

4FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PREFERENSI MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH DI KOTA MEDAN

Raja Sakti Putra Harhap
Fakultas Bisnis Syariah, Universitas Potensi Utama
Jl. K.L Yos Sudarso Km. 6.5 No. 3-A Tanjung Mulia Medan Telp : (061) 6640525
e-mail : putrasafar036@gmail.com

Abstrak

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah faktor pelayanan, produk dan religi berpengaruh terhadap preferensi masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan. Tujuan penelitian adalah untuk menguji secara empiris pengaruh faktor pelayanan, produk dan religi terhadap preferensi masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan, sedangkan hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara pelayanan, produk dan religi terhadap preferensi masyarakat pada Bank Syariah kota Medan (H_a). Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yang menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi multiple. Sedangkan sampel penelitian sebanyak 90 orang yang ditetapkan dari 1021 populasi dengan penetapan berdasarkan teori Solvin. Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis regresi diperoleh bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pelayanan dan produk terhadap preferensi masyarakat, sedangkan variabel religi tidak berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan, dikarenakan masyarakat saat ini lebih mengutamakan nilai ekonomis dibanding kepada nilai ketaatan dalam beragama, dengan kata lain masyarakat lebih mengutamakan economic rationale dalam keputusan memilih bank syariah. Secara simultan semua faktor variabel yakni pelayanan, produk dan religi berpengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan. Pelayanan merupakan faktor yang sangat dominan dari faktor lainnya terhadap preferensi masyarakat di Bank Syariah Kota Medan. Besar pengaruh pelayanan, produk dan religi terhadap preferensi masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan adalah 97,4% sedangkan 2,6% lagi dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya Akses, Ongkos, pendapatan dan lain-lain.

Kata Kunci : Preferensi, Bank Syariah, Kota Medan

Abstract

The problem of this study is about the services, product and religious influence on public preferences on Islamic Bank in Medan. The purpose of the study is to examine the influence of services, product, and religion of the people's preferences at the Islamic Bank in Medan empirically, while this hypothesis is that there is partial effect and the simultaneous service, product and religious preferences of the public in Medan Islamic Bank (H_a). The methodology used in this research is a field research (field research) that uses a quantitative approach and data analysis used is multiple regression analysis. While the samples are 90 people set of 1021 population with the determination based on the theory Solvin. Based on the results obtained by regression analysis that there is a partial positive and significant effect of the variable services and product of the preferences of society, while the religious variables are does not impact a positive influence on people's preferences at the Islamic Bank in Medan. In today's society because the more priority than the economic value to the value of obedience in religion, in other words, people prefer the economic rationale in the decision to choose Islamic banks. Simultaneously, all variables from services, product and religion having an significant impact on people's preferences at Islamic Bank in Medan. Service is a very dominant factor from the other on people's preferences in Islamic Bank city of Medan. The influence of promotions, services, margin/profit sharing, product, location and religion of the people's preferences at the Islamic Bank in Medan was 97.4%, while 2.6% were influenced by other factors not examined in this study such as access, cost, income and the others.

Keywords: *Interest, Sharia Bank In Medan.*

1. PENDAHULUAN

Kegiatan dunia perbankan syariah sekarang ini sangat pesat pertumbuhannya di Indonesia. Perbankan syariah sudah tidak lagi dianggap sebagai tamu asing. Kinerja ini semakin nyata ketika badai krisis ekonomi melanda Indonesia, ketika perbankan konvensional banyak yang terpuruk, perbankan syariah relative dapat bertahan bahkan menunjukkan perkembangan.¹

Lahirnya bank syariah di tandai dengan lahirnya perbankan syariah di Indonesia, yaitu dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia. Dengan momentum itu pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia tumbuh pesat diterima masyarakat. Apalagi dengan lahirnya UU No 7 Tahun 1992 dan UU No 10 Tahun 1998 dan yang terbaru adalah UU No 21 Tahun 2008 tentang eksistensi bank syariah, memicu tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Kesempatan ini dimanfaatkan oleh bank konvensional untuk mengkonversikan diri secara penuh menjadi bank umum syariah.

Undang-undang ini merupakan bentuk penegasan dari Bank Indonesia sebagai otoritas moneter untuk menjamin kelegalan bank syariah, dan memberikan ruang gerak yang lebih luas bagi bank syariah yang memiliki status sebagai bank umum syariah seperti PT. Bank Syariah Mandiri, PT. Bank Muamalat dan karena di dalamnya dijelaskan bahwa dalam perbankan Indonesia dikenal sistem (*dual banking sistem*), yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah.

Sebagai bentuk perwujudan dari kebutuhan masyarakat terhadap perbankan bersistem syariah, dan ditegaskannya *dual banking sistem* pada perbankan nasional, dibukalah peluang bagi pengembangan yang lebih luas terhadap operasional bank syariah. Di antara bank-bank konvensional yang membuka Unit Usaha Syariah seperti PT. Bank Sumut, PT. Bank Tabungan Negara (BTN), PT. Bank Negara Indonesia (BNI), PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI), PT. Bank Central Asia (BCA), Bank Bukopin, Bank Permata dan bank lainya baik yang beroperasi di kantor pusat maupun di kantor cabang.

Sejarah berdirinya perbankan syariah dengan sistem bagi hasil didasarkan pada dua alasan utama yaitu pertama, pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional adalah hukumnya haram karena termasuk kategori riba² yang dilarang dalam agama. Adapun mengenai larangan riba, yang merupakan ciri dari sistem perbankan syariah, ternyata memiliki akar yang kuat pada ajaran-ajaran kristen, riba merupakan tindakan kriminal, demikian juga pada ajaran hindu, budha. Penetrasi terhadap segmen pasar ini diperkirakan akan lebih mudah bila mengingat bahwa ajaran Hindu, Budha, dan Kristen pun terdapat ajaran akan larangan pemungutan riba.³

Kemudian dari aspek ekonomi, penyerahan risiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan. Adapun balas jasa modal pada sistem bagi hasil bank syariah, diperhitungkan berdasarkan keuntungan dan kerugian yang diperoleh dengan adanya kesepakatan pada "akad" dan ini berlaku pada kreditur maupun debitur.

Walaupun dasar operasional bank syariah merujuk kepada syariat Islam, namun pada kenyataannya selama era tujuh tahun terakhir sejak berlakunya UU perbankan syariah No 21 Tahun 2008 perkembangan bank syariah belum menunjukkan sesuatu yang menggembirakan apabila dibandingkan dengan perkembangan bank syariah di dunia internasional. Pangsa pasar untuk asset Bank Umum Syariah sebesar 0.09%.⁴ dan hal tersebut mencerminkan preferensi masyarakat yang mayoritas beragama Islam terhadap bank syariah masih rendah jauh dibawah tingkat preferensi masyarakat terhadap bank konvensional.

