, MDTA dan SD yang beralamat di Jalan Abri, Kelurahan Panyabungan II. Pendiri yayasan Adnani yaitu Alm. Buya Adnan Lubis, Lc. MA semenjak tahun 2001. Akreditasi yayasan Adnani tersebut sudah terakreditasi "A".

##### **2. Tujuan SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani**

Tujuan sekolah sebagai bagian dari tujuan pendidikan nasional adalah meletakkan dasar ahklak mulia, kecerdasan, pengetahuan, kepribadian serta keterampilan untuk hidup mandiri dan berani serta berkeinginan untuk mengikuti pendidikan lebih lanjut. Sesuai dengan tujuan tersebut maka SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani menerapkan:

- a. Mengamalkan ajaran agama Islam sesuai dengan proses pembelajaran dan kegiatan pembiasaan di sekolah.
- b. Menguasai dasar-dasar ilmu pengetahuan agama Islam dan teknologi sebagai bekal untuk melanjutkan pendidikan ke sekolah yang lebih tinggi.
- c. Meraih prestasi akademik dan non akademik
- d. Menjadi sekolah pelopor dan penggerak di lingkungan masyarakat

- e. Menjadikan siswa yang sehat jasmani dan rohani, aktif, kreatif dan terampi.

### **3. Visi dan Misi SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani**

#### a. Visi SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani

Membina akhlakul karimah, meraih prestasi, berwawasan, sehat jasmani dan rohani serta bertaqwa yang dilandasi nilai-nilai budaya luhur sesuai ajaran agama Islam.

#### b. Misi SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani

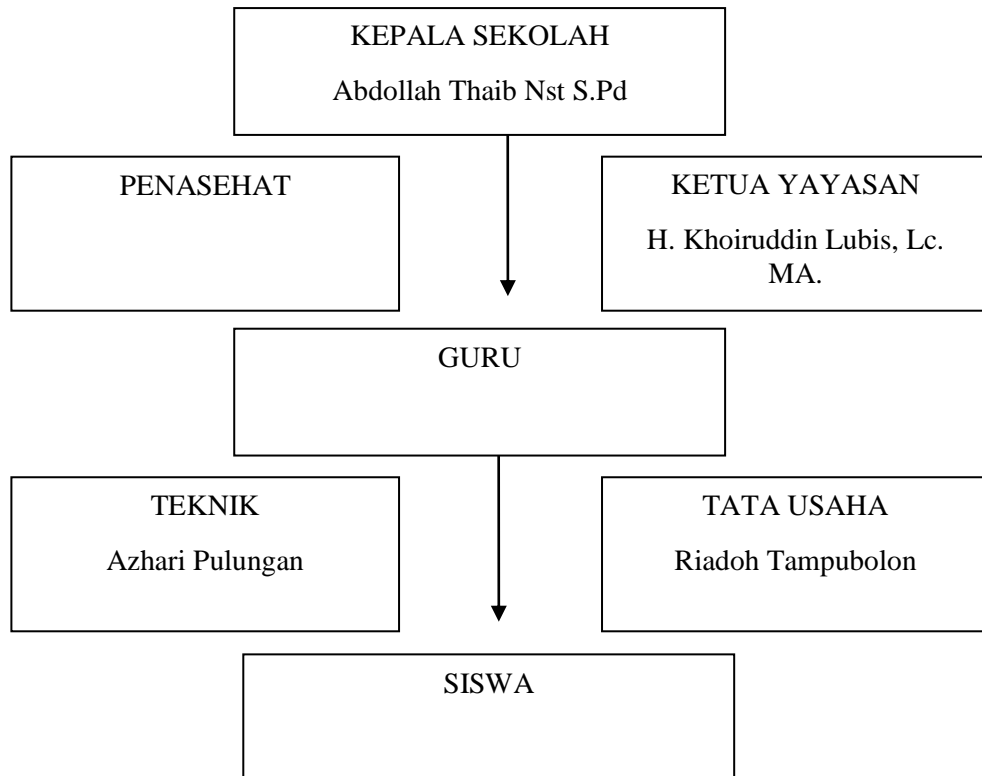
- 1) Menanamkan keyakinan/Akidah Islamiyah melalui pengalaman ajaran agama Islam (MTAQ).
- 2) Mengoptimalkan proses belajar mengajar serta mengadakan bimbingan dan kelas tambahan.
- 3) Mengembangkan pengetahuan di bidang IPTEK Bahasa, Olahraga dan Seni Budaya sesuai bakat, minat dan potensi siswa.
- 4) Menjalin kerjasama yang harmonis antara warga sekolah dan lingkungan.
- 5) Memperhatikan kesejahteraan guru/pegawai dan mengadakan program untuk peningkatan kualitas sekolah.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup>Wawancara dengan Abdollah Thaib Nst S.Pd, Guru Kepala Sekolah SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan, 31 Maret 2022, 09.30 WIB.

#### 4. Struktur Organisasi SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani

**STRUKTUR ORGANISASI SEKOLAH  
SD S 117 ISLAM TERPADU ADNANI  
TAHUN AJARAN 2021-2022**



## B. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Hasil uji validitas variabel promosi yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV. 1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Promosi**

Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,445	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (44-2) = 42 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3843$	Valid
2	0,682		Valid
3	0,509		Valid
4	0,860		Valid
5	0,860		Valid
6	0,490		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Hasil uji validitas variabel promosi pada tabel IV. 1 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel promosi memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel promosi dinyatakan valid. Sedangkan hasil uji validitas variabel pelayanan adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan**

Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,799	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (44-2) = 42 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3843$	Valid
2	0,538		Valid
3	0,731		Valid
4	0,844		Valid
5	0,930		Valid
6	0,893		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Hasil uji validitas variabel pelayanan pada tabel IV. 2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel pelayanan memiliki nilai

$r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel pelayanan dinyatakan valid. Sedangkan hasil uji validitas untuk variabel pengetahuan adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan**

Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,773	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (44-2) = 42 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3843$	Valid
2	0,639		Valid
3	0,705		Valid
4	0,511		Valid
5	0,492		Valid

*Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022*

Hasil uji validitas variabel pengetahuan pada tabel IV. 3 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel pengetahuan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel pengetahuan dinyatakan valid. Sedangkan hasil uji validitas untuk variabel kelas sosial adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kelas Sosial**

Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	keterangan
1	0,525	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (44-2) = 42 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3843$	Valid
2	0,721		Valid
3	0,861		Valid
4	0,933		Valid
5	0,933		Valid

*Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022*

Hasil uji validitas variabel kelas sosial pada tabel IV. 4 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel kelas sosial memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan untuk

variabel kelas sosial dinyatakan valid. Sedangkan hasil uji validitas untuk variabel minat adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Minat**

Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,742	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (44-2) = 42 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3843$	Valid
2	0,541		Valid
3	0,562		Valid
4	0,717		Valid
5	0,764		Valid
6	0,803		Valid
7	0,597		Valid
8	0,607		Valid
9	0,728		Valid
10	0,544		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Hasil uji validitas variabel minat pada tabel IV. 5 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel minat memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel minat dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV. 6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Promosi	0,743	6
Pelayanan	0,884	6
Pengetahuan	0,610	5
Kelas Sosial	0,860	5
Minat	0,849	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV. 6 diperoleh kesimpulan bahwa hasil uji reliabilitas variabel promosi ( $X_1$ ) diperoleh nilai *cronbach*

