

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Bank Syari'ah Mandiri**

##### **4.1.1 Sejarah Umum Bank Syari'ah Mandiri**

Krisis moneter dan ekonomi sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. Krisis tersebut telah mengakibatkan perbankan Indonesia yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami kesulitan yang sangat parah. Keadaan tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia terpaksa mengambil tindakan untuk merestrukturisasi dan merekapitulasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Lahirnya Undang-Undang No. 10 tahun 1998, tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, pada bulan November 1998 telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank-bank syari'ah di Indonesia. Undang-Undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syari'ah atau dengan membuka cabang khusus syari'ah.

PT. Bank Susila Bakti (PT. Bank Susila Bakti) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi berupaya keluar dari krisis 1997 - 1999 dengan berbagai cara. Mulai dari langkah-langkah menuju merger sampai pada akhirnya memilih konversi menjadi bank syari'ah dengan suntikan modal dari pemilik.

Dengan terjadinya merger empat bank (Bank Dagang Negara, Bank

Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo) ke dalam PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999, rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank syari'ah (dengan nama Bank Syari'ah Sakinah) diambil alih oleh PT. Bank Mandiri (Persero).

PT. Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya dan melanjutkan rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank syari'ah, sejalan dengan keinginan PT. Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syari'ah. Langkah awal dengan merubah Anggaran Dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syari'ah Sakinah berdasarkan Akta Notaris: Ny. Machrani M.S. SH, No. 29 pada tanggal 19 Mei 1999. Kemudian melalui Akta No. 23 tanggal 8 September 1999 Notaris: Sutjipto, SH nama PT. Bank Syari'ah Sakinah Mandiri diubah menjadi PT. Bank Syari'ah Mandiri.

Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 1/24/KEP. BI/1999 telah memberikan izin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah kepada PT. Bank Susila Bakti. Selanjutnya dengan Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999 tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nama PT Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syari'ah Mandiri.

Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT. Bank Syari'ah Mandiri. Kelahiran Bank Syari'ah Mandiri merupakan buah usaha bersama dari para perintis bank

syari'ah di PT. Bank Susila Bakti dan Manajemen PT. Bank Mandiri yang memandang pentingnya kehadiran bank syari'ah di lingkungan PT. Bank Mandiri (Persero). Bank ini hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syari'ah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.

PT. Bank Syari'ah Mandiri hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan PT. Bank Syari'ah Mandiri sebagai alternatif jasa perbankan di Indonesia.<sup>1</sup>

PT. Bank Syari'ah Mandiri memiliki kantor cabang di beberapa kota, salah satu kantor cabang tersebut terletak di kota Semarang. Kantor Cabang Bank Syari'ah Mandiri di Semarang mulai beroperasi pada tanggal 5 september 2003 dengan kantor pertama di Jalan Gajah Mada No.184 Semarang, kemudian pada bulan juli 2006 Kantor cabang Bank Syari'ah Mandiri pindah ke jalan Pemuda No.583-585 Semarang, hal ini dikarenakan oleh faktor lokasi yang terletak dekat dengan pusat pemerintahan sehingga memudahkan pihak bank untuk beroperasi. Alamat kantor Pusatnya adalah: JL. MH. Thamrin No. 5 Jakarta 10340 Telp. (021) 2300509 (hunting) Fax. (021) 39832939. Situs Web: [www.syariahmandiri.ci.id](http://www.syariahmandiri.ci.id) Adapun alamat kantor cabang Semarang JL. Pemuda No. 58 Semarang Telp. (024) 3568 891.

---

<sup>1</sup> [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), diakses pada tanggal 30 April 2011.

Selain membuka kantor cabang PT. Bank Syari'ah Mandiri juga membuka kantor kas yang pertama kali terletak di jalan Siliwangi No.650 Semarang, dan mulai beroperasi pada tanggal 30 april 2004, yang kemudian relokasi ke Ruko Siliwangi Plaza Blok A5 jalan Jendral Sudirman No.187-189 Karangayu Semarang. Selain kantor cabang pembantu yang berada di semarang, juga terdapat 6 Kantor Cabang Pembantu, 2 Kantor Kas, 1 Kantor Layanan Syari'ah, dan 1 Payment point.<sup>2</sup>

#### 4.1.2 Visi dan Misi Bank Syari'ah Mandiri

- Visi PT. Bank Syari'ah Mandiri.

Menjadi Bank Syari'ah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha

- Misi PT. Bank Syari'ah Mandiri.
  - Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan
  - Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM
  - Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat
  - Mengembangkan nilai-nilai syari'ah universal
  - Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar yang sehat

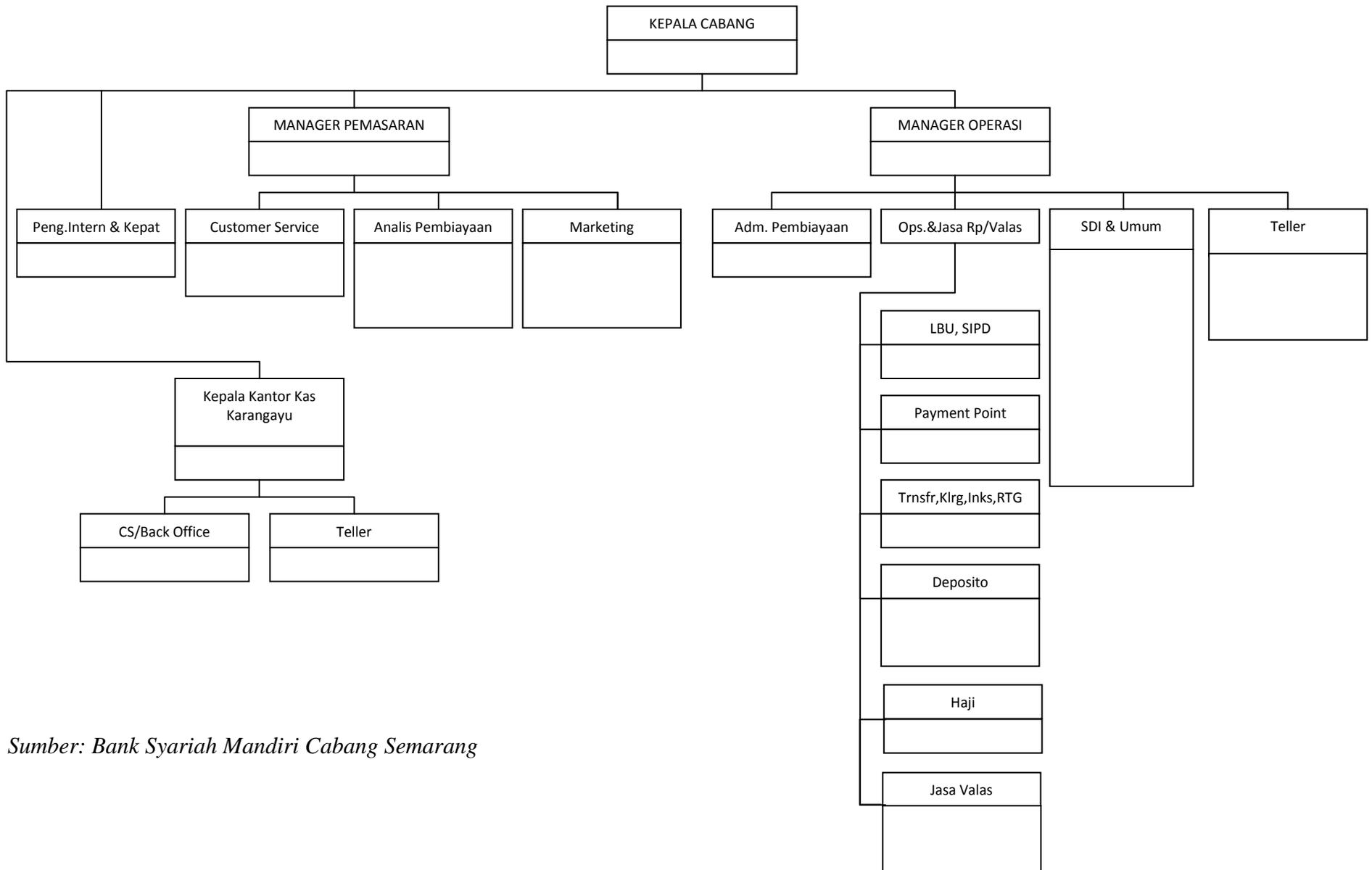
#### 4.1.3 Struktur Organisasi

Adapun Struktur organisasi PT. Bank Syari'ah Mandiri Kantor Cabang Semarang dapat penulis uraikan dalam sebuah bagan sebagai berikut:

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Bapak Joko Trilaksono, 13 Mei 2011.

## Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang



*Sumber: Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang*

#### 4.1.4 Produk-Produk Bank Syariah Mandiri

##### 1. Pendanaan

###### a) Tabungan

###### 1) Tabungan Berencana BSM

Tabungan Berencana BSM adalah simpanan *berjangka* yang memberikan *nisbah* bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

###### 2) Tabungan Simpatik BSM

Tabungan BSM Simpatik adalah Simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati.