¹ Imam Hilman dkk, *Perbankan Syariah Masa Depan* (Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003), hal. 3-4.

²Yusuf Qardhawi, *Bunga Bank Haram* (Jakarta: Media Eka Sarana, 2002), hal. 133 dan Majelis Ulama Indonesia, Keputusan Fatwa MUI No. 1 Tentang Bunga (Jakarta : MUI, 2004), sebagaimana dikutip Pengharaman riba dapat dilihat di dalam al-Qur'an Q.S. *ar-Rum* : 39, Q.S. *an-Nisa'* : 161, Q.S. *Ali Imran* : 130 dan Q.S. *al-Baqarah* : 275-281. M. Syafii Antonio. *Bank Syariah*, hal. 37-50.

³Rivai, Veithzal dan Andria Permata, *Islamic Financial Management: Teori, Konsep dan Aplikasi Panduan Praktis untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktis dan Mahasiswa*, (Jakarta: Raja GarfindoPersada, 2008).hal. 65

⁴ [WWW.Slideshare.net/Pujiesarirankdya/Bank Syariah](http://WWW.Slideshare.net/Pujiesarirankdya/Bank%20Syariah), (Jakarta, 2013), hal. 3

Namun demikian dalam pengembangan bank syariah tidak dapat hanya berlandaskan pada aspek legalitas melalui keberadaan UU dan keunggulan nilai-nilai moral semata yang diaplikasikan dalam operasi perbankan syariah, namun juga harus berdasarkan pada *market driven*. Bank syariah dapat berkembang dengan baik bila mengacu pada *demand* masyarakat akan produk dan jasa bank syariah.

Walaupun pengembangan bank syariah secara intensif masih relatif baru, pengembangannya tidak berlandaskan *infant industries* argument yang berdasarkan proteksi dan keistimewaan-keistimewaan. Perbedaan pengaturan lebih disebabkan karena memang perbankan syariah beroperasi dengan sistem yang berbeda dengan perbankan konvensional.

Nasabah melakukan pembiayaan biasanya karena alasan untuk membantu usaha yang sedang dijalankannya. Mereka adalah pedagang dan pembisnis yang menguasai perputaran uang di negeri ini dengan alasan beberapa faktor eksternal yang dikenal dengan marketing mix (*promotion, place, margin, product*) dan pelayanan. Faktor eksternal menurut Kotler⁵ terdiri dari : Produk, Harga, Promosi, dan tempat. Selain faktor eksternal di atas, peneliti memasukkan faktor religius sebagai bagian yang tidak terlepas dari identitas lembaga keuangan bank syariah yang berdampak dari keluarnya fatwa MUI tentang keharaman bunga bank.

Faktor-faktor eksternal tersebut, dikelompokkan dan diuraikan menjadi beberapa item yang akan ditanyakan kepada para nasabah. Berdasarkan teori tersebut, terbentuk beberapa faktor yang mungkin dapat mempengaruhi preferensi nasabah pelaku ekonomi mikro.⁶

Pertama adalah faktor pelayanan, semakin puas nasabah dengan terpenuhinya harapan maka nasabah akan loyalitas pada bank syariah tersebut. Faktor pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah bank syariah, memberikan pelayanan yang lebih berkualitas disbanding dengan pesaing secara konsisten. Bank-bank syariah memberikan pelayanan yang maksimum kepada nasabahnya, seperti karyawan bank-bank syariah yang ramah, kesabaran dan cekatan dalam menjelaskan bagaimana cara membuka rekening tabungan mudharabah kepada nasabahnya, sebagaimana penelitian Anas Iswanto⁴, Wasilatul (2010)⁵⁶, Muhammad Suip (2013)⁷ dan Muhammad Syahbudi (2013)⁸ yang menjadikan faktor pelayanan yang harus diperhatikan sehingga faktor ini menjadi satu diantara penentu keputusan masyarakat melakukan pembiayaan di bank syariah.

Faktor produk, semakin menarik kemasan produk akan merangsang nasabah untuk mengkonsumsinya seperti banyaknya jenis produk pembiayaan dan sistem yang bebas dari unsur riba. produk yang ditawarkan dapat menarik nasabah untuk melakukan pembiayaan karena dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi tunai atau non tunai. Berbagai fasilitas yang ditawarkan oleh BSM, diantaranya adalah fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit dan fasilitas *e-Banking*, yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking yang sejalan dengan penelitian Muhammad Syahbudi (2013) yang menyatakan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk bertransaksi di bank syariah.

⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, terj. Hendra Teguh, Benyamin Molan dan Rony A. Rusli, Jilid 2 (Jakarta : Index Kelompok Gramedia, 2004), hal. 43.

⁶ M. Ridwan dkk, *Ekonomi: Pengantar Mikro dan Makro Islam* (Medan: Cipta Pustaka Media, 2013) hal. 16.

⁴ Anas Iswanto dkk, *Perilaku Dan Preferensi Masyarakat Sulawesi Selatan Terhadap Bank Perkreditan Rakyat (BPR)*, Jurnal (www.google.com) diakses (2 April 2014), hal. 1

⁵ Wasilatul Allah, *Preferensi Nasabah Terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah*, Tesis (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010), hal. 86.

⁶ Wasilatul Allah, *Preferensi Nasabah Terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah*, Tesis (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010), hal. 86.

⁷ Muhammad Suip, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Megajukan Pembiayaan Pada PT. BPRS Rahma Hijrah Agung Lhokseumawe, Resis, Medan, 2013* hal.104.