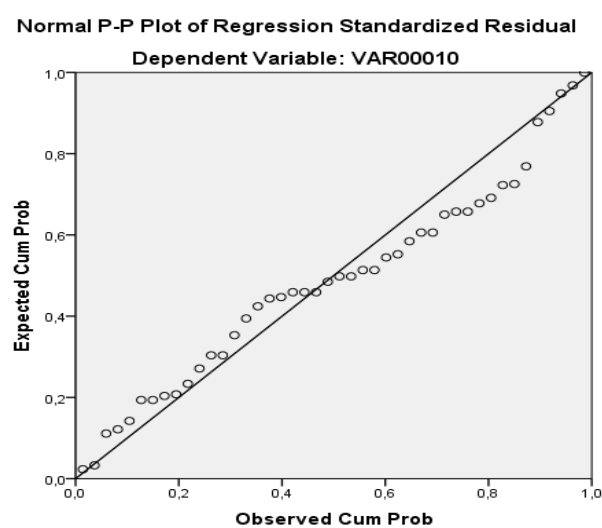
$\alpha 0,743 > 0,6$ , sehingga variabel kepercayaan ini dapat dinyatakan reliabel dan dapat diterima. *Cronbach alpha* untuk variabel pelayanan ( $X_2$ ) adalah 0,884 sehingga dapat dinyatakan variabel pelayanan adalah reliabel dan dapat diterima. *Cronbach alpha* untuk variabel pengetahuan ( $X_3$ ) adalah 0,610 sehingga dapat dinyatakan variabel pengetahuan adalah reliabel dan dapat diterima. Selanjutnya, *Cronbach alpha* untuk variabel kelas sosial ( $X_4$ ) adalah 0,860 sehingga dapat dinyatakan variabel kelas sosial adalah reliabel dan dapat diterima. *Cronbach alpha* untuk variabel minat adalah 0,849  $> 0,6$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel minat adalah reliabel dan dapat diterima.

### 3. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas yang telah diolah dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar IV. 1**

#### **Uji Normalitas**



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022



Dari grafik tersebut dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau garis histogramnya menunjukkan bahwa pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV. 7**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	21,255	7,978		2,664	,011		
Promosi	-,381	,233	-,219	-1,635	,110	,725	1,379
Pelayanan	,385	,208	,217	1,853	,071	,947	1,056
Pengetahuan	-,281	,208	-,198	-1,348	,185	,600	1,668
Kelassosial	1,265	,229	,769	5,522	,000	,670	1,492

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Hasil uji multikolinieritas pada tabel IV. 7 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel promosi ( $X_1$ ) adalah 0,725, nilai *tolerance* untuk variabel pelayanan ( $X_2$ ) adalah 0,947, selanjutnya nilai *tolerance* untuk variabel pengetahuan ( $X_3$ ) adalah 0,600, dan nilai *tolerance* untuk variabel kelas sosial ( $X_4$ ) adalah 0,670. Sehingga dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ke empat variabel tersebut adalah lebih  $> 0,1$ .

Nilai VIF dari variabel promosi ( $X_1$ ) adalah 1,379, variabel pelayanan ( $X_2$ ) adalah 1,056, variabel pengetahuan ( $X_3$ ) adalah 1,668 dan nilai VIF dari variabel kelas sosial ( $X_4$ ) adalah 1,492. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari ke empat variabel di atas adalah lebih kecil  $< 10$ . Berdasarkan penilaian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV. 8**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4,051	5,347		,758	,453		
Promosi	-,163	,156	-,184	-1,042	,304	,725	1,379
Pelayanan	,097	,139	,108	,699	,489	,947	1,056
Pengetahuan	-,174	,140	-,243	-1,250	,219	,600	1,668

Kelassosial	,125	,154	,150	,817	,419	,670	1,492
-------------	------	------	------	------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas diketahui bahwa nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual  $> 0,1$  dimana nilai signifikan variabel promosi  $0,304 > 0,1$ , variabel pelayanan  $0,498 > 0,1$ , variabel pengetahuan  $0,219$  dan variabel kelas sosial  $0,419 > 0,1$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

## 5. Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV. 9**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,702 <sup>a</sup>	,493	,441	2,051

a. Predictors: (Constant), Kelassosial, Pelayanan, Promosi, Pengetahuan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel IV. 9 diperoleh  $R^2$  (*Adjusted R Square*) sebesar 0,441 atau (44,1%) artinya variabel promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial mampu menjelaskan variabel atau minat memanfaatkan Bank Syariah sebesar 44,1%. Sedangkan 0,559 atau (55,9%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 6. Uji Regresi Berganda

Hasil uji regresi berganda yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV. 10**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21,255	7,978		2,664	,011
Promosi	-,381	,233	-,219	-1,635	,110
Pelayanan	,385	,208	,217	1,853	,071
Pengetahuan	-,281	,208	-,198	-1,348	,185
Kelassosial	1,265	,229	,769	5,522	,000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Hasil uji regresi linier berganda pada tabel IV. 10, maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$M_n = 21,255 - 0,380 + 0,385 - 0,281 + 1,265$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda diatas dapat diartikan bahwa:

1. Nilai konstanta (a) adalah 21,255 menyatakan bahwa promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial diasumsikan 0 maka minat memanfaatkan Bank Syariah nilainya sebesar 21,255 satuan.

2. Nilai koefisien regresi variabel promosi ( $b_1$ ) bernilai sebesar  $-0,380$  dapat diartikan apabila promosi memanfaatkan Bank Syariah mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka minat mengalami penurunan sebesar  $-0,380$  satuan dengan nilai  $21,255 - 0,380 = 20,875$  dengan anggapan variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai negatif artinya tidak terjadi hubungan antara promosi terhadap minat guru memanfaatkan bank syariah.
3. Nilai koefisien regresi variabel pelayanan ( $b_2$ ) bernilai positif sebesar  $0,385$  dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel promosi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan minat memanfaatkan Bank Syariah sebesar  $0,385$  satuan dengan nilai  $21,255 + 0,385 = 21,64$  satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel pelayanan dengan minat guru memanfaatkan Bank Syariah.
4. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan ( $b_3$ ) bernilai sebesar  $-0,281$  dapat diartikan apabila pengetahuan memanfaatkan Bank Syariah mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka minat mengalami penurunan sebesar  $-0,281$  satuan dengan nilai  $21,255 - 0,281 = 20,974$  dengan anggapan variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai negatif artinya tidak terjadi hubungan antara pengetahuan terhadap minat guru memanfaatkan bank syariah.
5. Nilai koefisien regresi variabel kelas sosial ( $b_4$ ) bernilai positif sebesar  $1,265$  dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel kelas sosial

sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan minat memanfaatkan Bank Syariah sebesar 1,265 satuan dengan nilai  $21,255 + 1,265 = 22,52$  satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel kelas sosial dengan minat guru memanfaatkan Bank Syariah.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji t

Hasil uji t yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV. 11**

### Hasil Uji t

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21,255	7,978		2,664	,011
Promosi	-,381	,233	-,219	-1,635	,110
Pelayanan	,385	,208	,217	1,853	,071
Pengetahuan	-,281	,208	-,198	-1,348	,185
Kelassosial	1,265	,229	,769	5,522	,000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Untuk  $t_{\text{tabel}}$  dicari pada  $\alpha = 10\% : 2 = 5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-k-1$ , dimana  $n$  = jumlah sampel dan  $k$  = jumlah

variabel independen, jadi  $df = 44 - 4 - 1 = 39$ . Dengan pengujian dua sisi (signifikansi=0,05), maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,685.