###### 3) Tabungan BSM

Tabungan BSM adalah Simpanan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setoran nya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di *counter* BSM atau melalui ATM.

###### 4) Tabungan BSM Dollar

Tabungan BSM Dollar adalah Simpanan dalam mata uang dollar yang penarikan dan setoran nya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan BSM dengan menggunakan slip penarikan.

###### 5) Tabungan Mabror BSM

Tabungan Mabror BSM adalah simpanan dalam mata uang rupiah yang

bertujuan membantu masyarakat muslim dalam merencanakan ibadah haji dan umrah, tabungan ini dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah*

6) Tabungan Kurban BSM

Tabungan Kurban BSM adalah simpanan dalam mata uang rupiah yang bertujuan membantu nasabah dalam perencanaan dan pelaksanaan ibadah kurban dan aqiqah. Dalam pelaksanaannya bekerja sama dengan Badan Amil Kurban.

7) Tabungan BSM Investa Cendekia

Tabungan BSM Investa Cendekia adalah tabungan berjangka dalam valuta rupiah dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) yang dilengkapi perlindungan asuransi.

b) Deposito

1) Deposito BSM

Deposito BSM adalah produk investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah*.

2) Deposito BSM Valas

Deposito BSM Valas adalah produk investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar yang dikelola

3) Deposito BSM Dollar

Deposito Syariah Mandiri Dollar di Bank Syariah Mandiri menjadi salah satu pilihan investasi yang menguntungkan bagi nasabah karena faktor keamanan, nilai mata uang dollar yang dapat dikatakan stabil, membantu dalam transaksi luar negeri dan membantu dalam hal pembiayaan karena dapat dijadikan agunan.

c) Giro

1) Giro BSM EURO

Giro BSM Euro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Euro yang disediakan bagi nasabah perorangan atau perusahaan/badan hukum dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yaddhamanah*. Dengan prinsip ini, dana giro nasabah diperlakukan sebagai titipan yang dijaga keamanannya dan ketersediaannya setiap saat guna membantu kelancaran transaksi usaha.

2) Giro BSM

Giro BSM adalah sarana penyimpanan dana yang disediakan bagi nasabah dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yaddhamanah*. Dengan prinsip ini, dana giro nasabah diperlakukan sebagai titipan yang dijaga keamanannya dan ketersediaannya setiap saat guna membantu kelancaran transaksi usaha.

3) Giro BSM Singapore Dollar

Giro BSM Singapore Dollar adalah sarana penyimpanan dana dalam mata

uang Singapore Dollar yang disediakan bagi nasabah perorangan atau perusahaan/badan hukum dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yaddhamanah*. Dengan prinsip ini, dana giro nasabah diperlakukan sebagai titipan yang dijaga keamanan dan ketersediaannya setiap saat guna membantu kelancaran transaksi usaha.

d) Obligasi

Obligasi Bank Syari'ah Mandiri (*Mudharabah*) adalah Surat berharga jangka panjang berdasar prinsip syari'ah yang mewajibkan *Emiten* (Bank Syari'ah Mandiri) untuk membayar Pendapatan Bagi Hasil atau Kupon dan membayar kembali Dana Obligasi Syari'ah pada saat jatuh tempo.

2. Pembiayaan

a) BSM Customer *Network Financing*

BSM Customer Network Financing selanjutnya disebut BSM-CNF adalah fasilitas pembiayaan modal kerja yang diberikan kepada Nasabah (agen, dealer, dan sebagainya) untuk pembelian persediaan atau *inventory* barang dari Rekanan (ATPM, produsen atau distributor, dan sebagainya) yang menjalin kerjasama dengan bank.

b) Pembiayaan Resi Gudang

Pembiayaan Resi Gudang adalah pembiayaan transaksi komersial dari suatu komoditas atau produk yang diperdagangkan secara luas dengan jaminan utama berupa komoditas atau produk yang dibiayai dan berada dalam suatu

gudang atau tempat yang terkontrol secara *independen (independently controlled warehouse)*.

c) PKPA

Pembiayaan kepada Koperasi Karyawan untuk Para Anggotanya (PKPA) adalah penyaluran pembiayaan melalui koperasi karyawan untuk pemenuhan kebutuhan konsumen para anggotanya (kolektif) yang mengajukan pembiayaan kepada koperasi karyawan.

d) Pembiayaan Edukasi BSM

Pembiayaan Edukasi BSM adalah pembiayaan jangka pendek dan menengah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan uang masuk sekolah/ perguruan tinggi atau lembaga pendidikan lainnya atau uang pendidikan pada saat pendaftaran tahun ajaran/semester baru berikutnya dengan akad *ijarah*.

e) BSM Implan

BSM Implan adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan atau Koperasi karyawan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok).

f) Pembiayaan Dana Berputar

Pembiayaan Dana Berputar adalah fasilitas pembiayaan modal kerja dengan prinsip *musyarakah* yang penarikan dananya dapat dilakukan sewaktu-waktu berdasarkan kebutuhan riil nasabah.

g) Pembiayaan Griya BSM

Pembiayaan Griya BSM adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumtif), baik baru maupun bekas, di lingkungan *developer* maupun *non developer*, dengan sistem *murabahah*.

h) Pembiayaan Griya BSM Optima

Pembiayaan pemilikan rumah dengan tambahan benefit berupa adanya fasilitas pembiayaan tambahan yang dapat diambil nasabah pada waktu tertentu sepanjang *coverage* atas agunannya masih dapat meng-*cover* total pembiayaannya dan dengan memperhitungkan kecukupan *debt to service ratio* Nasabah.

i) Pembiayaan Griya BSM Bersubsidi

Pembiayaan Griya BSM Bersubsidi adalah pembiayaan untuk pemilikan atau pembelian rumah sederhana sehat (RS Sehat atau RSH) yang dibangun oleh pengembang dengan dukungan fasilitas subsidi uang muka dari pemerintah. Akad yang digunakan adalah akad *murabahah*. Akad *murabahah* adalah akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

j) Pembiayaan Umrah

Pembiayaan Umrah adalah pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umrah seperti namun tidak terbatas

untuk tiket, akomodasi dan persiapan biaya umrah lainnya dengan akad *ijarah*.

k) Pembiayaan Griya BSM DP 0%

Pembiayaan Griya BSM DP 0% adalah pembiayaan untuk pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas di lingkungan *developer* maupun *non developer* tanpa dipersyaratkan adanya uang muka bagi nasabah (nilai pembiayaan 100% dari nilai transaksi). Akad yang digunakan adalah akad *murabahah*. Akad *murabahah* adalah akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

l) Gadai Emas BSM

Gadai Emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

m) Pembiayaan *Mudharabah* BSM

Pembiayaan *Mudharabah* BSM adalah pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

n) Pembiayaan *Musyarakah* BSM

Pembiayaan *Musyarakah* BSM adalah pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan

keuntungan dibagi sesuai dengan *nisbah* yang disepakati.

o) Pembiayaan *Murabahah* BSM

Pembiayaan *Murabahah* BSM adalah pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

p) Pembiayaan Talangan Haji BSM

Pembiayaan Talangan Haji BSM merupakan pinjaman dana talangan dari bank kepada nasabah khusus untuk menutupi kekurangan dana untuk memperoleh kursi atau seat haji dan pada saat pelunasan BPIH.

q) Pembiayaan dengan Agunan Investasi Terikat

Investasi Terikat Syariah Mandiri adalah suatu produk dengan karakteristik *Investor (shahibul maal)* menginvestasikan dananya kepada Bank disertai dengan pernyataan bahwa investasi tersebut dijamin kepada Bank atas pembiayaan yang diberikan oleh Bank kepada Pelaksana Usaha tertentu. Atas investasi tersebut, *Investor* memperoleh *return* dari pembiayaan yang diberikan oleh Bank kepada Pelaksana Usaha tertentu tersebut. Akad yang digunakan antara *Investor* dengan Bank yaitu akad *Mudharabah Muqayyadah* dengan minimal mencantumkan: jumlah dana, jangka waktu investasi, penerima pembiayaan (Pelaksana Usaha yang ditentukan), besar *nisbah* bagi hasil *Investor* tidak diperkenankan mencairkan dananya sebelum jangka

waktu pembiayaan berakhir, kecuali dana yang berasal dari pengembalian cicilan atau pelunasan pinjaman dari Pelaksana Usaha, yang dikreditkan ke rekening investasi tidak terikat milik *Investor* pada Bank (*mudharabah mutlaqah*) atau rekening giro Bank (*wadi'ah*). Akad antara Bank dengan Pelaksana Usaha dapat berupa akad *murabahah*, *mudharabah*, dan *musyarakah* dengan maksimal *plafond* pembiayaan dan jangka waktu mengikuti ketentuan butir 1.

r) Pembiayaan kepada Pensiunan

Pembiayaan kepada Pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad *murabahah* atau *ijarah*.

s) Pembiayaan Peralatan Kedokteran

Pembiayaan Peralatan Kedokteran adalah pemberian fasilitas pembiayaan kepada para profesional di bidang kedokteran atau kesehatan untuk pembelian peralatan kedokteran. Akad yang digunakan adalah akad *murabahah*. Akad *murabahah* adalah akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

### 3. Jasa

#### a) Jasa Produk

##### 1) BSM Card

BSM Card merupakan sarana untuk melakukan transaksi penarikan, pembayaran, dan pemindahbukuan dana pada ATM BSM, ATM Mandiri, jaringan ATM Prima-BCA dan ATM Bersama, serta ATM *Bankcard*. BSM Card juga berfungsi sebagai kartu Debit yang dapat digunakan untuk transaksi belanja di seluruh *merchant* yang menggunakan EDC Prima-BCA.