⁸ Muhammad Syahbudi, Muhammad Syahbudi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Ekonomi Etnis Tionghoa: Studi Terhadap Keputusan Etnis Tionghoa Menjadi nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan*, Tesis (Medan: PPs IAIN-SU, 2013) hal.101

Faktor religius adalah faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam bertransaksi di bank syariah, seperti keimanan seseorang, kehalalan produk yang bebas dari riba dan adanya fatwa MUI tentang keharaman bunga bank. Religius masyarakat muslim menjadi faktor yang mempengaruhi seseorang memilih dan memutuskan untuk bertansaksi dengan instansi yang syariah, dengan cara yang syariah dan produk yang halal, sebagaimana penelitian Muhammad Suip⁹ (2013) dan Muhammad Ilyas¹⁰ (2013) bahwa religi berpengaruh permintaan pembiayaan di bank syariah.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai faktor-faktor apakah yang menyebabkan atau melatar belakangi preferensi masyarakat untuk melakukan transaksi di bank syariah dengan judul Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Preferensi Masyarakat Pada Bank Syariah di Kota Medan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yang berkenaan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berlakunya UU perbankan syariah No 21 Tahun 2008 perkembangan bank syariah belum menunjukkan sesuatu yang menggembirakan apabila dibandingkan dengan perkembangan bank syariah di dunia internasional. Pangsa pasar untuk asset Bank Umum Syariah sebesar 0.09% dan hal tersebut mencerminkan preferensi masyarakat yang mayoritas beragama Islam terhadap bank syariah masih rendah jauh dibawah tingkat preferensi masyarakat terhadap bank konvensional. Namun demikian dalam pengembangan bank syariah tidak dapat hanya berlandaskan pada aspek legalitas melalui keberadaan UU dan keunggulan nilai-nilai moral semata yang diaplikasikan dalam operasi perbankan syariah, namun juga harus berdasarkan pada *market driven*. Bank syariah dapat berkembang dengan baik bila mengacu pada *demand* masyarakat akan produk dan jasa bank syariah.
2. *Demand* yang menjadi alasan nasabah untuk melakukan pembiayaan. Nasabah melakukan pembiayaan biasanya karena alasan untuk membantu usaha yang sedang dijalankannya. Mereka adalah pedagang dan pebisnis yang menguasai perputaran uang di negeri ini dengan alasan beberapa faktor eksternal yaitu marketing mix (*promotion, place, margin, product, service*) dan religi yang mempengaruhi preferensi masyarakat.

Dari identifikasi masalah di atas, peneliti hanya membatasi pada lima bank syariah yaitu PT. Bank Muamalat Indoensia Tbk, PT. Bank Syariah Mandiri Tbk, PT. Bank Sumut Syariah, PT. Bank BNI Syariah dan PT. Bank BRI Syariah dan variabel terdiri dari tiga faktor yang menjadi preferensi masyarakat (Y), dalam hal ini yaitu :

1. Faktor Pelayanan sebagai variabel X_1 .
2. Faktor Produk sebagai variabel X_2 .
3. Faktor Religi sebagai variabel X_3 .

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: *Apakah faktor Produk, Pelayanan dan Religi berpengaruh terhadap Preferensi Masyarakat di Kota Medan?*

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan cara penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang menggunakan data yang diukur dalam suatu skala numeric (angka).¹¹ Prosesnya berawal dari teori, selanjutnya dengan menggunakan logika deduktif diturunkan hipotesis penelitian yang disertai pengukuran dan

⁹ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Megajukan Pembiayaan Pada PT. BPRS Rahma Hijrah Agung Lhokseumawe, Resis, Medan, 2013 hal.104.

¹⁰ Muhammad Ilyas, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Usaha Kecil Pada PT. BPRS Manah Insan Cita Medan, Tesis (Medan: PPs IAIN-SU, 2013) hal.98.

¹¹ Kuncoro Mudjarat, Metode Riset Bisnis dan Ekonomi, (Jakarta : Erlangga. 2003) hal. 124

operasionalisasi konsep, maka generalisasi empiris yang bersandar pada statistik, sehingga dapat disimpulkan sebagai temuan penelitian.¹²

2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kantor PT. Bank Muamalat Indoensia Tbk, PT. Bank Syariah Mandiri Tbk, PT. Bank Sumut Syariah, PT. Bank BNI Syariah dan PT. Bank BRI Syariah di Kota Medan, penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Juni 2014 s/d September.

2.3 Populasi dan Sampel

2.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek berdasarkan pengukuran yang diambil penelitian.¹³ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan Bank Syariah yang melakukan pembiayaan dalam usaha UMKM yang berjumlah 1021 nasabah.

2.3.2 Sampel

Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini dari rumus teori *solvin*.¹⁴ adalah
$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$
 dimana n adalah ukuran sampel, N adalah ukuran populasi dan d adalah galat pendugaan (10%). Maka perhitungan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1021}{(1021)(10\%)^2 + 1} = \frac{1021}{11.21} = 91,10$$

Maka dari jumlah populasi di atas adalah 1021 maka jumlah sample yang akan diteliti sebanyak 91 responden yang dipilih secara acak (*simple random sampling*). Pemilihan sampel secara acak ini dikarenakan keadaan populasi yang cenderung homogen yaitu masyarakat yang telah melakukan transaksi di PT. Bank Muamalat Indoensia Tbk, PT. Bank Syariah Mandiri Tbk, PT. Bank Sumut Syariah, PT. Bank BNI Syariah dan PT. Bank BRI Syariah di Kota Medan.

Kegiatan yang dilakukan sehubungan dengan penulisan penelitian ini, antara lain dengan mencari dan mengumpulkan data dengan klasifikasi sebagai berikut :

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh penulis dari lapangan (*field research*). Dalam hal ini penulis menggunakan metode pengumpulan data kuesioner.

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian ini adalah kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada nasabah untuk dijawab. Dalam penyusunan kuisisioner ini penulis menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun ítem-ítem instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Untuk keperluan analisis, penyusunan kategori itu dijelaskan sebagai berikut :

Pengukuran semua variabel terhadap nasabah dilakukan dengan menggunakan skala *likert*, yaitu dengan memberikan skors antara 1 sampai 5 untuk setiap jawaban yang dipilih dengan penilaian sebagai berikut :

Sangat setuju	= 5
Setuju	= 4
Netral	= 3
Kurang setuju	= 2
Tidak setuju	= 1. ¹⁵

¹²*Ibid*,

¹³ Arfan Ikhsan dan Imam Ghozali, *Metodologi Penelitian: Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Medan: Maju, 2006), hal. 83.

¹⁴*Ibid*, hal. 83.

¹⁵ Sudjana, *Metode statistika*, (Bandung, Raesito, 2003) hal.352

Angket yang telah dikumpulkan kemudian akan di uji reabilitasnya untuk melihat apakah ada data yang harus digugurkan atau tidak setelah diuji, tahap selanjutnya adalah mengelola data yang ada dengan program SPSS versi 17.

Penyusunan instrumen berdasarkan pada indikator-indikator yang diambil dari teori. Untuk memudahkan dalam membuat instrumen, agar digunakan kisi-kisi pembuatan angket agar semua karakteristik variabel yang telah ditentukan berdasarkan kajian teori dapat dimasukkan kedalam angket yang dibuat.