Berdasarkan uji signifikansi parsial (uji t) pada tabel IV.11 dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel promosi sebesar -1,635 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar -1,685 sehingga  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  ( $-1,635 < -1,685$ ) maka  $H_a$  ditolak. Sedangkan nilai signifikan pada variabel promosi sebesar 0,110 sehingga nilai sig  $> 0,1$  ( $0,110 > 0,1$ ) maka  $H_a$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap minat guru dalam memanfaatkan Bank Syariah.

Selanjutnya pada variabel pelayanan memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 1,853 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,853 > 1,685$ ) maka  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai signifikan pada variabel pelayanan sebesar 0,071 sehingga nilai sig  $> 0,1$  ( $0,071 > 0,1$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat guru dalam memanfaatkan Bank Syariah.

Selanjutnya pada variabel pengetahuan memiliki  $-t_{hitung}$  sebesar -1,384 sehingga  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  ( $-1,384 < -1,685$ ) maka  $H_a$  ditolak. Sedangkan nilai signifikan pada variabel pengetahuan sebesar 0,185 sehingga nilai sig  $> 0,025$  ( $0,185 > 0,1$ ) maka  $H_a$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial pengetahuan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat guru dalam memanfaatkan Bank Syariah.

Selanjutnya pada variabel kelas sosial memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 5,522 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,522 > 1,685$ ) maka  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai

signifikan pada variabel kelas sosial sebesar 0,000 sehingga nilai sig < 0,1 ( $0,071 < 0,1$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial kelas sosial mempunyai pengaruh terhadap minat guru dalam memanfaatkan Bank Syariah.

### b. Uji F

Hasil uji F yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV. 12**

### Hasil Uji F

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

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	159,730	4	39,932	9,496	,000 <sup>b</sup>
Residual	163,998	39	4,205		
Total	323,727	43			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kelassosial, Pelayanan, Promosi, Pengetahuan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

$F_{tabel}$  untuk signifikasi  $\alpha = 0,05$  dengan regresi (d fl) adalah 4 dan residual (df 2) adalah 39, maka hasil yang diperoleh untuk  $F_{tabel}$  sebesar 2,61.

Dari hasil uji signifikasi simultan diatas bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 9,496 dan  $F_{tabel}$  2,61 sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $9,496 > 2,61$ ) maka  $H_a$  diterima. Selanjutnya untuk nilai sig sebesar 0,000 sehingga nilai sig <



0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan dari promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial terhadap minat guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani dalam memanfaatkan Bank Syariah.

### **C. Pembahasan Hasil Analisis Data**

Penelitian ini berjudul Determinan Minat Guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam Memanfaatkan Bank Syariah. Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa:

#### **1. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Guru dalam Memanfaatkan Bank Syariah**

Secara parsial promosi tidak berpengaruh terhadap minat guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah, terlihat dari nilai  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  ( $-1,635 < -1,685$ ). Penelitian ini tidak sejalan dengan teori M. Nur Rianto mengatakan promosi merupakan salah satu sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Lince Hairani yang mengatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap jumlah nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Padangsidimpuan. Berdasarkan hasil analisis peneliti bahwa promosi yang diberikan oleh pihak bank syariah masih kurang terhadap minat Guru SD Swasta Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam Memanfaatkan Bank Syariah.

## 2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Guru dalam Memanfaatkan Bank Syariah

Secara parsial pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani dalam memanfaatkan bank syariah, terlihat dari nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,853 < 1,685$ ). Penelitian ini sejalan dengan teori dalam buku Kasmir bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank maka akan semakin banyak pula masyarakat yang memilih melakukan transaksi di bank tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Safrida Hannum yang menyatakan bahwa pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan masyarakat desa Salambue menggunakan perbankan syariah. Berdasarkan hasil analisis peneliti bahwa pelayanan yang diberikan pihak bank syariah terhadap guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan sudah bagus.

## 3. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Guru dalam Memanfaatkan Bank Syariah

Secara parsial pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani dalam memanfaatkan bank syariah, terlihat dari nilai  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  ( $-1,384 < -1,685$ ). Penelitian ini tidak sejalan dengan teori dalam buku Nugroho J. Setiadi yang mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki seseorang maka akan semakin mantap serta berhati-hati dalam menentukan keputusan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Safrida Hannum yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat desa Salambue menggunakan perbankan syariah. Berdasarkan hasil analisis peneliti bahwa beberapa guru sudah mengetahui bank syariah itu berdasarkan syariah dan terhindar dari riba namun sebagian guru lainnya masih beranggapan bahwa bank syariah itu sama saja dengan bank konvensional.

#### 4. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Guru dalam Memanfaatkan Bank Syariah

Secara parsial kelas sosial mempunyai pengaruh terhadap minat guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani dalam memanfaatkan bank syariah, terlihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,522 > 1,685$ ). Penelitian sesuai dengan teori dalam buku Farid Irawan & Wijaya yang mengatakan bahwa kelas sosial merupakan faktor internal yang mempengaruhi minat, dimana kelas sosial adalah faktor sosio-kebudayaan lain yang dapat mempengaruhi pandangan dan minat seseorang yang dikelompokkan menjadi tiga golongan, berdasarkan tingkatan pendapatan, macam perumahan dan tempat tinggal.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Iqbal Khotami yang menyatakan bahwa kelas sosial berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Ujung Gading menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil analisis peneliti bahwa kelas sosial yang dimiliki oleh guru sangat berpengaruh terhadap minat dalam memanfaatkan bank syariah.

#### 5. Pengaruh Secara Simultan Promosi, Pelayanan, Pengetahuan dan Kelas Sosial Terhadap Minat Guru dalam Memanfaatkan Bank Syariah

Secara simultan variabel promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial, dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $9,496 > 2,61$ ) dan nilai  $sig < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari skripsi Azisman Abdullah, Safrida Hannum, Mhd. Rafki Lubis dan Iqbal Khotami Harahap yang menyatakan bahwa “variabel bebasnya secara simultan (bersama-sama) memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat.

6. Uji koefisien determinasi promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial terhadap minat guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungon dalam memanfaatkan bank syariah sebesar 0,441 atau (44,1%) sedangkan sisanya 0,559 atau (55,9%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode-metode penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan.

Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah: Dalam menyebarkan kuisioner peneliti tidak mengetahui kejujuran responden-responden dalam menjawab

setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh. Keterbatasan kemampuan peneliti dalam menganalisis data yang sudah diperoleh. Juga masih banyak variabel lain yang mempengaruhi minat dalam memanfaatkan bank syariah yang tidak peneliti cantumkan dalam skripsi ini.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah, terlihat dari nilai  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  ( $-1,635 < -1,685$ ).

Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah, terlihat dari nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,853 < 1,685$ ).

Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah, terlihat dari nilai  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  ( $-1,384 < -1,685$ ).

Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel kelas sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah, terlihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,522 > 1,685$ ).