##### 2) Sentra Bayar BSM

Sentra Bayar BSM merupakan layanan bank dalam menerima pembayaran tagihan pelanggan.

##### 3) BSM SMS *Banking*

BSM SMS *Banking* merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan.

##### 4) BSM Mobile *Banking* GPRS

BSM Mobile *Banking* GPRS (MBG) memudahkan Anda dalam melakukan transaksi perbankan dengan teknologi GPRS di ponsel Anda. Kini, dilengkapi fitur untuk melakukan transfer *real time* antar bank dengan biaya pulsa paling murah.

5) BSM *Net Banking*

BSM *Net Banking* merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi internet yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan.

6) PPBA (Pembayaran melalui menu Pemindahbukuan di ATM) BSM

Layanan pembayaran institusi (lembaga pendidikan, asuransi, lembaga khusus, lembaga keuangan non bank) melalui menu pemindahbukuan di ATM. Akad yang digunakan adalah *wakalah wal ujah*. Akad *wakalah wal ujah* adalah akad yang memberikan kewenangan bagi bank untuk mewakili nasabah dalam melakukan pembayaran tagihan-tagihannya. Atas jasanya, bank diberikan upah (yang disebut *Ujah*).

7) Jual Beli Valas BSM

Pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asing atau mata uang asing dengan mata uang asing lainnya yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dengan nasabah

8) SKBDN (Surat Berdokumen Dalam Negri) BSM

Janji tertulis berdasarkan permintaan tertulis nasabah (*applicant*) yang mengikat Bank Syari'ah Mandir sebagai bank pembuka untuk membayar kepada penerima atau *order*-nya atau menerima dan membayar wesel pada saat jatuh tempo yang ditarik penerima, atau memberi kuasa kepada bank lain untuk melakukan pembayaran kepada penerima, atau untuk

menegosiasikan wesel-wesel yang ditarik oleh penerima atas penyerahan dokumen (untuk saat ini khusus BSM dengan BSM).

9) *BSM Letter of Credit*

Janji tertulis berdasarkan permintaan tertulis nasabah (*applicant*) yang mengikat Bank Syari'ah Mandiri sebagai bank pembuka untuk membayar kepada penerima atau order-nya atau menerima dan membayar wesel pada saat jatuh tempo yang ditarik penerima, atau memberi kuasa kepada bank lain untuk melakukan pembayaran kepada penerima, atau untuk menegosiasikan wesel-wesel yang ditarik oleh penerima atas penyerahan dokumen.

10) *BSM SUCH (Saudi Umrah & Haji Card)*

*BSM SUHC* adalah kartu prabayar dalam mata uang *Saudi Arabiyah Riyal*.

b) *Jasa Operasional*

1) *Layanan Kiriman Uang Domestik dan Luar Negeri Western Union*

Adalah jasa pengiriman uang/penerimaan kiriman uang secara cepat (*real time on line*) yang dilakukan lintas negara atau dalam satu negara (domestik).

2) *Kliring BSM*

Penagihan *warkat* bank lain di mana lokasi bank tertariknya berada dalam satu wilayah *kliring*.

3) *Intercity Clearing*

Jasa penagihan *warkat* (cek/bilyet giro valuta rupiah) bank di luar wilayah kliring dengan cepat sehingga nasabah dapat menerima dana hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada keesokan harinya.

4) BSM RTGS (*Real Time Gross Settlement*)

Jasa transfer uang valuta rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara *real time*. Hasil transfer efektif dalam hitungan menit

5) Transfer Dalam Kota (LLG)

Jasa pemindahan dana antar bank dalam satu wilayah kliring lokal

6) Transfer *Valas* BSM

Transfer valas terdiri dari:

- Transfer ke luar yaitu pengiriman valas dari nasabah BSM ke nasabah bank lain baik dalam maupun luar negeri
- Transfer masuk yaitu pengiriman *valas* dari nasabah baik lain baik dalam maupun luar negeri ke nasabah BSM.

7) Pajak Online BSM

Memberikan kemudahan kepada wajib pajak untuk membayar kewajiban pajak (bukan dalam rangka pembayaran pajak *import*) secara otomatis dengan mendebet rekening atau secara tunai

8) Pajak Import BSM

Memberikan kemudahan kepada *importir* untuk membayar pajak barang

dalam rangka *import* secara *on-line* sebagai syarat untuk mengeluarkan barangnya dari gudang kantor bea dan cukai.

9) Referensi Bank BSM

Surat Keterangan yang diterbitkan oleh Bank Syari'ah Mandiri atas dasar permintaan dari nasabah untuk tujuan tertentu.

10) BSM Standing Order

Fasilitas kemudahan yang diberikan Bank Syari'ah Mandiri kepada nasabah yang dalam transaksi financialnya harus memindahkan dari suatu rekening ke rekening lainnya secara berulang-ulang.

c) Jasa Investasi

1) Reksadana Mandiri Investa Syari'ah Berimbang

Reksadana Mandiri Investa Syari'ah Berimbang merupakan reksadana campuran (*Mix Fund/Balanced Fund*) berbasis instrumen pasar uang, pasar obligasi dan pasar saham dengan ketentuan investasi sesuai syari'ah.

2) Reksadana Mandiri Investa Atraktif Syariah (MITRA Syari'ah)

Produk ini merupakan reksadana yang dikeluarkan oleh PT. Mandiri Manajemen Investasi (MMI). Merupakan jenis reksadana saham (*equity fund*), yaitu wadah yang digunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal (*investor*) untuk selanjutnya diinvestasikan oleh manajer investasi minimal 80% dalam portofolio efek Saham Syari'ah.

3) Reksadana Syari'ah Fortis Pesona Amanah

Reksadana berbentuk Kontrak Investasi Kolektif berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal beserta peraturan pelaksanaannya.

#### 4) Reksadana Syari'ah Fortis Equitra Amanah

Reksadana campuran yang potensi keuntungan dari investasi di saham dengan resiko kerugian yang terbatas. Manajer investasi melakukan strategi alokasi aktif.

## 4.2 Deskriptif Data Penelitian dan Responden

### 4.2.1 Deskriptif Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang berhasil ditemui. Kuesioner diperoleh dengan cara peneliti menemui langsung responden dan memberikan kuesioner untuk diisi oleh para responden yang merupakan nasabah yang menggunakan produk reksadana di Bank Syari'ah cabang Semarang. Pengumpulan data secara langsung dengan menemui responden, hal ini bertujuan agar lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini. Survey dengan kuesioner dilakukan mulai tanggal 02 s/d 13 Mei 2011 di Bank Syari'ah Mandiri cabang Semarang dengan mengambil 30 responden. Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik *accidental sampling (convenience sampling)* yaitu sampling yang memiliki sampel dari individu atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses.

Karena jumlah sampel yang di dapat sebanyak 30 sampel, dengan demikian syarat pengolahan data dengan alat analisis SPSS sampel dapat terpenuhi.

#### 4.2.2 Deskriptif Responden

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan *hubungan* antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik. Karakteristik-karakteristik penelitian terdiri dari:

##### 1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	16	53.3	53.3	53.3
perempuan	14	46.7	46.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Sumber: data primer 2011 yang diolah*

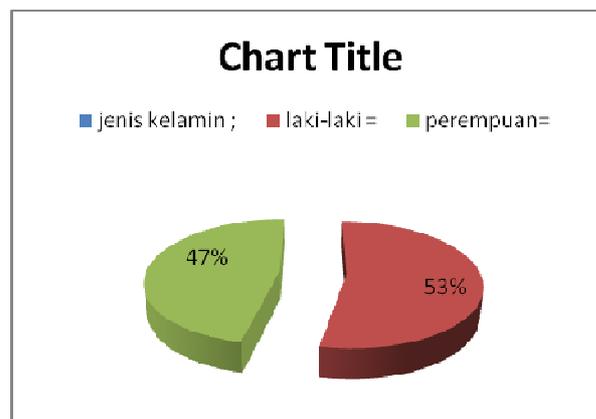
Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 16 orang, sedangkan sisanya

adalah responden perempuan sebanyak 14 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang yang diambil sebagai responden adalah laki-laki.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.1

Jenis Kelamin Responden



Sumber: *Data Primer yang diolah, 2011*

## 2. Umur Responden

Adapun data mengenai umur responden nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Umur responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-29	8	26.7	26.7	26.7

30-40	11	36.7	36.7	63.3
>40	11	36.7	36.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