2.4 Teknik Analisis Data

Setelah menyelesaikan seluruh kuisisioner, penulis melakukan editing dan kemudian membuat kategori sesuai dengan variabel yang akan diukur. Kategori tersebut kemudian decoding untuk masuk dalam pengolahan data. Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*)Versi 17.⁶ Adapun pengujian-pengujian yang akan dilakukan dalam penelitian ini sebagaimana disebutkan Sudjana⁶ adalah :

1. Uji Deskriptif

Yaitu mengumpulkan dan menganalisa serta menafsirkan data, sehingga data tersebut dapat memberikan gambaran mengenai keadaan yang diteliti. tehnik analisis yang digunakan untuk menggambarkan secara detail mengenai suatu variabel.

2. Uji Validitas

Yaitu uji untuk mengukur apakah kuesioner yang digunakan dapat mengukur variabel yang akan diukur oleh uji Reliabilitas, yaitu untuk melihat apakah alat yang digunakan menunjukkan konsistensi di dalam mengukur gejala yang sama.

3. Uji Reliabilitas

Yaitu untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur objek atau responden.

4. Uji Hipotesis

Pengujian ini dimaksudkan untuk memutuskan apakah menerima atau menolak hipotesis berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. Dalam pengolahan data penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda dengan menggunakan uji T dan uji F dimana dasar pengambilan keputusan adalah apabila signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima, sebaliknya jika signifikan lebih besar dari 0,05 maka H_a ditolak.

5. Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh antara pelayanan, produk dan religi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap preferensi nasabah melakukan pembiayaan usaha mikro di bank syariah maka analisa ststistik yang digunakan adalah dengan menggunakan regresi linier berganda panel. Maka model persamaannya sebagaimana dsebutkan Sudjana adalah sebagi berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan

Y	= Preferensi Nasabah
α_0	= Konstanta
α_1, α_2	= Koefisien Regresi
X_1	= Pelayanan
X_2	= Produk
X_3	= Religi
ϵ	= variabel penganggu

Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis satu sampai tiga dengan analisis regresi

berganda. Hipotesis pertama sampai lima diuji dengan menentukan tingkat signifikansi dengan uji Uji parsial (uji t_{test}) dan simultan (Uji F_{test} dan R^2) sebagai berikut:

- 1) Uji $t-test$ ¹¹ digunakan untuk menguji pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen yaitu promosi, lokasi, pelayanan, produk, ,margin, bagi hasil dan religi secara parsial berpengaruh terhadap preferensi nasabah bertransaksi pembiayaan di bank syariah. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu
 Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $p-value$ pada kolom $sig.<level\ of\ significant$ (α) 5%.
 Ho diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai $p-value$ pada kolom $sig.>level\ of\ significant$ (α) 5%.
- 2) Uji $F-test$ ¹⁰ untuk menguji pengaruh simultan pada promosi, lokasi, pelayanan, produk, margin, bagi hasil dan religi secara simultan berpengaruh terhadap preferensi nasabah bertransaksi di bank syariah. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu:
 Ha diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau nilai $p-value$ pada kolom $sig.<level\ of\ significant$ (α) 5%.
 Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau nilai $p-value$ pada kolom $sig.>level\ of\ significant$ (α) 5%.
- 3) Uji Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3. Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah pengetahuan tentang produk faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah bank syariah yang terdiri dari Pelayanan (X_1), Produk (X_2), dan Religi (X_3), Preferensi Nasabah (Y). Secara ringkas definisi dari variabel penelitian ini dijabarkan dalam definisi operasional sebagai berikut :

1. Variabel Independen.
 - a. Pelayanan yaitu perbuatan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Dalam kaitan ini, pelayanan bank syariah yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan pelayanan karyawan kepada nasabah yang terjadi di kantor saja. Tapi mencakup kepada aksesibilitas, kredibilitas, jaringan kantor yang luas, kelengkapan produk, keamanan dan berbagai fasilitas kemudahan lainnya yang diberikan oleh karyawan secara keseluruhan (profesionalitas).
 - b. Produk yaitu suatu hasil jasa yang tawarkan bank kepada nasabah yang memuaskan kebutuhan konsumen baik berupa barang maupun jasa.
 - c. Religi yaitu keimanan yang mengakar dalam diri/pribadi seseorang kepada Allah atau kesalehan seseorang dalam menjaga perintah dan larangan Allah dalam kehidupannya yang didasari oleh pengetahuan agama.

Variabel Religi ini dapat diukur melalui tanggapan nasabah terhadap peraturan/nilai- nilai keagamaan seperti:

- a) Kesempurnaan dalam melaksanakan shalat lima waktu
- b) Frekuensi melaksanakan shalat berjama'ah
- c) Frekuensi melaksanakan puasa sunnah
- d) Frekuensi membaca alQuran
- e) Berpakaian yang sopan dan menutup aurat
- f) Rutinitas mengikuti pengajian

Dengan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut, maka timbul faktor yang di pengaruhi yaitu keputusan konsumen (preferensi) yaitu proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran masyarakat melakukan transaksi di Bank Syariah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Sejarah Perkembangan Bank Syari'ah Di Medan

Di Indonesia pelopor perbankan syariah adalah Bank Muamalat Indonesia. Berdiri tahun 1991, bank ini diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah, serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Bank ini sempat terimbas oleh krisis moneter pada akhir tahun 90-an sehingga ekuitasnya hanya tersisa sepertiga dari modal awal. IDB kemudian memberikan suntikan dana kepada bank ini dan pada periode 1999-2002 dapat bangkit dan menghasilkan laba. Saat ini keberadaan bank syariah di Indonesia telah diatur dalam Undang-undang yaitu UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan.

3.1.1 Hasil Penelitian

Demografi Responden

Responden pada penelitian ini akan memberikan gambaran banyak proporsi nasabah dilihat dari jenis kelamin, umur, dan jenis transaksi apa yang dilakukan di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan akan dijelaskan lebih lanjut pada tabel di bawah ini.

1. Jenis Kelamin

Tabel 1 Proporsi Responden Dalam Sampel Menurut Jenis Kelamin

No	Bank	Jenis Kelamin	Frekuensi	Proporsi
1	Bank Sumut Syariah Cabang Medan	Laki-laki	12	13,3%
		Perempuan	6	6,66%
2	Bank Muamalat Cabang Medan	Laki-laki	8	8,88%
		Perempuan	10	45,5%
3	Bank BNI Syariah Cabang Medan	Laki-laki	9	10%
		Perempuan	9	10%
4	Bank BRI Syariah Cabang Medan	Laki-laki	5	5,55%
		Perempuan	13	14,4%
5	Bank Syariah Mandiri Cabang Medan	Laki-laki	7	7,7%
		Perempuan	11	12,2%
Total			90	100%

Sumber : Data Demografi Pada Kuisisioner, 2015.