Hasil uji secara simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama antara promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial mempunyai pengaruh yang signifikan dengan minat guru SD S117 Islam Terpadu Adnani

Penyabungan dalam memanfaatkan bank syariah dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $9,496 > 2,61$ ) dan nilai sig  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ).

Hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai  $R^2$  (*Adjusted R Square*) sebesar 0,441 atau (44,1%) artinya variabel promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial mampu menjelaskan variabel atau minat memanfaatkan Bank Syariah sebesar 44,1%. Sedangkan 0,559 atau (55,9%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan faktor promosi, pelayanan, pengetahuan dan kelas sosial sebagai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan minat guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan dalam memanfaatkan bank syariah. Maka disarankan untuk para guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani supaya lebih mengetahui tentang produk jasa perbankan syariah dan tetap konsisten dalam menggunakan dan memanfaatkannya.
2. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi minat guru SD S 117 Islam Terpadu Adnani dan dapat melakukan perluasan populasi dalam penelitian selanjutnya, mengingat populasi yang diambil dalam penelitian ini hanya pada guru SD saja.

3. Bagi pihak Bank Syariah disarankan supaya lebih luas dalam mempromosikan produk Bank Syariah ke berbagai masyarakat luas dan ke berbagai lembaga lainnya.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Ali Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Aswani Nur dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- B. Paul Horton, *Sosiologi Jilid 2*, Jakarta: Erlangga, 2017.
- Brahim Muh. Nur Eli, *Akuntansi dan Keuangan Lembaga*, Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2019.
- Budiman Muhammad, Potabuga Yodi Fitriadi, dkk, *Kepemimpinan Islam Teori dan Aplikasi*, Jawa Barat: Edu Publisher, 2021.
- Dahlan, *Menjadi Guru Yang Bening Hati*, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2012.
- Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011.
- J. Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen)*, edisi revisi ke-5, Jakarta: PT. Kencana Putra Utama, 2013.
- Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- , *Etika Customer Service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2015.
- Keller Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2009.
- Kuncoro Mudrjad, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- KuncoroMudrjad, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2013.
- Malayu, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Nazir Moh, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Nurdin Ismail, *Metodologi Penelitian Sosial*, Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Priyanto Dwi, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- , *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV ANDI, 2014.
- Riduwan, *Dasar-dasar Statistik Edisi Revisi*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Saebani Beni Ahmad, *Metode Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2008.
- Setiadi Nugroho J, *Perilaku Konsumen, "Edisi Revisi" Cetakan Ke-4*, Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group, 2010.
- Setiadi Elly M, *Pengantar Ringkas Sosiologi*, Jakarta: Kencana, 2020.
- Shihab M. Quraish, *Tafsir Al-Misbah Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati, 2013.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R DAN D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sundari Eva, *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah dalam Tinjauan Islam*, Jawa Barat: Adab, 2020.
- Suwarman Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.

- Suwiknyo Dwi, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Umar Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011.
- Wangsa Nyoman Wara, *Promosi Penjualan untuk Membangun Elektronik Word of Mouth dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian*, Jawa Tengah: Lakeisha, 2019.
- Wiratna VSujarweni, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015.
- Zebua Try Gunawan, *Menggagas Konsep Minat Belajar Matematika*, Gunungsitoli: Guepedia, 2021.

### **Sumber Karya Ilmiah**

- Andespa Roni. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah". *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*. Vol, 2 No, 1. 2017.
- Muslim Azis, "Determinan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah", *Skripsi*, Padangsidempuan, IAIN Padangsidempuan, 2020.
- Ningsih Titin Agustin, dkk. "Determinan minat menabung masyarakat di JBB Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi". *Journal of Business Banking*. Vol, 11 No, 1.2021.
- Siregar Saprina, "Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba dan Promosi Terhadap Minat Pengurus Badan Kenaziran Masjid Menggunakan Jasa Bank Syariah di Kota Padangsidempuan", *Skripsi*, Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2021.
- Siregar Titiek Asmiyah, "Pengaruh Produk, Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan", *Skripsi*, Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2021.

### **Sumber Lainnya**

- Wawancara dengan Abdollah Thaib Nst S.Pd, Guru Kepala Sekolah SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan, 31 Maret 2022, 09.30 WIB.
- Wawancara dengan Mhd. As'ad Nst, Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan, Sabtu 4 Desember 2021, 18.10 WIB.
- Wawancara dengan Erwin Nasution S.Pd, Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu AdnaniPanyabungan, 10 Desember 2021 10.00 WIB.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

Nama : Miftahul Hasanah Nst  
Nim : 18 401 00116  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, tanggal lahir : Pagaran Sigatal, 18 Agustus 2000  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Anak ke : 10 dari 10 bersaudara  
Alamat Lengkap : Desa Darussalam, Kec. Panyabungan  
Motto : Jadilah Diri Sendiri  
Telepon/No. Hp : 0813- 9729 – 8957  
Email : [miftahulhasanahnst00@gmail.com](mailto:miftahulhasanahnst00@gmail.com)

### B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : M. Jamil  
Pekerjaan : Petani  
Nama Ibu : Nurlia Lubis  
Pekerjaan : Petani

### C. Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2006 - 2012 : SD Negeri 114 Pagaran Sigatal  
Tahun 2012 - 2015 : MTS Mardiyah Islamiyah Panyabungan II  
Tahun 2015 - 2018 : MAN 1 Mandailing Natal  
Tahun 2018 - 2022 : Program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

## Lampiran I

### SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : H. Ali Hardana, SPd, M. Si.

Nidn : 2013018301

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Determinan Minat Guru SD Swasta 117 Islam Trpadu Adnani Panyabungan Dalam Memanfaatkan Bank Syariah”.

Yang disusun oleh:

Nama : Miftahul Hasanah Nst

Nim : 18 401 00116

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1. ....
2. ....
3. ....

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

**Padangsidimpuan,      Maret 2022**  
**Validator**

**H. Ali Hardana,S.Pd., M. Si.**  
**NIDN.2013018301**

**LEMBAR VALIDASI  
ANGKET PROMOSI (X<sub>1</sub>)**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/ Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/ Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Promosi Penjualan	1, 2, dan 3			
Periklanan	4 dan 5			
Personal selling	6			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Maret 2022

Validator

H. Ali Hardana, S.Pd., M. Si.

NIDN.2013018301

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET PELAYANAN (X<sub>2</sub>)**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/ Ibumemberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/ Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Mudah	1 dan 2			
Cepat dan responsive	3			
Komunikasi	4			
Kesopanan	5 dan 6			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

**Padangsidimpun, Maret 2022**

**Validator**

**H. Ali Hardana,S.Pd., M. Si.**

**NIDN.2013018301**

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET PENGETAHUAN (X<sub>3</sub>)**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/ Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/ Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Pengetahuan kehalalan	1 dan 2			
Pengetahuan produk	3 dan 4			
Pengetahuan perbedaan opsional	5			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

**Padangsidempuan, Maret2022**  
**Validator**

**H. Ali Hardana,S.Pd., M. Si.**  
**NIDN.2013018301**

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET KELAS SOSIAL(X<sub>4</sub>)**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/ Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/ Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Pekerjaan	1			
Pendapatan	2			
Pendidikan	3 dan 4			
Kekayaan	5			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

**Padangsidimpuan,   Maret 2022**  
**Validator**

**H. Ali Hardana,S.Pd., M. Si.**  
**NIDN.2013018301**



**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET MINAT DALAM MEMANFAATKAN BANK SYARIAH (Y)**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/ Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/ Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Kesukaan	1,2,3 dan 4			
Keinginan	5,6,7 dan 8			
Perhatian	9 dan 10			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

**Padangsidimpun,   Maret 2022**  
**Validator**

**H. Ali Hardana,S.Pd., M. Si.**  
**NIDN.2013018301**

## KATA PENGANTAR UNTUK ANGKET (KUESIONER)

Kepada Yth :

Bapak/Ibu guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan

di Tempat

*Assalamu'alaikum, Wr.Wb.*

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT. serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dengan penuh segala hormat, saya:

Nama : Miftahul Hasanah Nst

Nim : 18 401 00116

Dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang peneliti butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah, dengan judul **“Determinan Minat Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan Dalam Memanfaatkan Bank Syariah”**.