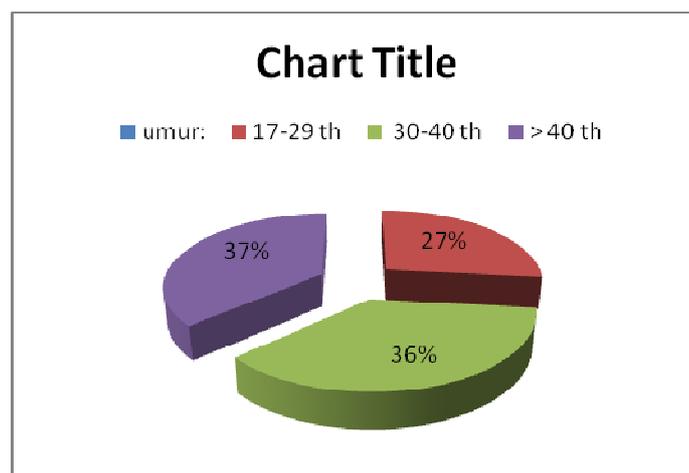
*Sumber : data primer yang diolah, 2011*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 ini memperlihatkan bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang yang diambil sebagai responden memberikan informasi bahwa responden berusia 17 – 29 tahun sebanyak 8 orang, sedangkan yang berusia 30 – 40 tahun sebanyak 11 orang dan yang berusia > 40 tahun sebanyak 11 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar umur responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.2

#### Umur Responden



*Sumber: Data Primer yang diolah, 2011*

### 3. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Pendidikan Responden

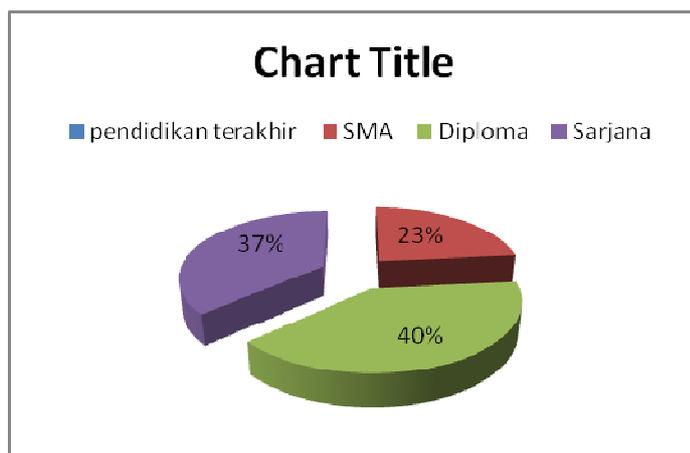
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	7	23.3	23.3	23.3
diploma	12	40.0	40.0	63.3
sarjana	11	36.7	36.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Sumber : data primer yang diolah, 2011*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 memperlihatkan bahwa nasabah Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang yang diambil sebagai responden sebagian besar pendidikan terakhir adalah diploma. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden pendidikan terakhir adalah diploma sebanyak 12 orang, SMA 7 orang, dan Sarjana 11 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar pendidikan terakhir responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.3  
Pendidikan Responden



Sumber: Data Primer yang diolah 2011

#### 4. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan nasabah Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Pekerjaan responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS	6	20.0	20.0	20.0
swasta	13	43.3	43.3	63.3
wirusaha	9	30.0	30.0	93.3
lainnya	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah, 2011

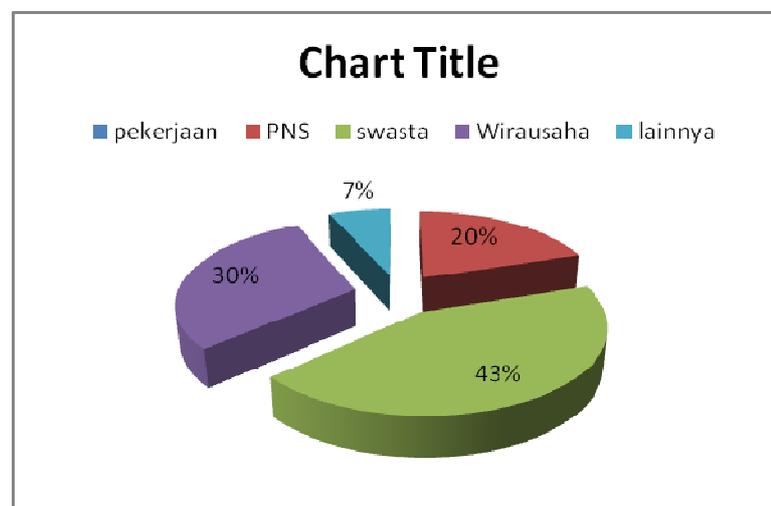
Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 memperlihatkan bahwa nasabah Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang yang diambil sebagai

responden sebagian besar mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 13 orang, sedangkan yang mempunyai pekerjaan sebagai PNS sebanyak 6 orang dan yang mempunyai pekerjaan sebagai wiraswasta / pedagang sebanyak 9 orang serta mempunyai pekerjaan lain-lain atau sebagai driver sebanyak 2 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar pekerjaan/profesi responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.4

Pekerjaan Responden



*Sumber: Data Primer yang diolah 2011*

#### 5. Penghasilan Per Bulan Responden

Adapun data mengenai penghasilan per bulan responden Bank Syari'ah Maandiri Cabang Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5  
Penghasilan Per Bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 500.000	3	10.0	10.0	10.0
Rp1.000.000 -Rp 2.000.000	8	26.7	26.7	36.7
Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	7	23.3	23.3	60.0
Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000	4	13.3	13.3	73.3
> Rp 4.000.000	8	26.7	26.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

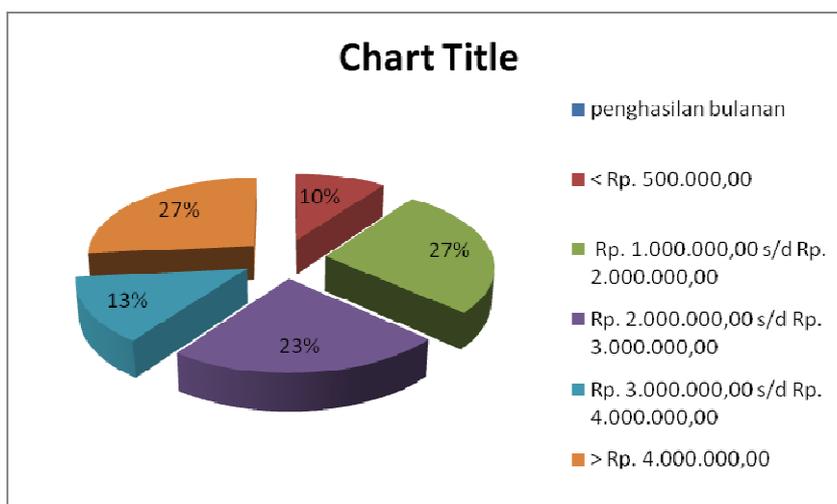
Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden mempunyai penghasilan per bulan <Rp. 500.000,- yaitu sebanyak 3 orang, Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000,- yaitu sebanyak 8 orang, Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000,- sebanyak 7 orang, Rp. 3.000.000, – Rp. 4.000.000,- sebanyak 4 orang, dan >Rp 4.000.000,- sebanyak 8 orang.

Penjelasan penghasilan per bulan responden yang menyatakan <Rp. 500.000,- sebanyak 3 orang, sedangkan pembelian awal sebesar Rp. 1.000.000,-. Apapun pekerjaannya dan berapa besar penghasilan responden per bulan, tidak mempengaruhi biaya pembelian awal reksadana. Karena pembelian itu dilihat dari kemampuan dalam membeli reksadana tersebut.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar penghasilan per bulan responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.5  
Penghasilan Per Bulan Responden



Sumber: Data Primer yang diolah 2011

Tabel 4.6  
Hasil Skor Kuesioner Regresi

variabel	item pertanyaan	total SS	%	total S	%	total N	%	total TS	%	total STS	%
Faktor Budaya (X1)	pertanyaan 1	1	3.3	11	36.6	7	23.3	8	26.6	3	10
	pertanyaan 2	3	10	14	46.6	6	20	4	13.3	3	10
	pertanyaan 3	2	6.6	7	23.3	14	46.6	4	13.3		10
	pertanyaan 4	2	6.6	10	33.3	7	23.3	8	26.6	3	10
	pertanyaan 5	3	10	13	43.3	9	30	2	6.6	3	10
	pertanyaan 6	3	10	12	40	12	40	0	0	3	10
faktor sosial (X2)	pertanyaan 7	2	6.6	15	50	4	13.3	6	20	3	10
	pertanyaan 8	3	10	11	36.6	8	26.6	5	16.6	3	10
	pertanyaan 9	4	13,3	11	36,6	8	26.6	4	13.3	3	10
	pertanyaan 10	2	3.3	15	50	5	16.6	5	16.6	3	10
	pertanyaan 11	1	3.3	18	60	4	13.3	4	13.3	3	10