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan jenis kelamin nasabah bank yang memutuskan untuk menjadi nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan, dapat kita lihat dari tabel di atas nasabah berjenis kelamin laki-laki berjumlah 41 orang dan nasabah berjenis kelamin perempuan berjumlah 49 orang, atau persentase pada gambar grafik di atas bahwa persentase laki-laki 45,6% dan persentase perempuan 54,4%. Maka jumlah nasabah bank yang bertransaksi di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan paling banyak dari jenis kelamin adalah perempuan.

2. Umur

Tabel 2 Proporsi Responden Dalam Sampel Menurut Umur

No	Bank	Jenis Umur	Jumlah Responden	Proporsi
1	Bank Sumut Syariah Cabang Medan	20-30	2	2,22%
		31-40	14	15,5%
		>40	2	2,22%
2	Bank Muamalat Cabang Medan	20-30	3	3,33%
		31-40	15	16,6%
		>40	2	2,22%
3	Bank BNI Syariah Cabang Medan	20-30	2	2,22%
		31-40	15	16,6%
		>40	1	1,11%
4	Bank BRI Syariah Cabang Medan	20-30	8	8,88%
		31-40	6	6,66%
		>40	4	4,44%
5	Bank Syariah Mandiri Cabang Medan	20-30	12	13,3%
		31-40	3	3,33%
		>40	3	3,33%
		Total	90	100%

Sumber : Data Demografi Pada Kuisisioner, 2015.

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan jenis umur nasabah bank yang bertransaksi di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan, dapat kita lihat dari tabel di atas nasabah yang berumur 20-30 tahun berjumlah 27 orang, nasabah yang berumur 31-40 tahun berjumlah 53 orang, dan nasabah yang merumur > 40 tahun berjumlah 10 orang. Maka jumlah nasabah bank yang bertransaksi di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang

Medan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan paling banyak yaitu nasabah yang berumur 31-40 tahun.

3. Jenis Transaksi

Tabel 3 Proporsi Responden Menurut Jenis Transaksi.

No	Bank	Jenis Transaksi	Jumlah Responden	Proporsi
1	Bank Sumut Syariah Cabang Medan	Deposito	1	1,11%
		Tabungan	14	15,5%
		Pembiayaan	3	3,33%
2	Bank Muamalat Cabang Medan	Deposito	0	3,33%
		Tabungan	15	16,66%
		Pembiayaan	3	3,33%
3	Bank BNI Syariah Cabang Medan	Deposito	0	0%
		Tabungan	13	14,4%
		Pembiayaan	5	5,55%
4	Bank BRI Syariah Cabang Medan	Deposito	0	0%
		Tabungan	10	11,11%
		Pembiayaan	8	8,88%
5	Bank Syariah Mandiri Cabang Medan	Deposito	2	2,22%
		Tabungan	13	14,44%
		Pembiayaan	3	3,33%
		Total	90	100%

Sumber : Data Demografi Pada Kuisisioner, 2015.

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan jenis transaksi nasabah, dapat kita lihat dari tabel di atas, pada nasabah deposito berjumlah 3 orang, nasabah tabungan berjumlah 65 orang, dan nasabah pembiayaan berjumlah 22 orang, maka nasabah bank yang paling banyak bertransaksi di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan adalah nasabah tabungan dan nasabah pembiayaan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Suatu item pertanyaan dapat dikatakan valid jika koefisien korelasinya ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan $n = 44$ yakni lebih besar dari 0,297

Kuesioner ini terdiri dari 32 pertanyaan yang terdiri dari : 4 pertanyaan pada variabel pelayanan, 4 pertanyaan pada variabel produk, 5 pertanyaan pada variabel religi dan 6 pertanyaan pada variabel preferensi nasabah, yang ditujukan untuk faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah Bank Syariah Kota Medan. Berdasarkan lampiran 2 dapat dilihat hasil uji validitas sebagai berikut :

a) Variabel Pelayanan (X_1)

Tabel 4 Uji Validitas Variabel Pelayanan

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Kesimpulan
Pert1	0,621	0,279	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
Pert2	0,490	0,279	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
Pert3	0,799	0,279	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
Pert4	0,679	0,279	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid

Sumber : Data di olah, 2015.

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N = 44$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N = 44$, $r_{\text{tabel}} = 0,297$ pada buku-buku statistik, nilai r tabel satu sisi pada df = 44 dan $p = 0,05$ adalah 0,297. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika jika nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel pelayanan adalah valid.

b) Variabel Produk (X_2)

Tabel 5 Uji Validitas Variabel Produk

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Kesimpulan
Pert1	0,776	0,279	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
Pert2	0,623	0,279	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
Pert3	0,776	0,279	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
Pert4	0,556	0,279	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid

Sumber : Data di olah, 2015.

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N = 44$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N = 44$, $r_{\text{tabel}} = 0,297$. Pada buku-buku statistik, nilai r tabel satu sisi pada df = 44 dan $p = 0,05$ adalah 0,297. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika jika nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel produk adalah valid.

c) Variabel Religi (X_3)

Tabel 6 Uji Validitas Variabel Religi

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Kesimpulan
Pert1	0,604	0,279	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
Pert2	0,380	0,279	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
Pert3	0,517	0,279	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
Pert4	0,707	0,279	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
Pert5	0,433	0,279	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid

Sumber : Data di olah, 2015.

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N = 44$, maka derajat bebasnya (df)

adalah $N = 44$, $r_{\text{tabel}}=0,297$). Pada buku-buku statistik, nilai r tabel satu sisi pada $df = 44$ dan $p = 0,05$ adalah 0,297. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel Religi adalah valid.

d) Variabel Preferensi Nasabah (Y)

Tabel 7 Uji Validitas Variabel Preferensi Nasabah

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Kesimpulan
Pert1	0,654	0,279	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
Pert2	0,702	0,279	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
Pert3	0,518	0,279	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
Pert4	0,654	0,279	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
Pert5	0,735	0,279	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
Pert6	0,586	0,279	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid

Sumber : Data di olah, 2015.

Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N . Oleh karena $N = 44$, maka derajat bebasnya (df) adalah $N = 44$, $r_{\text{tabel}}=0,297$). Pada buku-buku statistik, nilai r tabel satu sisi pada $df = 44$ dan $p = 0,05$ adalah 0,297. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Pertanyaan 4 dari variabel Preferensi nasabah dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($0,654 > 0,297$) maka dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 8 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai *Alpha*

Alpha	Tingkat Reabilitas
$>0,00$ s.d $0,20$	Kuran Reliabel
$>0,20$ s.d $0,40$	Agak Reliabel
$>0,40$ s.d $0,60$	Cukup Reliabel
$>0,60$ s.d $0,80$	Reliabel
$>0,80$ s.d $1,00$	Sangat Reliabel

Sumber: Triton PB. *SPSS 13.00 Terapan*, Yogyakarta: Andi Offset, 2006.

Berikut ini output SPSS untuk melihat tingkat *reliabilitas* pada variabel digambarkan pada tabel di bawah ini :

a) Uji Reabilitas Pelayanan

Tabel 9 Uji Reabilitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,808	4

Sumber : Data diolah, 2015

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom *Cronbach's Alpha* di atas, dimana besar reliabel 0,808 sehingga dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,70.

b) Uji Reabilitas Produk

Tabel 10 Uji Reabilitas Prduk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,820	4

Sumber : Data diolah, 2015

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom *Cronbach's Alpha* di atas, dimana besar reliabel 0,820 sehingga dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,70.

c) Uji Reabilitas Religi

Tabel 11 Uji Reabilitas Religi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,726	5

Sumber : Data diolah, 2015

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom *Cronbach's Alpha* di atas, dimana besar reliabel 0,726 sehingga dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,70.

d) Uji Reabilitas Preferensi

Tabel 12 Uji Reabilitas Preferensi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,842	6

Sumber : Data diolah, 2015

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom *Cronbach's Alpha* di atas, dimana besar reliabel 0,842 sehingga dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,70.

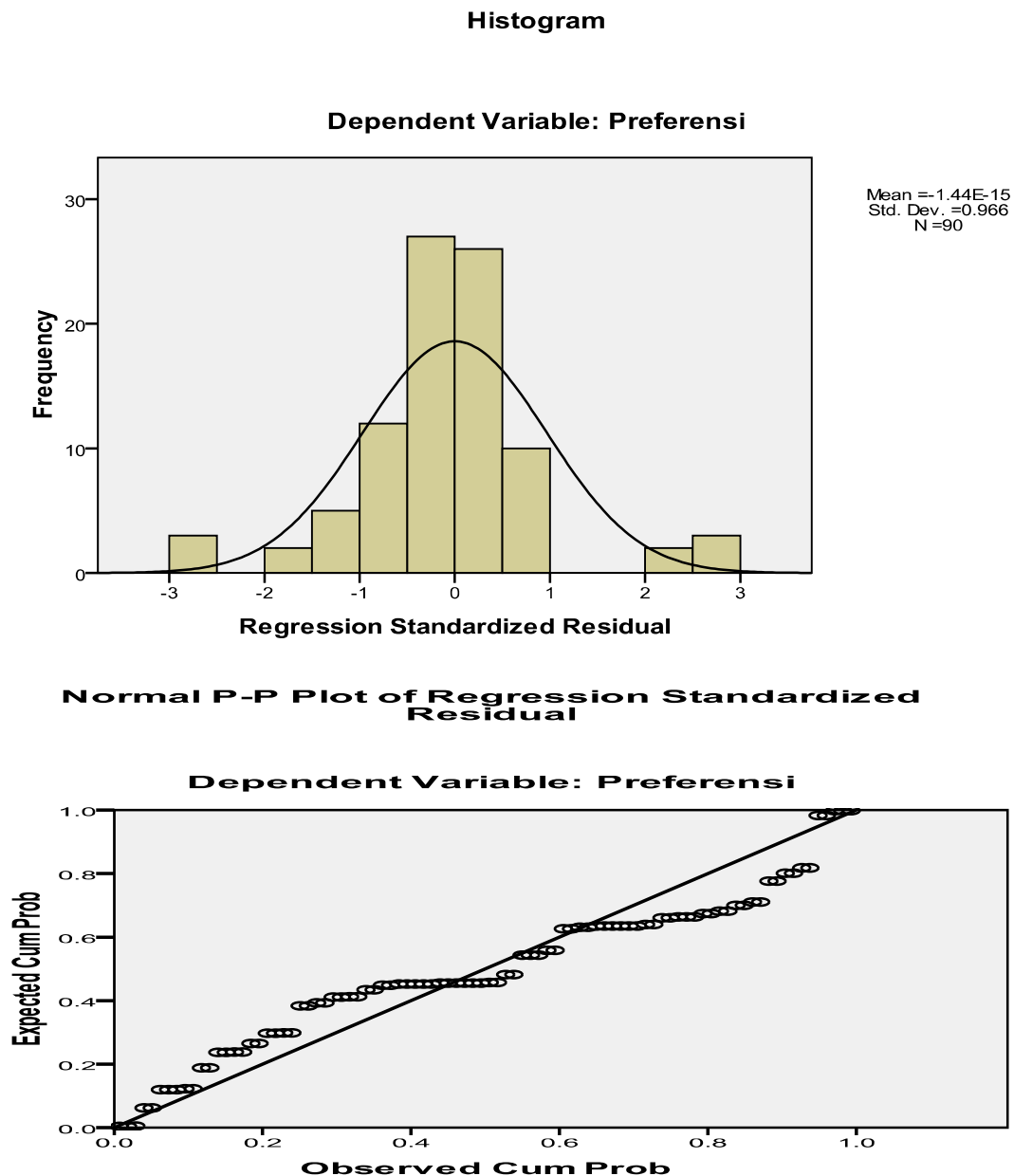
c. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik, yaitu dalam penggunaan regresi panel, terdapat empat asumsi dasar yang terpenting sebagai syarat penggunaan metode regresi. Dengan terpenuhinya asumsi tersebut, maka hasil yang diperoleh dapat lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan. Asumsi tersebut adalah asumsi normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

a) Uji Normalitas

Menurut Sugiyono pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan statistik parametris, karena akan menggunakan statistik parametris, maka data pada setiap variabel harus terlebih dahulu diuji normalitasnya. Bila data pada tiap variabel tidak normal, maka pengujian hipotesis tidak bisa menggunakan statistik parametris. Uji normalitas dilakukan dengan melihat grafik histogram mendekati normal atau tidak, atau melihat penyebaran titik-titik mengikuti arah garis diagonal.

Berdasarkan uji normalitas, dapat dilihat hasil uji normalitas sebagai berikut.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa grafik histogram mendekati normal dan penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal mengindikasikan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Multikolineritas

Multikolineritas adalah hubungan yang terjadi diantara variabel-variabel independen atau variabel independen yang satu fungsi dari variabel independen yang lain. Dari hasil estimasi data independent (lampiran) bahwa data tidak mengalami multikolineritas, untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolineritas adalah :

- Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variable terikat.
- Multikolineritas dapat juga dilihat dari VIF, jika $VIF < 10$ maka tingkat kolinieritas dapat ditoleransi.

Uji Multikolinieritas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 13 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a					
		Collinearity Statistics			
Model		Tolerance		VIF	
1	(Constant)				
	Pelayanan	0,109		9.170	
	Produk	0,141		7.076	

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Waston
1	.988 ^a	.976	.974	.32366	1.802

a. Predictors: (Constant), Religi, Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Preferensi

Sumber : Data diolah, 2015

Bahwa R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, yaitu 0,974 kemudian tabel berikutnya dapat dilihat bahwa nilai $VIF < 10$ maka tingkat kolinieritas dapat ditoleransi.

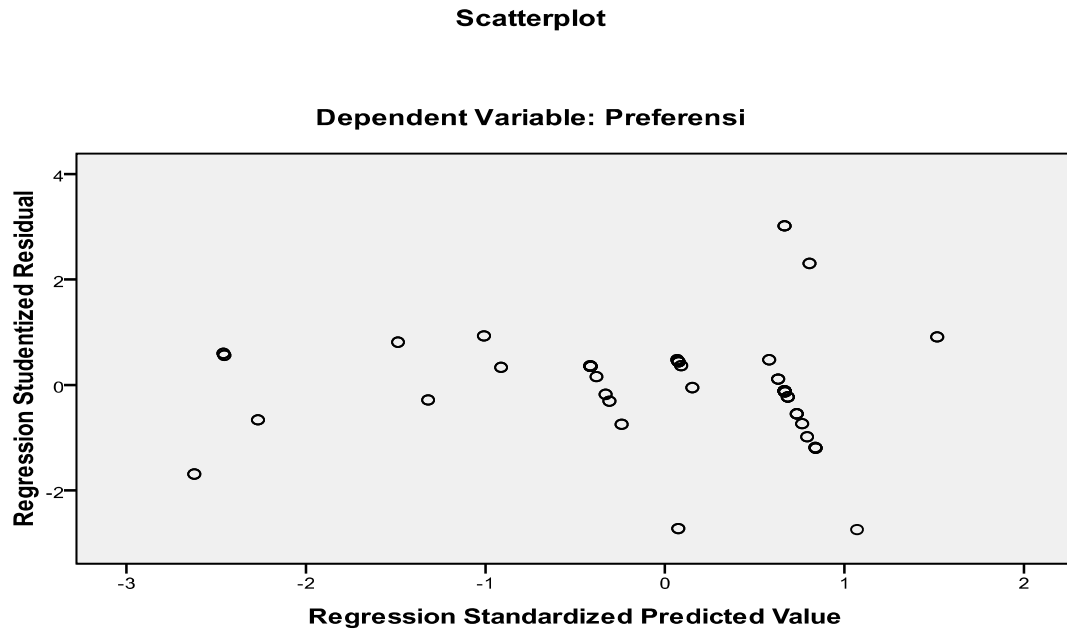
Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan *variance residual* suatu periode pengamatan dengan pengamatan yang lain.

Salah satu cara untuk melihat adanya problem heterokedastisitas adalah dengan melihat garif plot antara nilai prediksi variable terikat dengan residualnya. Dimana :

1. Dengan melihat apakah titik-titik memiliki pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit. Jika terjadi maka mengindikasikan terdapat heterokedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 10 pada sumbu Y maka mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas.

Untuk mengetahui terjadi atau tidak heterokedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2 Uji Heterokedastisitas

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa sebaran titik-titik yang acak baik di atas maupun di bawah angka 0 dari sumbu Y dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

Analisis Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji t

Untuk menentukan diterima atau ditolak hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji F-test adalah sebagai berikut :

Dalam penelitian ini ada beberapa faktor yang menjadi daya tarik nasabah menjadi nasabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan, PT. Bank Muamalat Cabang Medan, PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan dan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan dan PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan yaitu terdapat tiga faktor setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Dari ke tiga faktor tersebut akan dicari faktor dominan yang menjadi daya tarik nasabah menjadi nasabah, dengan menggunakan teknik analisis faktor dan memasukkan seluruh faktor yang menjadi daya tarik nasabah menjadi nasabah.

Tabel 14 Koefisien Regresi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	0,747	0,484		1,542	0,127
Pelayanan	0,663	0,068	0,507	9,832	0,000
Produk	0,373	0,063	0,269	5,923	0,000
Religi	-0,001	0,011	-0,002	-0,129	0,898

Sumber : Data diolah, 2015

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dituliskan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,747 + 0,663X_1 + 0,373X_2 - 0,001X_3 + 0,32$$

Arti dari hasil regresi panel di atas adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstant = 0,747, artinya jika variabel independent (pelayanan, produk dan religi) tidak ditambah, atau tetap maka preferensi nasabah adalah sebagai berikut :.
 - a. Jika variabel independent pelayanan, tidak ditambah, maka preferensi nasabah 0,663.
 - b. Jika variabel independent produk tidak ditambah, maka preferensi nasabah 0,373
 - c. Jika variabel independent religi tidak ditambah, maka preferensi nasabah -0.001
2. Nilai koefisien pelayanan 0,663 artinya, jika pelayanan ditingkatkan 100%, maka preferensi nasabah 66,3%. Hal ini menegaskan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah.
3. Nilai koefisien produk 0,373 artinya, jika variabel produk ditingkatkan 100% maka Nilai referensi nasabah menjadi 37,3, dapat disebutkan bahwa produk berpengaruh signifikan atau nyata terhadap preferensi nasabah
4. Nilai koefisien religi -0,001, jika variabel religi ditingkatkan 100% maka Nilai referensi nasabah berkurang menjadi -001, dapat disebutkan bahwa religi berpengaruh negatif terhadap preferensi nasabah, Di karena kan masyarakat saat ini lebih mengutamakan nilai ekonomis dibanding kepada nilai ketaatan dalam beragama, dengan kata lain masyarakat lebih mengutamakan economic rationale dalam keputusan memilih bank syariah.

b. Uji F-Statistik

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh simultan pada variabel independen terhadap variabel dependen yaitu variabel independen yaitu pelayanan, produk dan religi terhadap variabel dependen yaitu preferensi nasabah pada Bank Syariah Kota Medan.