Atas kesediaan Bapak/Ibu Guru SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Panyabungan meluangkan waktu membantu peneliti mengisi angket ini, saya ucapkan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Panyabungan, Maret 2022

Hormat saya,

Miftahul Hasanah Nst

NIM. 18 401 00116

## A. Identitas Responden

Nama

:

Jenis Kelamin

:

Laki-laki

Perempuan

Alamat

:

Usia

:

Lama menjadi Guru

:

Jabatan

:

## B. Petunjuk Pengisian

- Berikan *cheklis* ( $\surd$ ) pada setiap jawaban anda.
- Setiap pernyataan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
  - SS = Sangat Setuju (5)
  - S = Setuju (4)
  - KS = Kurang Setuju (3)
  - TS = Tidak Setuju (2)
  - STS = Sangat Tidak Setuju (1)

## C. DAFTAR PERNYATAAN

- Variabel Minat dalam Memanfaatkan Bank Syariah (Y)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Setelah saya memperhatikan keberadaan bank syariah timbul minat saya untuk memanfaatkan					

	bank syariah					
2	Mendengar nama bank syariah membuat saya tertarik untuk menabung di bank syariah					
3	Saya berminat menggunakan bank syariah karena memiliki nilai religi					
4	Saya menyukai bank syariah karena dapat meningkatkan ekonomi Islam di Indonesia					
5	Bank syariah menyalurkan dana pada usaha yang halal sehingga membuat saya tertarik untuk menabung di bank syariah karena menguntungkan bagi kemaslahatan umat					
6	Saya berminat menggunakan bank syariah karena terhindar dari yang namanya riba					
7	Saya tidak ingin menggunakan bank syariah karena sama saja dengan bank konvensional					
8	Saya ingin menggunakan bank syariah karena didirikan oleh ulama di Indonesia					
9	Adanya bank syariah dengan prinsip Islam membuat saya ingin memanfaatkan bank syariah					
10	Menabung di bank syariah karena saya ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat					

1. Variabel Promosi( $X_1$ )

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Bank syariah aktif dalam mempromosikan produk dan jasa bank syariah ke berbagai sekolah					
2	Promosi yang disampaikan pihak bank syariah ke berbagai sekolah sangat bagus					
3	Karena promosi yang luas bank syariah sudah tentu menjamin kualitasnya membuat saya tertarik menjadi nasabah di bank syariah					
4	Iklan yang di tayangkan bank					

	Syariah mudah di pahami					
5	Iklan yang di tayangkan bank Syariah menarik					
6	Bank syariah memberikan <i>merchandise</i> (buah tangan) kepada nasabah yang sering melakukan pembiayaan					

2. Variabel Pelayanan ( $X_2$ )

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Sistem pelayanan di bank syariah mudah dijangkau					
2	Mudah melakukan kerja sama dengan bank syariah					
3	Karyawan bank syariah selalu cepat dan tanggap dalam melayani nasabah					
4	Komunikasi karyawan bank syariah dengan nasabah terjalin dengan baik					
5	Karyawan bank syariah mengucapkan salam dan terima kasih kepada nasabah					
6	Karyawan bank syariah menunjukkan sikap simpatik saat melayani nasabah					

3. Variabel Pengetahuan ( $X_3$ )

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui adanya Fatwa MUI telah mengharamkan bank konvensional dan menghalalkan bank syariah					
2	Produk-produk di bank syariah menyediakan produk yang halal					
3	Saya mengetahui beberapa produk-produk yang ada di bank syariah					
4	Produk pembiayaan yang disalurkan bank syariah adalah jual beli ( <i>ba'i</i> ), sewa menyewa ( <i>ijarah</i> ), dan bagi hasil					
5	Adanya perbedaan antara operasional bank syariah dan bank konvensional					

4. Variabel Kelas Sosial ( $X_4$ )

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Pekerjaan yang dimiliki seseorang berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah					
2	Pendapatan yang tinggi akan meningkatkan minat menabung di bank syariah					
3	Jenjang pendidikan seseorang akan mempengaruhi minat menabung di bank syariah					
4	Semakin tinggi pendidikan seseorang semakin besar keinginan untuk menabung di bank syariah.					
5	Kekayaan seseorang dapat berdampak untuk menabung di bank syariah					

Panyabungan,                      Maret 2022

Responden

.....

## Lampiran 2. Tabulasi Angket

### Tabulasi Angket Variabel Promosi (X1)

No	Nama Responden	Jumlah pertanyaan						Jumlah
		1	2	3	4	5	6	
1	Erwin Nst	4	4	4	5	5	4	26
2	Rizki Amaliah	5	5	4	4	4	4	26
3	Mora Ganti S. Th. I	4	4	4	4	4	4	24
4	Nur Saidah Lubis	4	4	4	4	4	4	24
5	Duma Sari	4	3	4	4	4	4	23
6	Nur Jannah	4	4	4	4	4	4	24
7	Iyan Berlian	4	4	4	4	4	3	23
8	Rosannah	4	4	4	4	4	4	24
9	Masnaolo	4	4	4	4	4	4	24
10	Ummi Mawaddah	4	4	4	4	4	4	24
11	Apik Purnami SP.d	4	4	4	4	4	4	24
12	Naimmah Tussakdiah	4	4	4	4	4	4	24
13	Riska Amelia Safitri	4	4	4	4	4	4	24
14	Lily Yusridah	4	4	4	4	4	4	24
15	Sri Mahyuni	4	4	4	4	4	4	24
16	Nur Hafifah	4	4	4	4	4	4	24
17	Siti Hafsah Pulungan	4	4	4	4	4	4	24
18	Laila Fitriani	4	4	4	5	5	3	25
19	Riadoh Tampubolon	4	4	4	5	5	4	26
20	Anni Norisah Nasution	4	4	4	5	5	4	25
21	Rofiqoh Siregar	4	4	4	5	5	4	25
22	Mhd. As'ad Nst	4	4	4	5	5	4	25
23	Wahidah Rambe	4	4	4	5	5	4	26