	pertanyaan 12	2	6.6	10	33.3	9	30	5	16.6	4	13.3
faktor pribadi (X3)	pertanyaan 13	5	16.6	12	40	8	26.6	2	6.6	3	10
	pertanyaan 14	3	10	13	43.3	9	30	3	10	2	6.6
	pertanyaan 15	9	30	8	26.6	7	23.3	4	13.3	2	6.6
	pertanyaan 16	6	20	14	46.6	3	10	5	16.6	2	6.6
	pertanyaan 17	2	6.6	12	40	10	33.3	4	13.3	2	6.6
	pertanyaan 18	2	6.6	13	43.3	10	33.3	2	6.6	3	10
faktor psikologi (X4)	pertanyaan 19	3	10	11	36.6	10	33.3	3	10	3	10
	pertanyaan 20	2	6.6	14	46.6	10	33.3	1	3.3	3	10
	pertanyaan 21	3	10	11	36.6	12	40	1	3.3	3	10
	pertanyaan 22	5	16.6	9	30	10	33.3	3	10	3	10
	pertanyaan 23	4	13.3	10	33.3	8	26.6	5	16.6	3	10
	pertanyaan 24	4	13.3	13	43.3	8	26.6	2	6.6	3	10
faktor kebutuhan sosial (X5)	pertanyaan 25	6	20	12	40	7	23.3	3	10	2	6.6
	pertanyaan 26	3	10	15	50	7	23.3	3	10	2	6.6
	pertanyaan 27	2	6.6	17	56.6	5	16.6	3	10	2	6.6
	pertanyaan 28	3	10	13	43.3	9	30	2	6.6	3	10
	pertanyaan 29	4	13.3	14	46.6	7	23.3	2	6.6	3	10
	pertanyaan 30	5	16.6	11	36.6	9	30	2	6.6	3	10
	pertanyaan 31	6	20	14	46.6	6	20	1	3.3	3	10
	pertanyaan 32	7	23.3	11	36.6	8	26.6	1	3.3	3	10
Minat beli nasabah (Y)	pertanyaan 33	4	13.3	12	40	7	23.3	4	13.3	3	10
	pertanyaan 34	1	3.3	13	43.3	11	36.6	3	10	2	6.6
	pertanyaan 35	1	3.3	11	36.6	12	40	2	6.6	4	13.3
	pertanyaan 36	5	16.6	12	40	8	26.6	2	6.6	3	10
	pertanyaan 37	6	20	9	30	9	30	3	10	3	10
	pertanyaan 38	3	10	12	40	9	30	3	10	3	10
	pertanyaan 39	5	16.6	11	36.6	9	30	2	6.6	3	10

a. Faktor Budaya

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel faktor budaya, item pertanyaan 1, 3,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa kinerja

reksadana sudah sesuai dengan penerapan prinsip syariah, 36,6 % menyatakan setuju, 23,3% netral, 26,6% tidak setuju, sisanya 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 2, 10% responden menyatakan sangat setuju bahwa dengan penerapan prinsip-prinsip syariah, reksadana semakin berkualitas, 46,6 % setuju, 20% netral, 13,3 % tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan pertanyaan 3, 6,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa responden menyukai reksadana karena sesuai dengan syariat Islam, 23,3% setuju, 46,6% netral, 13,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 4, 6,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa menggunakan produk reksadana karena keluarga responden juga ada yang menggunakan produk reksadana, 33,3% setuju, 23,3% netral, 26,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 5, 10% bahwa anda akan menggunakan produk reksadana dilain waktu, 43,3% setuju, 30% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 6, 10% menyatakan sangat setuju bahwa anda akan mengajak saudara anda menggunakan reksadana, 40% setuju, 40% netral, 0% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 6, 10% menyatakan sangat setuju bahwa anda akan mengajak saudara anda menggunakan reksadana, 40% setuju, 40%

netral, 0% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju.

a) Faktor Sosial

Untuk variabel faktor sosial, item pertanyaan 7, 6,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa merasa sangat terbantu dengan adanya reksadana, 50% setuju, 13,3% netral, 20% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 8, 10% sangat setuju bahwa BSM mengetahui produk yang diinginkan konsumen dengan adanya produk reksadana, 36,6% setuju, 26,6% netral, 16,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 9, 13,3% sangat setuju bahwa dengan berinvestasi pada reksadana akan menaikkan status sosial, 36,6% setuju, 26,6% netral, 13,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 10, 3,3% sangat setuju bahwa keluarga anda berinvestasi dengan reksadana, 50% setuju, 16,6% netral, 16,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 11, 3,3% sangat setuju bahwa teman-teman anda berinvestasi dengan reksadana, 60% setuju, 13,3% netral, 13,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 12, 6,6% sangat setuju bahwa reksadana sudah merakyat dilingkungan masyarakat, 33,3% setuju, 30% netral, 16,6% tidak setuju, sedangkan sisanya

sebanyak 13,3% menyatakan sangat tidak setuju.

b) Faktor Pribadi

Untuk variabel faktor pribadi, item pertanyaan 13, 16,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa anda dapat berinvestasi menggunakan reksadana meski dana yang anda miliki sangat kecil, 40% setuju, 26,6% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 14, 10% sangat setuju bahwa keuntungan yang diperoleh anda berinvestasi menggunakan produk reksadana sesuai dengan keinginan anda, 43,3% setuju, 30% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 15, 30% sangat setuju bahwa bahwa awal penanaman modal murah dan terjangkau, 26,6% setuju, 23,3% netral, 13,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 16, 20% sangat setuju bahwa Reksadana merupakan produk investasi pada era saat ini, 46,6% setuju, 10% netral, 16,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 17, 6,6% sangat setuju bahwa reksadana sudah cukup populer dikalangan masyarakat, 40% setuju, 33,3% netral, 13,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 18, 6,6% sangat setuju bahwa dengan dikeluarkannya produk reksadana oleh BSM, anda merasa terbantu karena anda yang terlalu sibuk

dengan pekerjaan, 43,3% setuju, 33,3% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju.

c) Faktor Psikologi

Untuk variabel faktor psikologi, item pertanyaan 19, 10% responden menyatakan sangat setuju bahwa Anda yakin dana yang anda investasikan melalui reksadana sudah sesuai syariah islam, 36,6% setuju, 33,3% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 20, 6,6% bahwa Produk reksadana berbeda dan mempunyai nilai lebih dari produk investasi lainnya, 46,6% setuju, 33,3% netral, 3,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 21, 10% sangat setuju bahwa reksadana merupakan produk investasi unggulan di BSM, 36,6% setuju, 40% netral, 3,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Item pertanyaan 22, 16,6% sangat setuju bahwa anda ingin selalu menggunakan produk reksadana, 30% setuju, 33,3% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Item pertanyaan 23, 13,3% sangat setuju bahwa produk reksadana sesuai dengan keinginan anda, 33,3% setuju, 26,6% netral, 16,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 24, 13,3% sangat setuju bahwa dengan penerapan prinsip-prinsip syariah, produk reksanda menjadi semakin berkualitas, 33,3% setuju, 26,6%

netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju.

d) Faktor Kebutuhan Sosial

Untuk variabel faktor kebutuhan sosial, item pertanyaan 25, 20% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BSM memberikan penjelasan dan pelayanan kepada nasabah reksadana dengan ramah dan sopan, 40% setuju, 23,3% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 26, 10% sangat setuju bahwa pelayanan di BSM mengenai reksadana sudah sesuai yang anda harapkan (memuaskan), 50% setuju, 32,3% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 27, 10% sangat setuju bahwa anda puas dengan pelayanan yang diberikan, 50% setuju, 23,3% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Item pertanyaan 28, 10% sangat setuju bahwa informasi yang diberkaitan dengan perkembangan reksadana disampaikan kepada anda terus menerus, 43,3% setuju, 30% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 29, 13,3% sangat setuju bahwa anda merasa nyaman menggunakan produk reksadana, 46,6% setuju, 23,3% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 30, 16,6% sangat setuju bahwa keamanan dalam

berinvestasi terjaga, 36,6% setuju, 30% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Item pertanyaan 31, 20% sangat setuju bahwa produk reksadana berbeda dan mempunyai nilai lebih dari produk investasi lainnya, 46,6% setuju, 20% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Item pertanyaan 32, 23,3% sangat setuju bahwa anda menyukai produk reksadana, 36,6% setuju, 26,6% netral, 3,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 33, 13,3% sangat setuju bahwa reksadana sesuai dengan selera dan kebutuhan anda, 40% setuju, 23,3% netral, 13,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju.

e) Minat Beli Nasabah

Untuk variabel minat beli nasabah, item pertanyaan 34, 3,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa BSM memberikan bagi hasil yang tinggi kepada nasabah reksadana, 43,3% setuju, 36,6% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 35, 3,3% sangat setuju bahwa anda tertarik dengan sistem yang ditawarkan, 36,6% setuju, 40% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 13,3% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 36, 16,6% sangat setuju bahwa anda tertarik karena reksadana mempunyai kelebihan yang lebih banyak dari pada yang lainnya, 40% setuju,

26,6% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Item pertanyaan 37, 20% sangat setuju bahwa kelebihan dan keunikan yang dimiliki reksadan mendorong anda berinvestasi melalui reksdana, 30% setuju, 30% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 38, 10% sangat setuju bahwa pendekatan dari para karyawan membuat saya tertarik memilih reksdana, 40% setuju, 30% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Item pertanyaan 39, 16,6% sangat setuju bahwa anda akan menyarankan orang lain untuk menggunakan produk reksdana, 36,6% setuju, 30% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju.