Ha diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau nilai p-value pada kolom sig. < level of significant (α) 5%.

Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau nilai p-value pada kolom sig. > level of significant (α) 5%.

Nilai F-hitung adalah 559,712 dan F-tabel adalah $n-k-1 = 90-6-1 = 83$ dan $p = 0,05$ adalah 2,21 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $559,712 > 2,21$, atau nilai p-value adalah 0,000 pada kolom sig. < level of significant (α) 5% maka terdapat pengaruh antara pelayanan, produk dan religi secara

simultan terhadap preferensi nasabah di Bank Syariah Kota Medan. Hasil pengujian pengaruh simultan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 15 Hasil ANOVA

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	351.794	6	58.632	559.712	,000 ^a
	Residual	8.695	83	.105		
	Total	360.489	89			

a. Predictors: (Constant), Religi, Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Preferensi

Sumber : Data diolah, 2015

Pada tabel 13 dapat dilihat bahwa nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$ yang ditunjukkan dalam analisis data. Hasil analisis data diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 559,712 pada taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 5\%$ dengan $dk = n - k - 1$ ($90 - 6 - 1$) = 83 adalah 2,22 ($559,712 > 2,22$). Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan pelayanan, produk, religi terhadap preferensi Masyarakat di Bank Syariah Kota Medan.

c. Uji Determinasi

Uji Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dari analisis regresi pada lampiran 9 adjusted R square adalah 0,974 atau 97,4% pengaruh faktor pelayanan, produk dan religi terhadap preferensi nasabah di Bank Syariah Kota Medan. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 16 Hasil Uji determinasi R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Waston
1	.988 ^a	.976	.974	.32366	1.802

a. Predictors: (Constant), Religi, Produk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Preferensi

Tabel 14 memperlihatkan bahwa R-square =0,976 dengan demikian besar pengaruh dapat di kalkulasikan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{R\text{-}square \times 100\% = 0,976 \times 100\% = 97,6\%}$$

Dengan demikian besar pengaruh simultan dari keseluruhan variabel independen baik itu X1 (pelayanan), X2 (produk), X3 (religi) terhadap variabel dependen Y (Preferensi Masyarakat) adalah sebesar 97,6%. Sedangkan selebihnya yaitu sebesar 2,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Dari pembahasan penelitian ini, maka hasil yang didapat bahwa secara keseluruhan terbukti bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara pelayanan, produk dan religi terhadap preferensi masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan. Dengan R square sebesar 97,6% sedangkan sisanya sebesar 2,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, hal ini menjelaskan bahwa variabel pelayanan, produk dan religi cukup kuat dalam menjelaskan variabel dependen yaitu preferensi masyarakat pada Bank Syariah di Kota Medan.

5. SARAN

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mensosialisasikan produk dengan menonjolkan manfaat dari suatu produk bank syaria'ah maksudnya informasi yang diberikan pihak Bank semakin jelas, artinya melalui komunikasi yang dapat dipahami konsumen dapat menjadi pertimbangan pihak manajemen dalam menarik Preferensi nasabah. Jadi, penyampaian informasi yang tepat dan menarik sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan masyarakat.
2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui sejauhmana peluang Bank Syariah Kota Medan agar dapat menarik nasabah dari kalangan masyarakat luas yaitu muslim dan non muslim sehingga nasabah bank semakin banyak dengan lintas agama.

DAFTAR PUSTAKA

- Allah, Wasilatul *Preferensi Nasabah Terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Pada Bank BTN Syariah Cabang Bogor)*, Tesis , Jakarat: UIN SyarifHidayatullah, 2010. Hal. 86
- Anas Iswanto dkk, *Perilaku Dan Preferensi Masyarakat Sulawesi Selatan Terhadap Bank Perkreditan Rakyat (BPR)*, Jurnal (www.google.com) diakses (2 April 2014), hal. 17.
- Arfan Ikhsan dan Imam Ghozali, *Metodologi Penelitian: Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Medan: Maju, 2006), hal. 83.
- Imam Hilman dkk, *Perbankan Syariah Masa Depan* (Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003), hal. 3-4.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Terj. Hendra Teguh, Benyamin MolandanRony A. Rusli. Jilid 2. Jakarta: Index Kelompok Gramedia, 2004.
- Kuncoro Mudjarat, *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta : Erlangga. 2003) hal. 124
- Majelis Ulama Indonesia, *Keputusan Fatwa MUI No. 1 Tentang Bunga*, Jakarta : MUI, 2004
- Muhammad Ilyas, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Usaha Kecil Pada PT. BPRS Manah Insan Cita Medan*, Tesis (Medan: PPs IAIN-SU, 2013) hal. 98.
- M. Ridwan dkk, *Ekonomi: Pengantar Mikro dan Makro Islam* (Medan: Cipta Pustaka Media, 2013) hal. 16.
- Qardhawi, Yusuf , *Bunga Bank Haram*, Jakarta: Media Eka Sarana, 2002.), hal. 133 dan Majelis Ulama Indonesia, *Keputusan Fatwa MUI No. 1 Tentang Bunga* (Jakarta : MUI, 2004), sebagaimana dikutip Pengharaman riba dapat dilihat di dalam al-Qur'an Q.S. *ar-Rum* : 39, Q.S. *an-Nisa'* : 161, Q.S. *Ali Imran* : 130 dan Q.S. *al-Baqarah* : 275-281. M. Syafii Antonio. *Bank Syariah*, hal. 37-50.
- Rivai, Veithzal dan Ariyan Arifin, *Islamic Banking :Sistem Bank Islam Bukan Hanya Solusi Menghadap Krisis Namun Solusi dalam Menghadapi Berbagai Persoalan Perbankan dan Ekonomi Global*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.

Syahrudin, Muhammad, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Ekonomi Etnis Tionghoa: Studi Terhadap Keputusan Etnis Tionghoa Menjadi nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan*, Tesis, Medan, Unimed, 2013

Sugiono, *Metode Penelitian*, Bandung : Alfabeta, 2003

Sudjana, *Metode statistika*, (Bandung, Raesito, 2003) hal.352

Suip, Muhammad, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Megajukan Pembiayaan Pada PT. BPRS Rahma Hijrah Agung Lhokseumawe*, Resis, Medan, 2013