24	Evita Mora	4	4	4	4	4	4	24
25	Juli Mahannum SP.d	4	4	4	4	4	4	24
26	Rosanti Indah	4	4	4	4	4	4	24
27	Nur Aisyah SP.d	4	4	4	4	4	4	24
28	Isnaini Lubis SP.d	4	4	4	4	4	4	24
29	Maslamah Nasution	4	4	4	4	4	4	24
30	Saima Putri	4	4	4	4	4	4	24
31	Rofikoh Nasution	4	4	4	4	4	4	24
32	Dian Lestari	3	3	3	4	4	4	21
33	Nur Jannah Rangkuti	4	4	4	4	4	4	24
34	Misra Wijayanti	4	4	4	4	4	4	24
35	Fauzan Siddik	4	4	4	5	5	4	26
36	Nabilah Lubis	4	4	4	5	5	4	26
37	Abdullah Thaib Nasution SP.d	4	4	4	4	4	4	24
38	Ibrahim Ja'far	4	4	3	3	3	4	21
39	Halimatussa'diyah	3	3	3	4	4	4	21
40	Hasanuddin Nasution	4	4	4	4	4	4	24
41	Nur Yenni Gantina	4	4	4	3	3	3	21
42	Ikhwan	4	3	4	3	3	3	20
43	Hasanuddin MP.d	4	3	4	3	3	3	20
44	Dina Asisah Nasution	4	4	4	4	4	4	24

**Tabulasi Angket Variabel Pelayanan (X2)**



No	Nama Responden	Jumlah pertanyaan						Jumlah
		1	2	3	4	5	6	
1	Erwin Nst	4	4	4	4	4	4	24
2	Rizki Amaliah	4	4	4	4	4	4	24
3	Mora Ganti S. Th. I	4	4	4	4	4	4	24
4	Nur Saidah Lubis	4	4	4	4	4	4	24
5	Duma Sari	4	4	3	4	4	4	23
6	Nur Jannah	5	4	4	4	4	4	25
7	Iyan Berlian	4	4	4	4	4	4	24
8	Rosannah	4	4	4	4	4	4	24
9	Masnaolo	4	4	4	5	5	5	27
10	Ummi Mawaddah	4	4	4	5	5	5	27
11	Apik Purnami SP.d	4	4	4	4	4	4	24
12	Naimmah Tussakdiah	4	4	4	4	4	4	24
13	Riska Amelia Safitri	4	4	4	4	4	4	24
14	Lily Yusridah	4	4	4	4	4	4	24
15	Sri Mahyuni	4	4	4	4	4	4	24
16	Nur Hafifah	4	4	5	4	4	4	25
17	Siti Hafsah Pulungan	4	4	4	5	4	4	25
18	Laila Fitriani	4	4	4	4	4	4	24
19	Riadoh Tampubolon	4	4	4	4	4	4	24
20	Anni Norisah Nst	4	4	4	4	4	4	24
21	Rofiqoh Siregar	4	4	4	4	4	4	
22	Mhd. As'ad Nst	4	4	4	4	4	4	
23	Wahidah Rambe	4	4	4	4	4	4	
24	Evita Mora	4	4	4	4	4	4	24

25	Juli Mahannum SP.d	5	5	4	4	5	4	27
26	Rosanti Indah	4	4	4	4	4	4	24
27	Nur Aisyah SP.d	4	4	4	4	4	4	24
28	Isnaini Lubis SP.d	4	4	4	4	4	4	24
29	Maslamah Nasution	5	5	5	5	5	5	30
30	Saima Putri	4	4	4	4	4	4	24
31	Rofikoh Nasution	4	4	4	4	4	4	24
32	Dian Lestari	4	4	4	4	4	4	24
33	Nur Jannah Rangkuti	4	4	4	4	4	4	24
34	Misra Wijayanti	4	4	4	4	4	4	24
35	Fauzan Siddik	4	4	4	4	4	4	24
36	Nabilah Lubis	4	4	4	4	4	4	24
37	Abdullah Thaib Nst	4	4	4	4	4	4	24
38	Ibrahim Ja'far	4	4	4	4	4	4	24
39	Halimatussa'diyah	5	4	5	5	5	5	29
40	Hasanuddin Nasution	4	4	4	4	4	4	24
41	Nur Yenni Gantina	5	4	5	5	5	5	29
42	Ikhwan	4	4	4	4	4	4	24
43	Hasanuddin MP.d	4	3	4	4	4	4	23
44	Dina Asisah Nasution	4	4	4	4	4	4	24

**Tabulasi Angket Variabel Pengetahuan (X3)**

No	Nama Responden	Jumlah pertanyaan					Jumlah
		1	2	3	4	5	
1	Erwin Nst	5	4	5	5	5	24
2	Rizki Amaliah	5	5	5	4	5	24
3	Mora Ganti S. Th. I	5	5	4	5	4	23
4	Nur Saidah Lubis	4	5	4	4	5	22
5	Duma Sari	4	4	3	3	4	18
6	Nur Jannah	4	4	3	4	4	19
7	Iyan Berlian	3	4	3	3	5	18
8	Rosannah	4	3	4	4	3	18
9	Masnaolo	4	4	2	4	4	18
10	Ummi Mawaddah	4	5	3	4	4	20
11	Apik Purnami SP.d	4	4	4	4	5	21
12	Naimmah Tussakdiah	5	5	5	5	4	24
13	Riska Amelia Safitri	4	4	4	5	5	22
14	Lily Yusridah	4	5	4	4	4	21
15	Sri Mahyuni	4	4	4	4	4	20
16	Nur Hafifah	3	3	4	4	5	19
17	Siti Hafsah Pulungan	4	3	4	5	3	19
18	Laila Fitriani	5	4	4	4	4	21
19	Riadoh Tampubolon	5	4	4	4	5	22
20	Anni Norisah Nst	5	4	4	4	3	20
21	Rofiqoh Siregar	5	5	4	5	5	2
22	Mhd. As'ad Nst	5	5	4	5	4	2
23	Wahidah Rambe	5	4	4	5	5	2
24	Evita Mora	4	3	4	4	4	19

25	Juli Mahannum SP.d	3	4	3	4	4	18
26	Rosanti Indah	4	4	4	4	5	21
27	Nur Aisyah SP.d	4	4	4	5	3	20
28	Isnaini Lubis SP.d	4	3	4	5	4	20
29	Maslamah Nasution	4	5	4	4	4	21
30	Saima Putri	4	4	4	4	5	21
31	Rofikoh Nasution	3	4	4	5	4	20
32	Dian Lestari	4	3	4	4	5	20
33	Nur Jannah Rangkuti	4	4	4	4	5	21
34	Misra Wijayanti	5	5	4	5	5	24
35	Fauzan Siddik	5	4	4	4	4	21
36	Nabilah Lubis	5	4	4	4	4	21
37	Abdullah Thaib Nst	4	4	4	4	4	20
38	Ibrahim Ja'far	4	5	3	4	4	20
39	Halimatussa'diyah	4	5	4	4	4	21
40	Hasanuddin Nasution	5	5	4	4	5	23
41	Nur Yenni Gantina	4	5	4	4	5	22
42	Ikhwan	3	4	3	4	4	18
43	Hasanuddin MP.d	3	3	3	4	4	17
44	Dina Asisah Nasution	5	5	4	4	5	23