### **4.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

#### **4.3.1 Uji Validitas Instrumen**

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS.

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$  dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung  $30-2$  atau  $df = 28$  dengan  $\alpha 0,05$  didapat  $r$  tabel  $0,3610$ , jika  $r$  hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom corrected item

pertanyaan total correlation) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.7

## Hasil Uji Validitas Instrumen

variabel	Item pertanyaan	Corrected Item pertanyaan Total Correlation	r table	keterangan
Faktor budaya (X 1)	Pertanyaan 1	0.830	0,361	Valid
	Pertanyaan 2	0.786	0,361	Valid
	Pertanyaan 3	0.836	0,361	Valid
	Pertanyaan 4	0.782	0,361	Valid
	Pertanyaan 5	0.781	0,361	Valid
	Pertanyaan 6	0.741	0,361	Valid
Faktor sosial (X 2)	Pertanyaan 7	0.781	0,361	Valid
	Pertanyaan 8	0.801	0,361	Valid
	Pertanyaan 9	0.691	0,361	Valid
	Pertanyaan 10	0.768	0,361	Valid
	Pertanyaan 11	0.850	0,361	Valid
	Pertanyaan 12	0.768	0,361	Valid
Faktor pribadi (X 3)	Pertanyaan 13	0.759	0,361	Valid
	Pertanyaan 14	0.785	0,361	Valid
	Pertanyaan 15	0.711	0,361	Valid
	Pertanyaan 16	0.708	0,361	Valid
	Pertanyaan 17	0.710	0,361	Valid
	Pertanyaan 18	0.885	0,361	Valid
Faktor psikologi (X4)	Pertanyaan 19	0.901	0,361	Valid
	Pertanyaan 20	0.805	0,361	Valid
	Pertanyaan 21	0.846	0,361	Valid
	Pertanyaan 22	0.851	0,361	Valid
	Pertanyaan 23	0.873	0,361	Valid
	Pertanyaan 24	0.860	0,361	Valid

Faktor kebutuhan sosial (X5)	Pertanyaan 25	0.901	0,361	Valid
	Pertanyaan 26	0.805	0,361	Valid
	Pertanyaan 27	0.846	0,361	Valid
	Pertanyaan 28	0.851	0,361	Valid
	Pertanyaan 29	0.873	0,361	Valid
	Pertanyaan 30	0.860	0,361	Valid
	Pertanyaan 31	0.901	0,361	Valid
	Pertanyaan 32	0.805	0,361	Valid
	Pertanyaan 33	0.846	0,361	Valid
Minat Beli nasabah (Y)	Pertanyaan 34	0.860	0,361	Valid
	Pertanyaan 35	0.855	0,361	Valid
	Pertanyaan 36	0.857	0,361	Valid
	Pertanyaan 37	0.892	0,361	Valid
	Pertanyaan 38	0.786	0,361	Valid
	Pertanyaan 39	0.885	0,361	Valid

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2011*

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,361) dan bernilai positif. Dengan demikian butir-butir pertanyaan yang digunakan peneliti dinyatakan valid.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Tabel 4.8

#### Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach Alpha	keterangan
X1	6 item pertanyaan	0.928	reliabel
X2	6 item pertanyaan	0.922	reliabel
X3	6 item pertanyaan	0.912	reliabel
X4	6 item pertanyaan	0.953	reliabel
X5	9 item pertanyaan	0.965	reliabel
Y	6 item pertanyaan	0.952	reliabel

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2011*

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Dengan demikian variabel (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi dan faktor kebutuhan sosial dan minat nasabah reksadana) dapat dikatakan reliabel.

#### 4.4 Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

##### 4.4.1 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar independent atau tidak.

Tabel 4.9

#### Uji Multikolinieritas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.246	1.545		-.159	.875		
Faktor budaya	.240	.167	.224	1.433	.165	.178	5.633
Faktor sosial	.248	.180	.241	1.381	.180	.143	7.006
Faktor pribadi	-.135	.220	-.123	-.614	.545	.108	9.258
Faktor psikologi	-.081	.216	-.083	-.376	.711	.089	11.181
faktor kebutuhan sosial	.483	.149	.719	3.232	.004	.088	11.408

a. Dependent Variable:

minat beli nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

Dari hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) kedua, yaitu lebih besar dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa antar independen terjadi persoalan multikolinieritas.

#### 4.4.2 Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara pengganggu masing-masing bebas saling berhubungan. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10

#### Uji Autokorelasi

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.946 <sup>a</sup>	.896	.874	2.140	2.460

a. Predictors: (Constant), faktor kebutuhan sosial, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi

b. Dependent Variable: minat beli nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dikatakan ada problem autokorelasi. Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* atas residual persamaan regresi, diperoleh nilai Durbin Watson 2,46 dengan jumlah variabel bebas ( $k$ ) =5, sample ( $n$ ) = 30 dan  $dl =$

1.0706 ,  $du = 1.8326$ . Maka  $4-du < dw < 4-dl$ , Sehingga dapat disimpulkan tidak dapat disimpulkan.

#### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Adapun hasil uji Heterokedasitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11

#### Uji Heteroskedastisitas

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

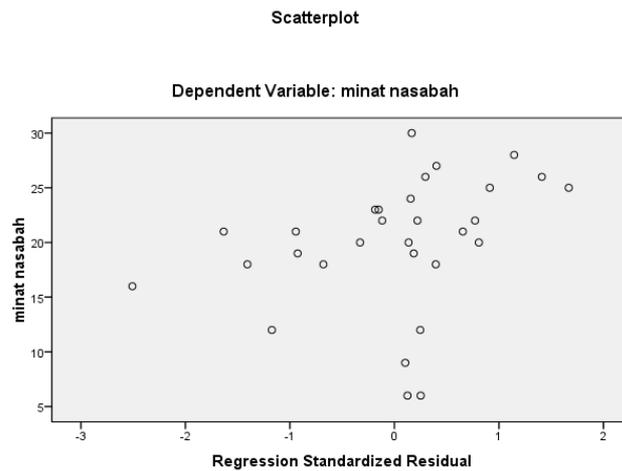
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.179	.932		.192	.849		
faktor budaya	-.112	.101	-.491	-1.111	.277	.178	5.633
Faktor sosial	.109	.109	.492	1.000	.327	.143	7.006
Faktor pribadi	.084	.133	.357	.631	.534	.108	9.258
Faktor psikologi	-.136	.130	-.648	-1.042	.308	.089	11.181
Faktor kebutuhan sosial	.073	.090	.510	.812	.425	.088	11.408

a. Dependent Variable:  
abresid

*Sumber Data Primer yang diolah, 2011*

Dari nilai t-statistik tidak ada yang signifikan, jadi disimpulkan model ini tidak mengandung heteroskedastisitas.

Gambar 4.6  
Uji Penyimpangan Heteroskedastisi



*Sumber: Data Primer yang diolah, 2011*

Berdasarkan grafik scatter plot menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

#### 4.4.4 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Tabel 4.12

Uji Normalitas

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	30	-5.36659	3.56995	.0000000	1.94712918	-.752	.427	.958	.833
Valid N (listwise)	30								

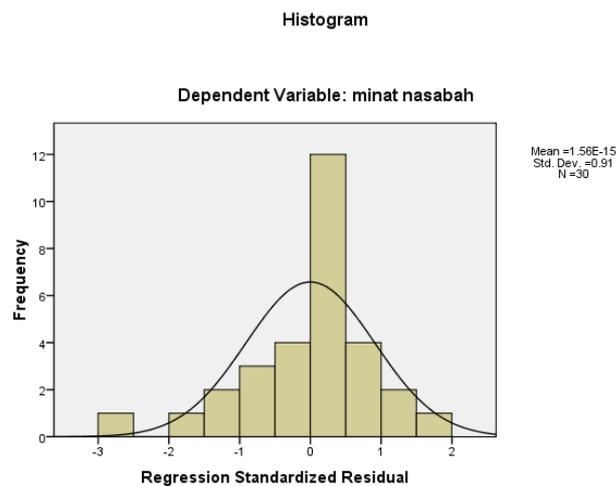
*Sumber Data Primer yang diolah, 2011*

Rasio skewness dan kurtosis jika berada diantara -2 dan +2 data terdistribusi normal. Rasio skewness diperoleh dari nilai skewness dibagi dengan std error skewness dan hasilnya berada diantara -2 dan +2, jadi terdistribusi dengan normal.