**Tabulasi Angket Variabel Kelas Sosial (X4)**

No	Nama Responden	Jumlah pertanyaan					Jumlah
		1	2	3	4	5	
1	Erwin Nst	4	4	4	4	4	20
2	Rizki Amaliah	4	4	4	5	5	22
3	Mora Ganti S. Th. I	4	4	4	4	4	20
4	Nur Saidah Lubis	4	4	4	4	4	20
5	Duma Sari	3	4	3	3	3	16
6	Nur Jannah	4	3	3	3	3	16
7	Iyan Berlian	3	3	3	3	3	15
8	Rosannah	4	4	4	4	4	20
9	Masnaolo	4	4	4	4	4	20
10	Ummi Mawaddah	4	4	4	4	4	20
11	Apik Purnami SP.d	4	4	4	4	4	20
12	Naimmah Tussakdiah	4	4	4	4	4	20
13	Riska Amelia Safitri	4	4	4	4	4	20
14	Lily Yusridah	4	4	4	4	4	20
15	Sri Mahyuni	4	4	4	4	4	20
16	Nur Hafifah	3	3	3	3	3	15
17	Siti Hafsah	4	4	4	5	5	22
18	Laila Fitriani	4	4	4	4	4	20
19	Riadoh Tampubolon	4	4	4	4	4	20
20	Anni Norisah Nst	4	4	4	4	4	20
21	Rofiqoh Siregar	4	4	4	4	4	
22	Mhd. As'ad Nst	4	4	4	4	4	
23	Wahidah Rambe	4	4	4	4	4	
24	Evita Mora	3	4	3	3	3	16

25	Juli Mahannum SP.d	4	4	3	3	3	17
26	Rosanti Indah	4	4	4	4	4	20
27	Nur Aisyah SP.d	4	4	4	4	4	20
28	Isnaini Lubis SP.d	4	4	4	4	4	20
29	Maslamah Nasution	4	4	4	4	4	20
30	Saima Putri	4	4	4	4	4	20
31	Rofikoh Nasution	4	4	4	4	4	20
32	Dian Lestari	4	4	4	4	4	20
33	Nur Jannah Rangkuti	4	4	4	4	4	20
34	Misra Wijayanti	4	4	4	4	4	20
35	Fauzan Siddik	4	4	4	4	4	20
36	Nabilah Lubis	4	4	4	4	4	20
37	Abdullah Thaib Nst	3	4	4	4	4	19
38	Ibrahim Ja'far	4	4	4	4	4	20
39	Halimatussa'diyah	5	4	3	3	3	18
40	Hasanuddin Nst	4	4	4	4	4	20
41	Nur Yenni Gantina	5	4	3	4	4	20
42	Ikhwan	4	3	3	3	3	16
43	Hasanuddin MP.d	4	3	3	4	4	18
44	Dina Asisah Nst	4	4	4	4	4	20

### Tabulasi Angket Variabel Minat (Y)

No	Nama Responden	Jumlah Pertanyaan										Jun
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Erwin Nst	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	Rizki Amaliah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	Mora Ganti S. Th. I	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	Nur Saidah Lubis	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
5	Duma Sari	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	36
6	Nur Jannah	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	40







Pearson Correlation	,241	-,022	,213	,312*	,389**	,666**	,058	,177	,485**	1	,544**
Sig. (2-tailed)	,114	,887	,165	,040	,009	,000	,709	,250	,001		,000
N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
Pearson Correlation	,742**	,541**	,562**	,717**	,764**	,803**	,597**	,607**	,728**	,544**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44

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

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

### Uji Validitas Variabel Promosi(X1)

#### Correlations

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	TOTAL
VAR00001 Pearson Correlation	1	,710**	,670**	,019	,019	-,031	,445**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,904	,904	,840	,002
N	44	44	44	44	44	44	44
VAR00002 Pearson Correlation	,710**	1	,435**	,293	,293	,309*	,682**
Sig. (2-tailed)	,000		,003	,053	,053	,041	,000
N	44	44	44	44	44	44	44
VAR00003 Pearson Correlation	,670**	,435**	1	,227	,227	-,097	,509**
Sig. (2-tailed)	,000	,003		,138	,138	,532	,000
N	44	44	44	44	44	44	44
VAR00004 Pearson Correlation	,019	,293	,227	1	1,000**	,346*	,860**
Sig. (2-tailed)	,904	,053	,138		,000	,021	,000
N	44	44	44	44	44	44	44
VAR00005 Pearson Correlation	,019	,293	,227	1,000**	1	,346*	,860**

	Sig. (2-tailed)	,904	,053	,138	,000		,021	,000
	N	44	44	44	44	44	44	44
VAR00006	Pearson Correlation	-,031	,309*	-,097	,346*	,346*	1	,490**
	Sig. (2-tailed)	,840	,041	,532	,021	,021		,001
	N	44	44	44	44	44	44	44
TOTAL	Pearson Correlation	,445**	,682**	,509**	,860**	,860**	,490**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,000	,001	
	N	44	44	44	44	44	44	44

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

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

### Uji Validitas Variabel Pelayanan(X2)

#### Correlations

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007
VAR00001 Pearson Correlation	1	,519**	,577**	,484**	,692**	,549**	,799**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000	,000	,000
N	44	44	44	44	44	44	44
VAR00002 Pearson Correlation	,519**	1	,247	,220	,474**	,244	,538**
Sig. (2-tailed)	,000		,107	,152	,001	,110	,000
N	44	44	44	44	44	44	44
VAR00003 Pearson Correlation	,577**	,247	1	,520**	,520**	,577**	,731**
Sig. (2-tailed)	,000	,107		,000	,000	,000	,000
N	44	44	44	44	44	44	44
VAR00004 Pearson Correlation	,484**	,220	,520**	1	,807**	,901**	,844**
Sig. (2-tailed)	,001	,152	,000		,000	,000	,000
N	44	44	44	44	44	44	44
VAR00005 Pearson Correlation	,692**	,474**	,520**	,807**	1	,901**	,930**
Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,000	,000
N	44	44	44	44	44	44	44

VAR00006	Pearson Correlation	,549**	,244	,577**	,901**	,901**	1	,893**
	Sig. (2-tailed)	,000	,110	,000	,000	,000		,000
	N	44	44	44	44	44	44	44
VAR00007	Pearson Correlation	,799**	,538**	,731**	,844**	,930**	,893**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44	44	44	44

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

### Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X3)

#### Correlations

	x001	x002	x003	x004	x005	x006	
x001 Pearson Correlation	1	,422**	,517**	,331*	,117	,773**	
	Sig. (2-tailed)		,004	,000	,028	,451	,000
	N	44	44	44	44	44	44
x002 Pearson Correlation	,422**	1	,135	,076	,235	,639**	
	Sig. (2-tailed)	,004		,384	,623	,125	,000
	N	44	44	44	44	44	44
x003 Pearson Correlation	,517**	,135	1	,438**	,207	,705**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,384		,003	,178	,000
	N	44	44	44	44	44	44
x004 Pearson Correlation	,331*	,076	,438**	1	-,082	,511**	
	Sig. (2-tailed)	,028	,623	,003		,595	,000
	N	44	44	44	44	44	44
x005 Pearson Correlation	,117	,235	,207	-,082	1	,492**	
	Sig. (2-tailed)	,451	,125	,178	,595		,001
	N	44	44	44	44	44	44
x006 Pearson Correlation	,773**	,639**	,705**	,511**	,492**	1	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	
	N	44	44	44	44	44	44

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

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

### Uji Validitas Variabel Kelas Sosial (X4)

#### Correlations

	x001	x002	x003	x004	x005	x006
x001 Pearson Correlation	1	,302 <sup>*</sup>	,182	,328 <sup>*</sup>	,328 <sup>*</sup>	,525 <sup>**</sup>
Sig. (2-tailed)		,046	,237	,030	,030	,000
N	44	44	44	44	44	44
x002 Pearson Correlation	,302 <sup>*</sup>	1	,660 <sup>**</sup>	,520 <sup>**</sup>	,520 <sup>**</sup>	,721 <sup>**</sup>
Sig. (2-tailed)	,046		,000	,000	,000	,000
N	44	44	44	44	44	44
x003 Pearson Correlation	,182	,660 <sup>**</sup>	1	,788 <sup>**</sup>	,788 <sup>**</sup>	,861 <sup>**</sup>
Sig. (2-tailed)	,237	,000		,000	,000	,000
N	44	44	44	44	44	44
x004 Pearson Correlation	,328 <sup>*</sup>	,520 <sup>**</sup>	,788 <sup>**</sup>	1	1,000 <sup>**</sup>	,933 <sup>**</sup>
Sig. (2-tailed)	,030	,000	,000		,000	,000
N	44	44	44	44	44	44
x005 Pearson Correlation	,328 <sup>*</sup>	,520 <sup>**</sup>	,788 <sup>**</sup>	1,000 <sup>**</sup>	1	,933 <sup>**</sup>
Sig. (2-tailed)	,030	,000	,000	,000		,000
N	44	44	44	44	44	44
x006 Pearson Correlation	,525 <sup>**</sup>	,721 <sup>**</sup>	,861 <sup>**</sup>	,933 <sup>**</sup>	,933 <sup>**</sup>	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	44	44	44	44	44	44

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

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

### Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas

#### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	44	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	44	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,849	10

Hasil Uji Reabilitas Variabel Promosi

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	44	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	44	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,743	6

Reliabiliti Variabel Pelayanan

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	44	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	44	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	44	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0

Total	44	100,0
-------	----	-------

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,610	5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kelas Sosial

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	44	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	44	100,0

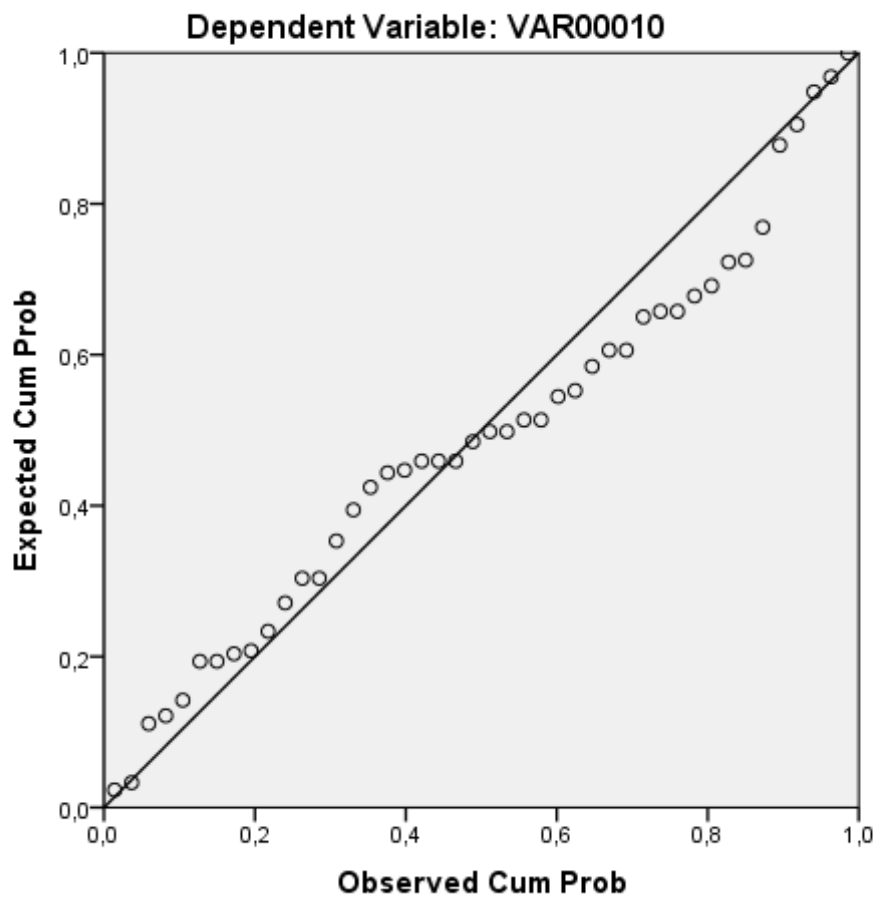
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	5

### Lampiran 5: Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



### Lampiran 6: Hasil Uji Multikoloniaritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21,255	7,978		2,664	,011		
	Promosi	-,381	,233	-,219	-1,635	,110	,725	1,379
	Pelayanan	,385	,208	,217	1,853	,071	,947	1,056
	Pengetahuan	-,281	,208	-,198	-1,348	,185	,600	1,668
	kelassosial	1,265	,229	,769	5,522	,000	,670	1,492

a. Dependent Variable: Minat

### Lampiran 7: Hasil Uji Heteroskedasitas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,051	5,347		,758	,453		
Promosi	-,163	,156	-,184	-1,042	,304	,725	1,379
Pelayanan	,097	,139	,108	,699	,489	,947	1,056
Pengetahuan	-,174	,140	-,243	-1,250	,219	,600	1,668
kelassosial	,125	,154	,150	,817	,419	,670	1,492

a. Dependent Variable: Abs\_Res

### Lampiran 8: Hasil Uji Koesien Determinasi(R<sup>2</sup>)

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,702 <sup>a</sup>	,493	,441	2,051

a. Predictors: (Constant), Kelassosial, Pelayanan, Promosi, Pengetahuan

### Lampiran 9: Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21,255	7,978		2,664	,011
Promosi	-,381	,233	-,219	-1,635	,110
Pelayanan	,385	,208	,217	1,853	,071
Pengetahuan	-,281	,208	-,198	-1,348	,185
Kelassosial	1,265	,229	,769	5,522	,000

a. Dependent Variable: Minat



### Lampiran 10. Uji Hipotesis

Hasil Uji Parsial (Uji t)

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21,255	7,978		2,664	,011
Promosi	-,381	,233	-,219	-1,635	,110
Pelayanan	,385	,208	,217	1,853	,071
Pengetahuan	-,281	,208	-,198	-1,348	,185
Kelassosial	1,265	,229	,769	5,522	,000

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran Uji Simultan (Uji f)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	159,730	4	39,932	9,496	,000 <sup>b</sup>
Residual	163,998	39	4,205		
Total	323,727	43			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kelassosial, Pelayanan, Promosi, Pengetahuan

## Lampiran 11.

### Dokumentasi



**1. Wawancara dengan Kepala Sekolah SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Pada Tanggal 31 Maret 2022.**



**2. Pembagian Angket Kepada Guru Perpustakaan SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Pada Tanggal 31 Maret 2022.**



**3. Pembagian Angket Kepada Guru Agama dan Olahraga SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Pada Tanggal 31 Maret 2022.**



**4. Pembagian Angket Kepada Guru Kelas V dan VI SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Pada Tanggal 31 Maret 2022**



**5. Pembagian Angket Kepada Guru B. Inggris SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Pada Tanggal 31 Maret 2022.**



**6. Pembagian Angket Kepada Kepala Sekolah SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Pada Tanggal 31 Maret 2022.**



**7. Pembagian Angket Kepada Guru Kelas II SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Pada Tanggal 31 Maret 2022.**



**8. Pembagian Angket Kepada Guru Kelas III SD Swasta 117 Islam Terpadu Adnani Pada Tanggal 31 Maret 2022.**