Adapun Uji Normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.7

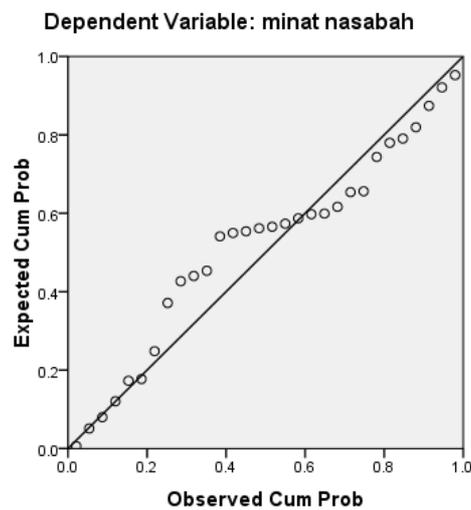
### Grafik Histogram



*Sumber Data Primer yang diolah, 2011*

Gambar 4.8  
Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



*Sumber: Data Primer yang diolah, 2011*

Berdasarkan grafik histogram, di dapat kurva normal yang membentuk lonceng sempurna, maka dapat dikatakan residual data telah berdistribusi normal. Hal yang sama pula ditunjukkan oleh normal P-P Plot penyebaran data mengikuti garis normal (garis lurus). Begitu pula ditunjukkan pada tabel 4.12. Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

## 4.5 Analisis data

### 4.5.1 Analisis korelasi

Sebelum melangkah ke analisis korelasi, dalam pengujian asumsi klasik penelitian ini diperoleh hasil bahwa uji validitas, reabilitas instrumen dan semua asumsi klasik sudah terpenuhi.

Dalam penjelasan awal sudah disebutkan bahwa dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel-variabel bebas dalam hal ini (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor kebutuhan sosial dan minat beli nasabah). Maka sebagai langkah awal yang perlu dilakukan dalam penelitian ini adalah mengetahui dahulu apakah ada pengaruh yang signifikan dari variable-variabel tersebut atau tidak.

Tabel 4.13

		Correlations					
		minat nasabah	faktor budaya	faktor sosial	faktor pribadi	faktor psikologi	faktor kebutuhan sosial
Pearson Correlation	minat beli nasabah	1.000	.869	.868	.870	.892	.936
	faktor budaya	.869	1.000	.822	.892	.854	.872
	faktor sosial	.868	.822	1.000	.893	.899	.872
	faktor pribadi	.870	.892	.893	1.000	.877	.905
	faktor psikologi	.892	.854	.899	.877	1.000	.939
	faktor kebutuhan sosial	.936	.872	.872	.905	.939	1.000
Sig. (1- tailed)	minat beli nasabah	.	.000	.000	.000	.000	.000
	faktor budaya	.000	.	.000	.000	.000	.000
	faktor sosial	.000	.000	.	.000	.000	.000
	faktor pribadi	.000	.000	.000	.	.000	.000
	faktor psikologi	.000	.000	.000	.000	.	.000

	faktor kebutuhan sosial	.000	.000	.000	.000	.000	.
N	minat beli nasabah	30	30	30	30	30	30
	faktor budaya	30	30	30	30	30	30
	faktor sosial	30	30	30	30	30	30
	faktor pribadi	30	30	30	30	30	30
	faktor psikologi	30	30	30	30	30	30
	faktor kebutuhan sosial	30	30	30	30	30	30

Analisis korelasi

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2011*

Hubungan variabel-variabel bebas diatas memiliki nilai signifikan yang menunjukkan memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,005$ .

#### 4.5.2 Pengujian hipotesis

Untuk itu perlu pengembangan penelitian lebih lanjut, terkait dengan topik ini.

##### 4.5.2.1 Uji Simultan

Sebelum membahas secara partial pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, terlebih dahulu dilakukan pengujian secara simultan. Uji simultan ini, bertujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis yang menjelaskan “faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor kebutuhan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat beli nasabah reksadana”.

Uji simultan, ditunjukkan dengan hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 41,257 dengan tingkat probabilitas 0,000 yang berada di bawah alpha 5%. Hal itu berarti bahwa secara bersama-sama variabel

independen (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor kebutuhan sosial) terhadap variabel dependen (minat beli nasabah). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol yang menyatakan “tidak ada pengaruh secara simultan antara faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor kebutuhan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah” tidak sanggup diterima yang berarti menerima hipotesis alternatif yang berbunyi “Secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor kebutuhan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat beli nasabah”.

Tabel 4.14

## Uji Simultan

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	945.019	5	189.004	41.257	.000 <sup>a</sup>
Residual	109.948	24	4.581		
Total	1054.967	29			

a. Predictors: (Constant), faktor kebutuhan sosial, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi

b. Dependent Variable: minat beli nasabah

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2011*

## 4.5.2.2 Uji Parsial

Uji parsial ini memiliki tujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual. Uji parsial ini, dalam hasil perhitungan statistik

*Ordinary Least Square* (OLS) ditunjukkan dengan t hitung. Secara terperinci hasil t hitung dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.15

Uji parsial

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.246	1.545		-.159	.875
faktor budaya	.240	.167	.224	1.433	.165
faktor sosial	.248	.180	.241	1.381	.180
faktor pribadi	-.135	.220	-.123	-.614	.545
faktor psikologi	-.081	.216	-.083	-.376	.711
faktor kebutuhan sosial	.483	.149	.719	3.232	.004

a. Dependent Variable: minat nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

Dari tabel 4.15 diatas, dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh koefisien untuk variabel faktor budaya sebesar 0,240 , untuk variabel faktor sosial sebesar 0,248, untuk variabel faktor pribadi sebesar -0,135, faktor psikologi sebesar -0,081, faktor kebutuhan sosial sebesar 0,483 dengan konstanta sebesar -0,246 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = -0,246 + 0,240X_1 + 0,248X_2 + (-0,135X_3) + (-0,081X_4) + 0,483X_5$$

Hasil analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut.

a) Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Minat Beli Nasabah

Hasil uji empiris pengaruh antara faktor budaya terhadap minat beli nasabah reksadana, menunjukkan nilai t hitung 1,433 dan p value (Sig) sebesar 0,165 yang di atas alpha 5%. Artinya bahwa faktor budaya tidak berpengaruh terhadap minat beli nasabah. Hasil penelitian menolak hipotesis yang menyatakan “faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap minat beli nasabah”.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel produk menunjukkan angka sebesar 0,240, yang artinya adalah besaran koefisien faktor budaya terhadap minat beli nasabah adalah sebesar 24%.

b) Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Minat beli Nasabah

Hasil uji empiris pengaruh antara faktor sosial terhadap minat nasabah, menunjukkan nilai t hitung 1,381 dan p value (Sig) sebesar 0,180 yang di atas alpha 5%. Artinya bahwa faktor sosial tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Hasil penelitian menolak hipotesis yang menyatakan “faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap beli minat nasabah”.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel harga menunjukkan angka sebesar 0,248, yang artinya adalah besaran koefisien penerapan faktor sosial terhadap minat nasabah adalah sebesar 24,8%.

c) Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Beli Minat Nasabah

Hasil uji empiris pengaruh antara faktor pribadi terhadap minat nasabah, menunjukkan nilai t hitung  $-0.614$  dan p value (Sig) sebesar  $0,545$  yang di atas alpha  $5\%$ . Artinya bahwa faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Hasil penelitian menolak hipotesis yang menyatakan “faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah”.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel harga menunjukkan angka sebesar  $-0,135$ , yang artinya adalah besaran koefisien faktor pribadi terhadap minat beli nasabah adalah sebesar  $-13,5\%$ .

d) Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Minat Beli Nasabah

Hasil uji empiris pengaruh antara penerapan faktor psikologi terhadap minat beli nasabah, menunjukkan nilai t hitung  $-0,376$  dan p value (Sig) sebesar  $0,711$  yang di atas alpha  $5\%$ . Artinya bahwa faktor psikologi tidak berpengaruh terhadap minat beli nasabah. Hasil penelitian menolak hipotesis yang menyatakan “faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap minat beli nasabah”.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel harga menunjukkan angka sebesar  $0,216$ , yang artinya adalah besaran koefisien faktor psikologi terhadap minat beli nasabah adalah sebesar  $21,6\%$ .

e) Pengaruh Faktor Kebutuhan Sosial Terhadap Minat Beli Nasabah

Hasil uji empiris pengaruh antara faktor kebutuhan sosial terhadap

minat beli nasabah, menunjukkan nilai t hitung 3,232 dan p value (Sig) sebesar 0,004 yang di bawah alpha 5%. Artinya bahwa faktor kebutuhan sosial berpengaruh terhadap minat beli nasabah. Hasil penelitian dapat menerima hipotesis yang menyatakan “faktor kebutuhan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat beli nasabah”.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel harga menunjukkan angka sebesar 0,483, yang artinya adalah besaran koefisien faktor kebutuhan sosial terhadap minat beli nasabah adalah sebesar 48,3%.

Koefisien regresi sebesar -0,246 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena memiliki tanda +) 1% pada faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi dan faktor kebutuhan sosial, maka akan meningkatkan minat beli nasabah sebesar -24,6%, demikian pula jika terjadi sebaliknya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi dan faktor kebutuhan sosial merupakan variabel bebas yang secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli nasabah.

#### **4.6 Pembahasan**

Pengaruh masing-masing variabel independen (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi dan faktor kebutuhan sosial) dan variabel dependen (minat beli nasabah) dapat dijelaskan sebagai berikut :

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa faktor budaya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang ( $P$  value  $> 0,005$ ). Faktor budaya merupakan faktor yang tidak diperhitungkan dalam menjaga minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang. Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti faktor budaya tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang. Ini ditunjukkan dengan hasil jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

Pada item pertanyaan 1, 3,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa kinerja reksadana sudah sesuai dengan penerapan prinsip syariah, 36,6% menyatakan setuju, 23,3% netral, 26,6% tidak setuju, sisanya 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 2, 10% responden menyatakan sangat setuju bahwa dengan penerapan prinsip-prinsip syariah, reksadana semakin berkualitas, 46,6 % setuju, 20% netral, 13,3 % tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan pertanyaan 3, 6,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa responden menyukai reksadana karena sesuai dengan syariat Islam, 23,3% setuju, 46,6% netral, 13,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 4, 6,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa menggunakan produk reksadana karena keluarga responden juga ada yang

menggunakan produk reksadana, 33,3% setuju, 23,3% netral, 26,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 5, 10% bahwa anda akan menggunakan produk reksadana dilain waktu, 43,3% setuju, 30% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 6, 10% menyatakan sangat setuju bahwa anda akan mengajak saudara anda menggunakan reksadana, 40% setuju, 40% netral, 0% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 6, 10% menyatakan sangat setuju bahwa anda akan mengajak saudara anda menggunakan reksadana, 40% setuju, 40% netral, 0% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel faktor budaya masing-masing item pertanyaan dijawab sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase yang cukup besar. Hal ini tidak sejalan dengan pengujian hipotesis satu yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara faktor budaya terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang dengan ditunjukkan P value 0,165 yang lebih besar dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya faktor budaya tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian

terhadap 30 responden yang tercatat di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang adanya bukti untuk menerima H0 bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan faktor budaya terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang. Dan menolak H1 bahwa ada pengaruh yang signifikan faktor budaya terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang.

Hasil penelitian uji pengaruh variabel faktor sosial terhadap minat nasabah di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang tercermin dalam jawaban responden mengenai item pertanyaan 7, 6,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa merasa sangat terbantu dengan adanya reksadana, 50% setuju, 13,3% netral, 20% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 8, 10% sangat setuju bahwa BSM mengetahui produk yang diinginkan konsumen dengan adanya produk reksadana, 36,6% setuju, 26,6% netral, 16,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 9, 13,3% sangat setuju bahwa dengan berinvestasi pada reksadana akan menaikkan status sosial, 36,6% setuju, 26,6% netral, 13,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 10, 3,3% sangat setuju bahwa keluarga anda berinvestasi dengan reksadana, 50% setuju, 16,6% netral, 16,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 11, 3,3% sangat setuju bahwa teman-teman anda berinvestasi dengan

reksadana, 60% setuju, 13,3% netral, 13,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 12, 6,6% sangat setuju bahwa reksadana sudah merakyat dilingkungan masyarakat, 33,3% setuju, 30% netral, 16,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 13,3% menyatakan sangat tidak setuju.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel faktor sosial masing-masing item pertanyaan dijawab sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase yang cukup besar. Hal ini tidak sejalan dengan pengujian hipotesis dua yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara faktor sosial terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang dengan ditunjukkan P value 0,180 yang lebih besar dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya faktor sosial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 30 responden yang tercatat di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang adanya bukti untuk menerima H0 bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan faktor sosial terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang. Dan menolak H2 bahwa ada pengaruh yang signifikan faktor sosial terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang.

Hasil penelitian uji pengaruh variabel faktor pribadi terhadap minat nasabah di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang tercermin dalam jawaban responden mengenai item pertanyaan 13, 16,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa anda dapat berinvestasi menggunakan reksadana meski dana yang anda miliki sangat kecil, 40% setuju, 26,6% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 14, 10% sangat setuju bahwa keuntungan yang diperoleh anda berinvestasi menggunakan produk reksadana sesuai dengan keinginan anda, 43,3% setuju, 30% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 15, 30% sangat setuju bahwa bahwa awal penanaman modal murah dan terjangkau, 26,6% setuju, 23,3% netral, 13,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 16, 20% sangat setuju bahwa Reksadana merupakan produk investasi pada era saat ini, 46,6% setuju, 10% netral, 16,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 17, 6,6% sangat setuju bahwa reksadana sudah cukup populer dikalangan masyarakat, 40% setuju, 33,3% netral, 13,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 18, 6,6% sangat setuju bahwa dengan dikeluarkannya produk reksadana oleh BSM, anda merasa terbantu karena anda yang terlalu sibuk dengan pekerjaan, 43,3% setuju, 33,3% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10%

menyatakan sangat tidak setuju.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel faktor pribadi masing-masing item pertanyaan dijawab sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase yang cukup besar. Hal ini tidak sejalan dengan pengujian hipotesis tiga yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara faktor pribadi terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang dengan ditunjukkan P value 0,545 yang lebih besar dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya faktor pribadi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 30 responden yang tercatat di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang adanya bukti untuk menerima  $H_0$  bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan faktor pribadi terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang. Dan menolak  $H_3$  bahwa ada pengaruh yang signifikan faktor pribadi terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang.

Hasil penelitian uji pengaruh variabel faktor psikologi terhadap minat beli nasabah di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang tercermin dalam jawaban responden mengenai item pertanyaan 19, 10% responden menyatakan sangat setuju bahwa Anda yakin dana yang anda investasikan melalui reksadana sudah

sesuai syariah islam, 36,6% setuju, 33,3% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 20, 6,6% bahwa Produk reksadana berbeda dan mempunyai nilai lebih dari produk investasi lainnya, 46,6% setuju, 33,3% netral, 3,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 21, 10% sangat setuju bahwa reksadana merupakan produk investasi unggulan di BSM, 36,6% setuju, 40% netral, 3,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Item pertanyaan 22, 16,6% sangat setuju bahwa anda ingin selalu menggunakan produk reksadana, 30% setuju, 33,3% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Item pertanyaan 23, 13,3% sangat setuju bahwa produk reksadana sesuai dengan keinginan anda, 33,3% setuju, 26,6% netral, 16,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 24, 13,3% sangat setuju bahwa dengan penerapan prinsip-prinsip syariah, produk reksanda menjadi semakin berkualitas, 33,3% setuju, 26,6% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel faktor psikologi masing-masing item pertanyaan dijawab sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase yang cukup besar. Hal ini tidak sejalan dengan pengujian hipotesis empat yang menyatakan bahwa ada pengaruh

signifikan antara faktor psikologi terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang dengan ditunjukkan P value 0,711 yang lebih besar dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya faktor psikologi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 30 responden yang tercatat di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang adanya bukti untuk menerima H0 bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan faktor psikologi terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang. Dan menolak H4 bahwa ada pengaruh yang signifikan faktor psikologi terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang.

Hasil penelitian uji pengaruh variabel faktor kebutuhan sosial terhadap minat nasabah di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang tercermin dalam jawaban responden mengenai item pertanyaan item pertanyaan 25, 20% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BSM memberikan penjelasan dan pelayanan kepada nasabah reksadana dengan ramah dan sopan, 40% setuju, 23,3% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 26, 10% sangat setuju bahwa pelayanan di BSM mengenai reksadana sudah sesuai yang anda harapkan (memuaskan), 50% setuju, 32,3% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya

sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 27, 10% sangat setuju bahwa anda puas dengan pelayanan yang diberikan, 50% setuju, 23,3% netral, 10% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,6% menyatakan sangat tidak setuju. Item pertanyaan 28, 10% sangat setuju bahwa informasi yang diberkaitan dengan perkembangan reksadana disampaikan kepada anda terus menerus, 43,3% setuju, 30% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 29, 13,3% sangat setuju bahwa anda merasa nyaman menggunakan produk reksadana, 46,6% setuju, 23,3% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 30, 16,6% sangat setuju bahwa keamanan dalam berinvestasi terjaga, 36,6% setuju, 30% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Item pertanyaan 31, 20% sangat setuju bahwa produk reksadana berbeda dan mempunyai nilai lebih dari produk investasi lainnya, 46,6% setuju, 20% netral, 6,6% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Item pertanyaan 32, 23,3% sangat setuju bahwa anda menyukai produk reksadana, 36,6% setuju, 26,6% netral, 3,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju. Pada item pertanyaan 33, 13,3% sangat setuju bahwa reksadana sesuai dengan selera dan kebutuhan anda, 40% setuju, 23,3% netral, 13,3% tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10% menyatakan sangat tidak setuju

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel faktor kebutuhan sosial masing-masing item pertanyaan dijawab sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase yang cukup besar. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesis lima yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara faktor kebutuhan sosial terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang dengan ditunjukkan P value 0,004 yang lebih kecil dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya faktor kebutuhan sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 30 responden yang tercatat di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang adanya bukti untuk menolak  $H_0$  bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan faktor budaya terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang. Dan menerima  $H_5$  bahwa ada pengaruh yang signifikan faktor budaya terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang.