

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum BNI Syari'ah**

##### **4.1.1 Sejarah Umum BNI Syari'ah**

Bank BNI ini di dirikan pada tahun 1946, berselang satu tahun kemerdekaan Indonesia. Pada saat itu BNI berperan sebagai *Bank Sentral* yang bertanggungjawab dalam menerbitkan dan mengelola mata uang rupiah. Dalam perkembangannya BNI tercatat telah mengalami perkembangan yang pesathingga akhirnya BNI berubah status menjadi *bank komersial* pada tahun 1986. Dengan fokus pelayanan pada sektor industri, BNI secara bertahap memainkan peranan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia dan menjadi salah satubank pemerintah yang terkemuka.

Dengan berlandaskan peraturan pemerintah dalam UU No. 7/1992 yang berisikan tentang perbankan yang di dalam undang-undang tersebut memperkenalkan sistem perbankan dengan *sistem bagi hasil*, perbankan syari'ah mulai dikembangkan. Dan perbankan syari'ah lebih dikembangkan lagi seiring dikeluarkannya UU No. 10/1998 yang diikuti dengan dikeluarkannya sejumlah ketentuan pelaksanaan dalam bentuk Surat Keputusan (SK) Direksi Bank Indonesia yang memberikan landasan hukum yang lebih kuat dan kesempatan yang luas bagi pengembangan perbankan syari'ah di Indonesia. Dan pada masa awal sebagai peraturan

lebih lanjut tentang ketentuan operasional Bank berdasarkan prinsip syari'ah dikeluarkan SK Direksi Bank Indonesia No. 34/32.KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 yang kemudian dirubah dengan Peraturan Bank Indonesia (PBI) dengan No. 6/24/PBI/2004 pada tanggal 14 Oktober tentang bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syari'ah. Prinsip syari'ah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Selain adanya *demand* dari masyarakat terhadap perbankan syariah, untuk mewujudkan visinya (yang lama) menjadi *Universal Banking*, BNI membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep *dual system banking*, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah sekaligus. Hal ini sesuai dengan UU No. 10 tahun 1998 yang memungkinkan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah. Dengan berlandaskan pada undang-undang No.10 Tahun 1998, melalui PT Bank Negara Indonesia (persero) merintis Devisi Usaha Syariah. Pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin yang diresmikan oleh Menteri Keuangan Republik Indonesia Dr. Bambang Sudibyo yakni pada tanggal 29 April 2000, kini BNI syari'ah memiliki lebih dari 20 kantor cabang di seluruh Indonesia. Untuk memperluas

layanan kepada masyarakat, masing-masing kantor cabang utama tersebut membuka kantor-kantor cabang pembantu syariah (KCPS), sehingga keseluruhan kantor cabang BNI Syariah sampai tahun 2007 berjumlah 54 buah.

Selanjutnya berlandaskan peraturan Bank Indonesia No. 8/3/PBI/2006 tentang pemberian izin bagi kantor cabang bank konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah untuk melayani pembukaan rekening produk dana syariah, BNI syariah merespon ketentuan ini dengan cara bersinergi dengan cabang konvensional guna melakukan *Office Channeling*.<sup>1</sup>

Dalam perkembangannya, PT BNI Syariah membuka kantor cabang syariah di Semarang pada tanggal 29 april 2003 yang terletak di Jl. Ahmad Yani No. 152 Semarang Telp. (024) 8313247, 8315027 (hunting) Fax. (024) 8313217.<sup>2</sup>

#### **4.1.2 Visi dan Misi BNI Syariah**

- a) **Visi BNI Syariah** adalah “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”
- b) **Misi BNI Syariah**
  - 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.

---

<sup>1</sup> www.BNI Syariah.co.id, tgl 22-04-2014, jam 09.00 wib

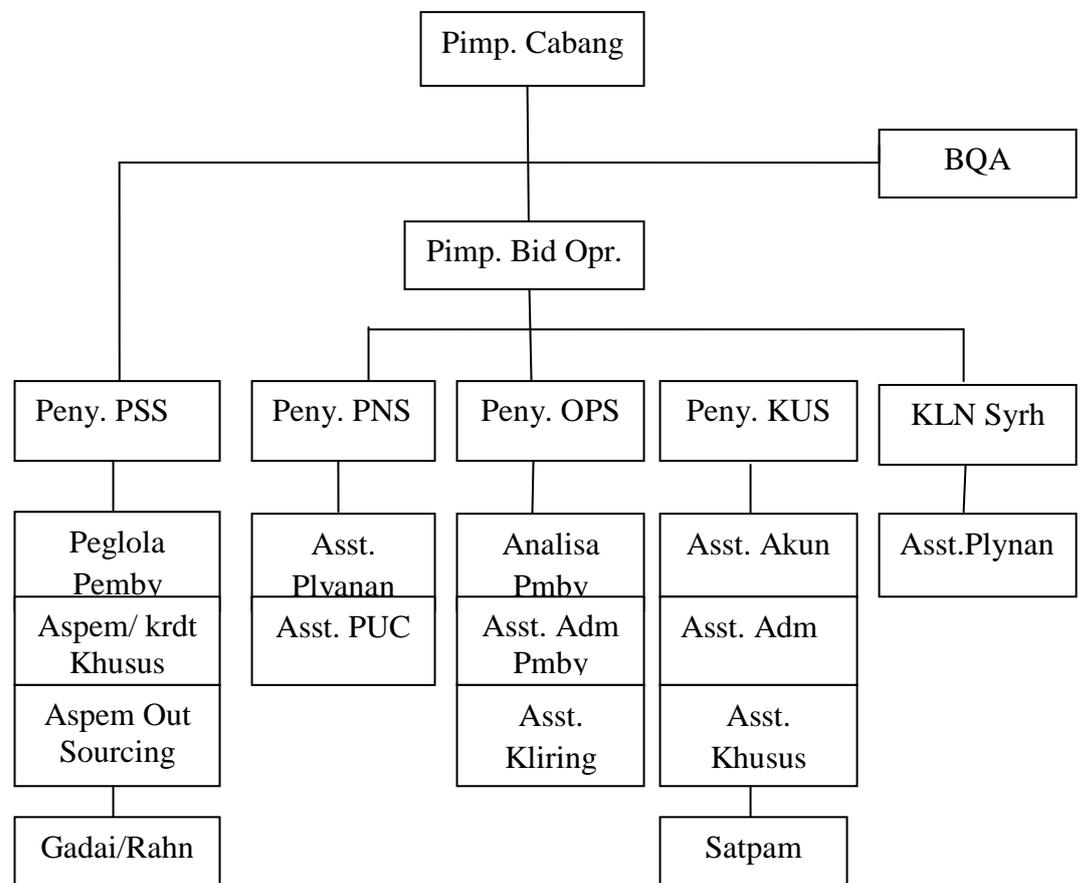
<sup>2</sup> Wawancara dengan Bapak Basuki, staf bagian umum di BNI Syariah cabang Semarang, 12 Juni 2014

- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

#### 4.1.3 Struktur Organisasi

Adapun Struktur organisasi PT. BNI syari'ah kantor cabang Semarang dapat penulis uraikan dalam sebuah bagan sebagai berikut:

Struktur Organisasi PT. BNI Syari'ah Cabang Semarang



#### 4.1.4 Produk-Produk BNI Syari'ah

##### A. Produk Dana

###### a) Deposito

###### 1) BNI Syari'ah Deposito

Deposito iB hasanah (BNI syariah deposito) yaitu investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan prinsip *mudharabah*.

###### b) Giro

###### 1) BNI Syaria'ah Giro

Giro iB hasanah (BNI syari'ah giro) ialah titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah dengan akad *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan.

###### c) Tabungan

###### 1) BNI Syari'ah Tabungan iB THI Hasanah

TabunganiB THI hasanah (BNI syari'ah tabungan haji) ialah bentuk investasi dana untuk perencanaan haji yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah dengan akad *mudharabah* dengan sistem setoran bebas atau bulanan, bermanfaat sebagai sarana pembayaran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH).

2) BNI Syari'ah Tabungan Bisnis Perorangan

Tabungan iB bisnis hasanah perorangan (BNI syari'ah tabungan bisnis perorangan) ialah bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah dengan akad *mudharabah* yang dilengkapi dengan detil mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dalam mata uang Rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif.

3) BNI Syari'ah Tabungan Prima

Tabungan iB hasanah prima (BNI syari'ah tabungan prima) ialah bentuk investasi yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah dengan akad *mudharabah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah segmen *high networth* individualis secara perorangan dalam mata uang Rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif.

4) BNI Syari'ah Tabungan Anak

BNI syari'ah tabungan anak (tabungan iB tunas hasanah) adalah produk simpanan dalam mata uang Rupiah berdasarkan akad *wadiah* yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.

5) BNI Syari'ah Tabungan Bisnis Non Perorangan

Tabungan iB hasanah bisnis non perorangan (BNI syari'ah tabungan bisnis non perorangan) ialah bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad

*mudharabah* yang dilengkapi dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dalam mata uang Rupiah untuk nasabah non perorangan.

6) BNI Syari'ah Tabungan

Tabungan iB hasanah. Bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah* atau simpanan dana yang menggunakan akad *wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah dalam mata uang Rupiah.

7) BNI Syari'ah Tabungan Rencana

Tabungan iB tapenas hasanah (BNI syar'iah tabungan rencana) ialah bentuk investasi dana untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah dengan akad *mudharabah* dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana masa depan lainnya.

8) Tabunganku iB

Tabunganku iB ialah produk simpanan dana dari Bank Indonesia yang dikelola sesuai dengan prinsip syari'ah dengan akad *wadiah* dalam mata uang Rupiah untuk meningkatkan kesadaran menabung masyarakat.

## B. Produk Pembiayaan

### a) Produk Pembiayaan Pribadi

#### 1) Hasanah Card

IB hasanah card merupakan kartu pembiayaan yang berfungsi sebagai kartu kredit berdasarkan prinsip syari'ah, yaitu dengan sistem perhitungan biaya bersifat tetap, adil, transparan, dan kompetitif tanpa perhitungan bunga.

#### 2) BNI Syari'ah Kepemilikan Emas

Pembiayaan emas iB hasanah (BNI syariah kepemilikan emas) merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara pokok setiap bulannya melalui akad *murabahah* (jual beli).

#### 3) BNI Syari'ah KPR Syari'ah

BNI syari'ah KPR syariah (griya iB hasanah) adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon.

4) BNI Syari'ah Multijasa

Multijasa iB hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk kebutuhan jasa dengan agunan berupa *fixed asset* atau kendaraan bermotor selama jasa dimaksud tidak bertentangan dengan undang-undang/ hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan syari'ah Islam.

5) BNI Syari'ah Otomotif

Oto iB hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif *murabahah* yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor dengan agunan kendaraan bermotor yang dibiayai dengan pembiayaan ini.

6) BNI Syari'ah Pembiayaan Jaminan Cash

CCF iB hasanah adalah pembiayaan yang dijamin dengan cash, yaitu dijamin dengan simpanan dalam bentuk deposito, giro, dan tabungan yang diterbitkan BNI syari'ah.

7) BNI Syari'ah Pembiayaan Haji

Pembiayaan THI iB hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang ditujukan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan biaya setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Kementerian Agama, untuk mendapatkan nomor *seat* porsi haji dengan menggunakan akad *ijarah*.

#### 8) BNI Syari'ah Multiguna

Multiguna iB hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dengan agunan berupa barang yang dibiayai (apabila bernilai material) dan *fixed asset* yang ditujukan untuk kalangan profesional dan pegawai aktif yang memiliki sumber pembayaran kembali dari penghasilan tetap dan tidak bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan syari'ah Islam.

#### b) Produk Pembiayaan Mikro

##### 1) Rahn Mikro

Tujuan dari pembiayaan *rahn* mikro adalah modal usaha/produktif, biaya pendidikan, kesehatan, dll (konsumtif) dan keperluan lainnya. Pembiayaan mulai dari Rp. 500.000 hingga Rp. 50.000.000

##### 2) Mikro 3 iB Hasanah

Tujuan dari pembiayaan mikro 3 iB hasanah adalah pembiayaan pembelian barang modal kerja, investasi produktif dan pembelian barang lainnya (konsumtif). Pembiayaan mulai dari > Rp. 50 Juta hingga Rp. 500 Juta.

### 3) Mikro 2 IB Hasanah

Tujuan dari pembiayaan mikro 2 iB hasanah adalah pembiayaan pembelian barang modal kerja, investasi produktif dan pembelian barang lainnya (konsumtif). Pembiayaan mulai dari Rp. 5 Juta hingga Rp. 50 Juta.

### c) Produk Pembiayaan Usaha kecil dan Menengah

#### 1) BNI Syari'ah Wirausaha

Wirausaha iB hasanah adalah fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi) yang tidak bertentangan dengan syari'ah dan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku. Akad yang digunakan yaitu akad *murabahah, musyarakah, mudharabah*.

#### 2) BNI Syari'ah Valas

Pembiayaan valas iB hasanah adalah pembiayaan yang diberikan oleh unit operasional dalam negeri kepada nasabah pembiayaan dalam negeri, dalam bentuk mata uang valuta asing. Akad pembiayaan valas iB hasanah yang dapat digunakan disesuaikan dengan kebutuhan calon nasabah pembiayaan. Jenis valuta yang dapat diberikan adalah US\$ (*United State Dollar*), Singapura Dollar, Euro, dan valuta asing lainnya.

### 3) BNI Syari'ah Kopkar/ Kopeg

Pembiayaan kerjasama kopkar/kopeg iB hasanah adalah fasilitas pembiayaan *mudharabah* produktif dimana BNI syari'ah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada koperasi karyawan (kopkar)/koperasi pegawai (kopeg) untuk disalurkan secara prinsip syari'ah ke *end user*/pegawai. Akad pembiayaan ke kopkar/kopeg adalah *mudharabah* sedangkan akad pembiayaan dari kopkar/ kopeg ke *end user* adalah *murabahah*.

### 4) BNI Syari'ah Dealer iB Hasanah

Pola kerjasama pemasaran dealer dilatarbelakangi oleh adanya potensi pembiayaan kendaraan bermotor secara kolektif yang melibatkan *end user* dalam jumlah yang cukup banyak. Hal tersebut membutuhkan tenaga yang cukup besar dalam hal penyaluran, pemantauan, atau penyelesaian pembiayaannya.

### 5) BNI Syari'ah Tunas Usaha

Tunas usaha iB hasanah adalah pembiayaan modal kerja dan atau investasi yang diberikan untuk usaha produktif yang *feasible* namun belum *bankable* dengan prinsip syari'ah dalam rangka mendukung pelaksanaan Instruksi Presiden Nomor 6 tahun 2007. Akad yang digunakan adalah *murabahah*, *musyarakah*, *mudharabah*.

#### 6) BNI Syari'ah Usaha Kecil

Usaha kecil iB hasanah adalah pembiayaan syari'ah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha kecil berdasarkan prinsip-prinsip pembiayaan syari'ah. Akad yang digunakan adalah *murabahah* untuk pembelian barang baik untuk tujuan investasi maupun modal kerja secara angsuran (*aflopend*) dan akad *mudharabah/ musyarakah* dapat diberikan dalam bentuk modal kerja atas suatu proyek/ usaha tertentu dengan menggunakan prinsip *mudharabah/ musyarakah* baik secara angsuran maupun *lumpsum* diakhir.

#### 7) BNI Syari'ah *Linkage*

Pembiayaan kerjasama *linkage* program iB hasanah adalah fasilitas pembiayaan dimana BNI syari'ah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) seperti BMT, BPRS, KJKS, dan lainnya untuk diteruskan ke *end user* (pengusaha mikro, kecil, dan menengah syari'ah). Kerjasama dengan LKS dapat dilakukan secara langsung ataupun melalui lembaga pendamping. Akad pembiayaan ke LKS adalah *mudharabah/ musyarakah* sedangkan akad pembiayaan dari LKS ke *end user* sesuai dengan kebutuhan (*murabahah, mudharabah, musyarakah, ijarah*).

#### d) Produk Pembiayaan Korporasi

##### 1) BNI Syari'ah *Multifinance*

Pembiayaan kepada *multifinance* adalah penyaluran pembiayaan langsung dengan pola *executing*, kepada *multifinance* untuk usahanya dibidang perusahaan pembiayaan sesuai dengan prinsip syari'ah. Dibuatkan *plafond* pembiayaan dan akad *musyarakah/ murabahah*.

##### 2) BNI Syari'ah Usaha Besar

Usaha besar iB hasanah adalah pembiayaan syari'ah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha pada segmentasi besar berdasarkan prinsip-prinsip pembiayaan syari'ah. Akad pembiayaan yang dapat digunakan adalah *murabahah, mudharabah, dan musyarakah*.

##### 3) BNI Syari'ah Ekspor

Pembiayaan ekspor iB hasanah adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada eksportir (perusahaan ekspor), baik dalam rupiah maupun valuta asing untuk keperluan modal kerja dalam rangka pengadaan barang-barang yang akan diekspor (sebelum barang dikapalkan/*preshipment*) dan untuk keperluan pembiayaan proyek investasi dalam rangka produksi barang ekspor.

#### 4) BNI Syari'ah *Onshore*

Pembiayaan *onshore* iB Hasanah adalah pembiayaan yang diberikan oleh unit operasional dalam negeri kepada nasabah pembiayaan dalam negeri, dalam bentuk mata uang valuta asing untuk membiayai usaha yang dikategorikan kegiatan ekspor (penghasil devisa). Akad pembiayaan yang dapat digunakan adalah *murabahah*, *mudharabah*, dan *musyarakah*.

#### 5) BNI Syariah Sindikasi

Pembiayaan sindikasi iB hasanah adalah pembiayaan yang diberikan oleh dua atau lebih lembaga keuangan untuk membiaya suatu proyek/ usaha dengan syarat-syarat dan ketentuan yang sama, menggunakan dokumen yang sama dan diadministrasikan oleh agen yang sama pula.

## 4.2 Deskripsi Data Penelitian dan Responden

### 4.2.1 Deskripsi 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 berinvestasi logam mulia di BNI 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 10 s/d 12 Juni 2014 di BNI syari'ah cabang Semarang dengan mengambil 74 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 74 sampel, dengan demikian syarat pengolahan data dengan alat analisis SPSS sampel dapat terpenuhi.

#### **4.2.2 Deskripsi Responden**

Penyajian data deskripsi penelitian bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskripsi 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 BNI syari'ah cabang Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1

**Jenis kelamin responden**

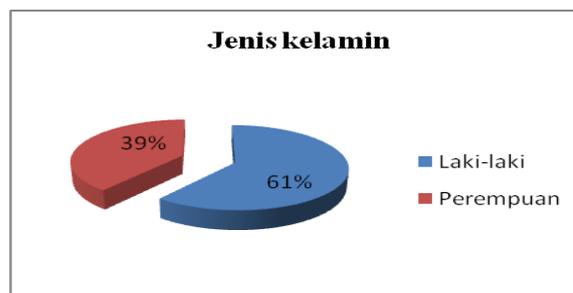
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	45	60.8	60.8	60.8
	Perempuan	29	39.2	39.2	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

*sumber : data primer yang diolah, 2014*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah BNI syari'ah cabang Semarang yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 45 orang, sedangkan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 29 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari nasabah BNI syari'ah cabang Semarang yang diambil sebagai responden adalah laki-laki.

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

Gambar 4.1



Sumber: *data primer yang diolah, 2014*

## 2. Umur Responden

Adapun data mengenai umur responden nasabah BNI syari'ah cabang Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2  
**Umur responden**

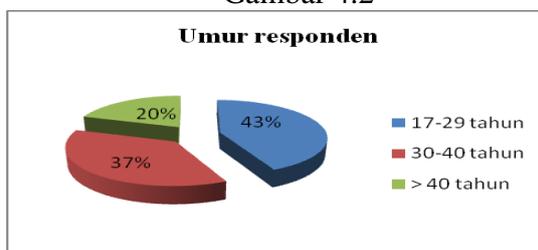
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > 40 tahun	15	20.3	20.3	20.3
17-29 tahun	32	43.2	43.2	63.5
30-40 tahun	27	36.5	36.5	100.0
Total	74	100.0	100.0	

*Sumber : data primer yang diolah, 2014*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 ini memperlihatkan bahwa nasabah BNI syari'ah cabang Semarang yang diambil sebagai responden memberikan informasi bahwa responden berusia 17 – 29 tahun sebanyak 32 orang, sedangkan yang berusia 30 – 40 tahun sebanyak 27 orang dan yang berusia > 40 tahun sebanyak 15 orang.

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

Gambar 4.2



Sumber: data primer yang diolah, 2014

### 3. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan nasabah BNI syari'ah cabang Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

**Pendidikan terakhir**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Diploma	7	9.5	9.5	9.5
Sarjana	45	60.8	60.8	70.3
SMA	22	29.7	29.7	100.0
Total	74	100.0	100.0	

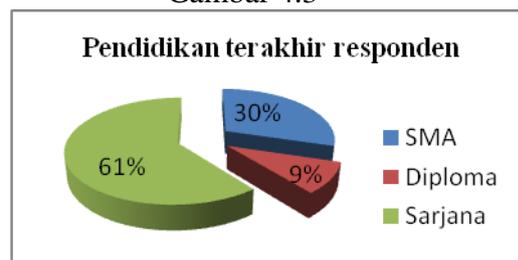
Sumber : data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 memperlihatkan bahwa nasabah BNI syari'ah cabang Semarang yang diambil sebagai responden sebagian besar pendidikan terakhir adalah sarjana. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden pendidikan

terakhir adalah Sarjana sebanyak 45 orang, SMA 22 orang, dan Diploma 7 orang.

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

Gambar 4.3



Sumber: data primer yang diolah 2014

#### 4. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan nasabah BNI syari'ah cabang Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

#### Pekerjaan responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Lainnya	13	17.6	17.6	17.6
PNS	8	10.8	10.8	28.4
Swasta	39	52.7	52.7	81.1
Wiraswasta	14	18.9	18.9	100.0
Total	74	100.0	100.0	

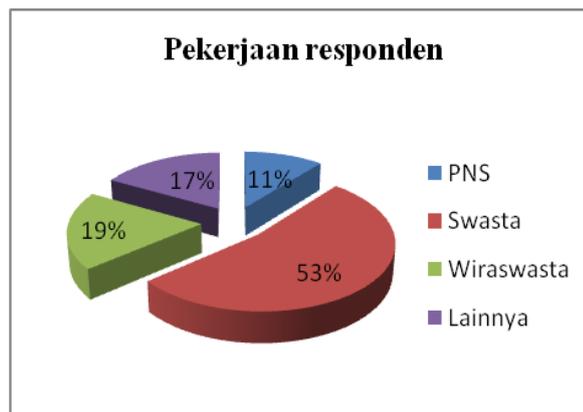
Sumber : data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 memperlihatkan bahwa nasabah BNI syari'ah 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 39 orang, sedangkan yang mempunyai pekerjaan sebagai PNS sebanyak 8 orang dan yang mempunyai pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 14 orang serta mempunyai pekerjaan lain-lain sebanyak 13 orang.

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

Gambar 4.4



*Sumber: data primer yang diolah 2014*

## 5. Penghasilan Per Bulan Responden

Adapun data mengenai penghasilan per bulan responden BNI Syari'ah cabang Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5  
**Penghasilan /bulan**

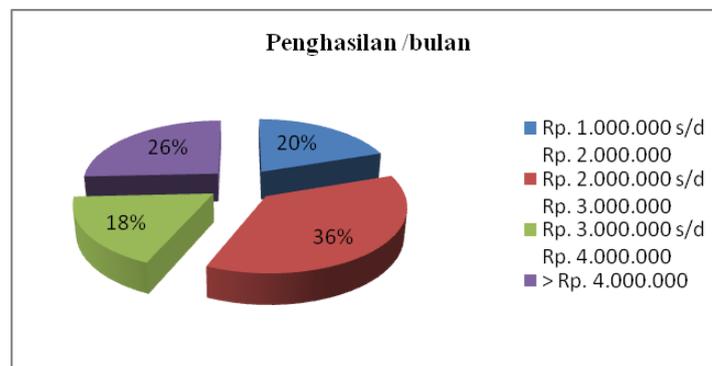
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> Rp. 4.000.000	19	25.7	25.7	25.7
	Rp. 1.000.000 s/d Rp. 2.000.000	15	20.3	20.3	45.9
	Rp. 2.000.000 s/d Rp. 3.000.000	27	36.5	36.5	82.4
	Rp. 3.000.000 s/d Rp, 4.000.000	13	17.6	17.6	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

*Sumber : data primer yang diolah, 2014*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden mempunyai penghasilan per bulan Rp. 2.000.000 – Rp.3.000.000,- sebanyak 27 orang, Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000,- yaitu sebanyak 15 orang, Rp. 3.000.000, – Rp. 4.000.000,- sebanyak 13 orang, dan >Rp 4.000.000,- sebanyak 19 orang.

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

Gambar 4.5



*Sumber : data primer yang diolah, 2014*

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	14	19%	19	26%	29	39%	8	11%	4	5%
	Pertanyaan 2	15	20%	35	47%	20	27%	2	3%	2	3%
	Pertanyaan 3	20	27%	19	26%	29	39%	4	5%	2	3%
	Pertanyaan 4	18	24%	26	35%	28	38%	1	1%	1	1%
	Pertanyaan 5	15	20%	33	45%	23	31%	2	3%	1	1%
	Pertanyaan 6	15	20%	40	54%	16	22%	3	4%	0	0%
Faktor Sosial (X2)	Pertanyaan 7	13	18%	28	38%	24	32%	9	12%	0	0%
	Pertanyaan 8	21	28%	22	30%	27	36%	4	5%	0	0%
	Pertanyaan 9	16	22%	26	35%	23	31%	8	11%	1	1%
	Pertanyaan 10	18	24%	27	36%	24	32%	4	5%	1	1%
	Pertanyaan 11	14	19%	30	41%	27	36%	3	4%	0	0%
	Pertanyaan 12	11	15%	23	31%	31	42%	7	9%	2	3%
Faktor Pribadi (X3)	Pertanyaan 13	23	31%	21	28%	28	38%	2	3%	0	0%
	Pertanyaan 14	11	15%	33	45%	27	36%	3	4%	0	0%
	Pertanyaan 15	17	23%	34	46%	19	26%	4	5%	0	0%
	Pertanyaan 16	28	38%	31	42%	14	19%	1	1%	0	0%
	Pertanyaan 17	32	43%	31	42%	10	14%	1	1%	0	0%
	Pertanyaan 18	27	36%	22	30%	20	27%	4	5%	1	1%
Faktor Psikologi (X4)	Pertanyaan 19	10	14%	36	49%	26	35%	1	1%	1	1%
	Pertanyaan 20	7	9%	35	47%	26	35%	5	7%	1	1%
	Pertanyaan 21	5	7%	15	20%	39	53%	14	19%	1	1%
	Pertanyaan 22	10	14%	37	50%	26	35%	1	1%	0	0%
	Pertanyaan 23	23	31%	15	20%	30	41%	5	7%	1	1%
	Pertanyaan 24	13	18%	38	51%	20	27%	3	4%	0	0%
Minat Investasi Nasabah (Y)	Pertanyaan 25	17	23%	25	34%	31	42%	1	1%	0	0%
	Pertanyaan 26	13	18%	35	47%	20	27%	5	7%	1	1%
	Pertanyaan 27	21	28%	24	32%	22	30%	7	9%	0	0%
	Pertanyaan 28	12	16%	18	24%	39	53%	5	7%	0	0%
	Pertanyaan 29	6	8%	32	43%	34	46%	2	3%	0	0%
	Pertanyaan 30	18	24%	18	24%	37	50%	1	1%	0	0%

a) Faktor Budaya

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel faktor budaya, item pertanyaan 1, 19% responden menyatakan sangat setuju (SS) bahwa menggunakan produk logam mulia karena keluarga juga ada yang menggunakan produk logam mulia, 26% menyatakan setuju (S), 39% netral (N), 11% tidak setuju (TS), sisanya 5% menyatakan sangat tidak setuju (STS). Pada item pertanyaan 2, 20% responden menyatakan SS bahwa akan menggunakan produk logam mulia dilain waktu, 47% menyatakan S, 27% menyatakan N, 3% menyatakan TS, sisannya 3% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 3, 27% responden menyatakan SS bahwa akan mengajak saudara untuk menggunakan logam mulia, 26% menyatakan S, 39% menyatakan N, 5% menyatakan TS, sisanya 3% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 4, 24% responden menyatakan SS bahwa produk logam mulia sesuai dengan syariat Islam, 35% menyatakan S, 38% menyatakan N, 1% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 5, 20% responden menyatakan SS bahwa produk logam mulia sudah sesuai dengan penerapan prinsip syari'ah, 45% menyatakan S, 31% menyatakan N, 3% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 6, 20% responden menyatakan SS bahwa dengan penerapan prinsip-prinsip syari'ah produk logam mulia semakin berkualitas, 54% menyatakan S, 22% menyatakan N, 4% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS.

b) Faktor Sosial

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel faktor sosial, item pertanyaan 7, 18% responden menyatakan SS bahwa rekan kerja juga berinvestasi dengan logam mulia, 38% menyatakan S, 32% menyatakan N, 12% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 8, 28% responden menyatakan SS bahwa keluarga juga berinvestasi dengan logam mulia, 30% menyatakan S, 36% menyatakan N, 5% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 9, 22% responden menyatakan SS bahwa logam mulia sudah merakyat di lingkungan masyarakat, 35% menyatakan S, 31% menyatakan N, 11% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 10, 24% responden menyatakan SS bahwa merasa sangat terbantu dengan adanya logam mulia, 36% menyatakan S, 32% menyatakan N, 5% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 11, 19% responden menyatakan SS bahwa BNI syari'ah Semarang mengetahui produk yang diinginkan nasabah dengan adanya produk logam mulia, 41% menyatakan S, 36% menyatakan N, 4% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 12, 15% responden menyatakan SS bahwa dengan berinvestasi pada logam mulia akan menaikkan status sosial, 31% menyatakan S, 42% menyatakan N, 9% menyatakan TS, sisanya 3% menyatakan STS.

c) Faktor Pribadi

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel faktor pribadi, item pertanyaan 13, 31% responden menyatakan SS bahwa uang muka pembiayaan produk logam mulia murah dan terjangkau, 28% menyatakan S, 38% menyatakan N, 3% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 14, 15% responden menyatakan SS bahwa keuntungan yang diperoleh berinvestasi menggunakan produk logam mulia sesuai dengan keinginan nasabah, 45% menyatakan S, 36% menyatakan N, 4% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 15, 23% responden menyatakan SS bahwa dapat berinvestasi menggunakan logam mulia meski dana yang dimiliki sangat kecil, 46% menyatakan S, 26% menyatakan N, 5% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 16, 38% responden menyatakan SS bahwa logam mulia merupakan produk investasi pada era saat ini, 42% menyatakan S, 19% menyatakan N, 1% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 17, 43% responden menyatakan SS bahwa logam mulia sudah cukup populer dikalangan masyarakat, 42% menyatakan S, 14% menyatakan N, 1% menyatakan TS, tidak ada respon yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 18, 36% responden menyatakan SS bahwa transaksi logam mulia terbebas dari bunga (*riba*), 30% menyatakan S, 27% menyatakan N, 5% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS.

d) Faktor Psikologi

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel faktor psikologi, item pertanyaan 19, 14% responden menyatakan SS bahwa dana yang di investasikan melalui produk logam mulia sudah sesuai syari'ah Islam, 49% menyatakan S, 35% menyatakan N, 1% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 20, 9% responden menyatakan SS bahwa produk logam mulia berbeda dan mempunyai nilai lebih dari produk investasi lainnya, 47% menyatakan S, 35% menyatakan N, 7% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 21, 7% responden menyatakan SS bahwa logam mulia merupakan produk unggulan di BNI syari'ah Semarang, 20% menyatakan S, 53% menyatakan N, 19% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 22, 14% responden menyatakan SS bahwa produk logam mulia sesuai dengan keinginan nasabah, 50% menyatakan S, 35% menyatakan N, 1% menyatakan TS, tidak ada respon yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 23, 31% responden menyatakan SS bahwa ingin selalu menggunakan produk logam mulia, 20% menyatakan S, 41% menyatakan N, 7% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 24, 18% responden menyatakan SS bahwa logam mulia merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, likuid, dan aman, 51% menyatakan S, 27% menyatakan N, 4% menyatakan TS, tidak ada respon yang menyatakan STS.

e) Faktor Minat Investasi Nasabah

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel faktor minat investasi nasabah, item pertanyaan 25, 23% responden menyatakan SS bahwa tertarik dengan sistem yang ditawarkan, 34% menyatakan S, 42% menyatakan N, 1% menyatakan TS, tidak ada respon yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 26, 18% responden menyatakan SS tertarik dengan logam mulia yang mempunyai kelebihan yang lebih banyak dari pada produk yang lainnya, 47% menyatakan S, 27% menyatakan N, 7% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 27, 28% responden menyatakan SS bahwa dalam berinvestasi logam mulia membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan hasil (*return*), 32% menyatakan S, 30% menyatakan N, 9% menyatakan TS, tidak ada respon yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 28, 16% responden menyatakan SS bahwa pendekatan dari para karyawan membuat nasabah tertarik memilih logam mulia, 24% menyatakan S, 53% menyatakan N, 7% menyatakan TS, tidak ada respon yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 29, 8% responden menyatakan SS bahwa kelebihan dan keunikan yang dimiliki logam mulia mendorong nasabah berinvestasi melalui produk logam mulia, 43% menyatakan S, 46% menyatakan N, 3% menyatakan TS, tidak ada respon yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 30, 24% responden menyatakan SS bahwa akan menyarankan orang lain untuk menggunakan produk logam mulia, 24% menyatakan S,

50% menyatakan N, 1% menyatakan TS, tidak ada respon yang menyatakan STS.

### 4.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen

#### 4.3.1 Uji Validitas Instrumen

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. 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 (X1)	Pertanyaan 1	0.567	0,229	Valid
	Pertanyaan 2	0.488	0,229	Valid
	Pertanyaan 3	0.703	0,229	Valid
	Pertanyaan 4	0.513	0,229	Valid
	Pertanyaan 5	0.740	0,229	Valid
	Pertanyaan 6	0.430	0,229	Valid
Faktor Sosial (X2)	Pertanyaan 7	0.503	0,229	Valid
	Pertanyaan 8	0.521	0,229	Valid
	Pertanyaan 9	0.740	0,229	Valid
	Pertanyaan 10	0.649	0,229	Valid
	Pertanyaan 11	0.503	0,229	Valid
	Pertanyaan 12	0.740	0,229	Valid

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item Pertanyaan Total Correlation	r table	Keterangan
Faktor Pribasi (X3)	Pertanyaan 13	0.748	0,229	Valid
	Pertanyaan 14	0.540	0,229	Valid
	Pertanyaan 15	0.671	0,229	Valid
	Pertanyaan 16	0.519	0,229	Valid
	Pertanyaan 17	0.508	0,229	Valid
	Pertanyaan 18	0.732	0,229	Valid
Faktor Psikologi (X4)	Pertanyaan 19	0.601	0,229	Valid
	Pertanyaan 20	0.246	0,229	Valid
	Pertanyaan 21	0.740	0,229	Valid
	Pertanyaan 22	0.517	0,229	Valid
	Pertanyaan 23	0.755	0,229	Valid
	Pertanyaan 24	0.631	0,229	Valid
Minat Investasi Nasabah (Y)	Pertanyaan 25	0.426	0,229	Valid
	Pertanyaan 26	0.445	0,229	Valid
	Pertanyaan 27	0.589	0,229	Valid
	Pertanyaan 28	0.265	0,229	Valid
	Pertanyaan 29	0.255	0,229	Valid
	Pertanyaan 30	0.560	0,229	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2014

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung > r tabel (0,229) 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	Q_1	0.884	Reliabel
	Q_2	0.886	Reliabel
	Q_3	0.882	Reliabel
	Q_4	0.886	Reliabel
	Q_5	0.883	Reliabel
	Q_6	0.887	Reliabel
X2	Q_7	0.891	Reliabel
	Q_8	0.885	Reliabel
	Q_9	0.893	Reliabel
	Q_10	0.882	Reliabel
	Q_11	0.886	Reliabel
	Q_12	0.894	Reliabel
X3	Q_13	0.880	Reliabel
	Q_14	0.884	Reliabel
	Q_15	0.882	Reliabel
	Q_16	0.886	Reliabel
	Q_17	0.886	Reliabel
	Q_18	0.881	Reliabel
X4	Q_19	0.884	Reliabel
	Q_20	0.890	Reliabel
	Q_21	0.897	Reliabel
	Q_22	0.885	Reliabel
	Q_23	0.880	Reliabel
	Q_24	0.883	Reliabel
Y	Q_25	0.887	Reliabel

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
	Q_26	0.886	Reliabel
	Q_27	0.884	Reliabel
	Q_28	0.891	Reliabel
	Q_29	0.890	Reliabel
	Q_30	0.884	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2014

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* 0,890 sedangkan nilai *r* kritis (uji 2 sisi) pada signifikan 0,05 dengan jumlah data ( $n$ ) = 74, didapatkan nilai *r* tabel sebesar 0,229 karena nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan penelitian tersebut reliabel.

#### 4.4 Uji Asumsi Klasik

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

##### 4.4.1 Uji Normalitas

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

Tabel 4.9  
Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

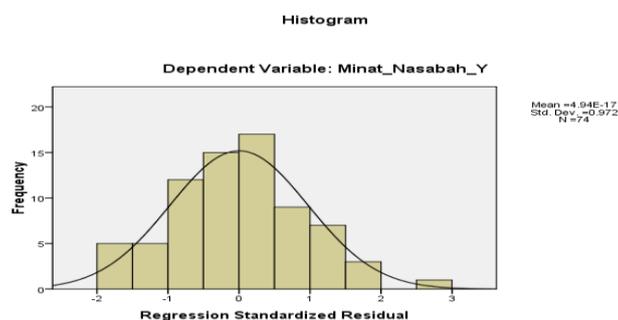
		Standardized Residual
N		74
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97221679
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.040
	Negative	-.030
Kolmogorov-Smirnov Z		.345
Asymp. Sig. (2-tailed)		1.000
a. Test distribution is Normal.		

M

enganalisi nilai *kolmogorov-smirnov* di atas maka bisa diambil kesimpulan bahwa, data memiliki distribusi normal karena nilai *kolmogorov-smirnov* memiliki tingkat signifikansi 1.000 lebih > 0,05

Adapun Uji Normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.6  
Grafik Histogram

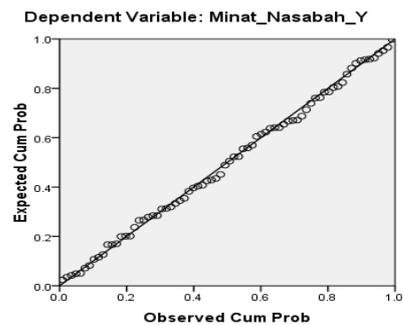


Sumber: data primer yang diolah, 2014

Gambar 4.7

## Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: data primer yang diolah, 2014

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 4.9. Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.4.2 Uji Multikolinearitas

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

Tabel 4.10  
Uji Multikolinieritas

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

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Budaya_X_1	.541	1.849
	Sosial_X_2	.690	1.448
	Pribadi_X_3	.458	2.185
	Psikologi_X_4	.579	1.726

a. Dependent Variable: Minat\_Nasabah\_Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2014

Suatu model dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10. Pada tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengujian diatas tidak terdapat (tidak terjadi) multikolinieritas antar variabel independen karena nilai VIF masing-masing lebih kecil dari 10.

#### 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>**

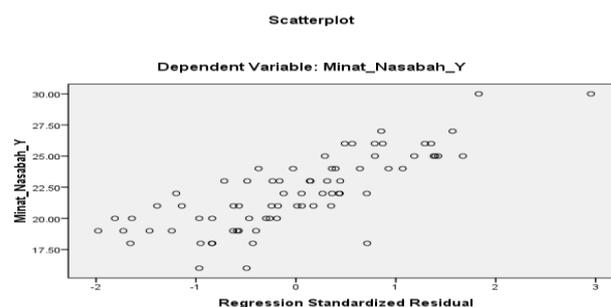
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.080E-16	2.559		.000	1.000
Budaya_X_1	.000	.105	.000	.000	1.000
Sosial_X_2	.000	.116	.000	.000	1.000
Pribadi_X_3	.000	.116	.000	.000	1.000
Psikologi_X_4	.000	.126	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: abresid

Sumber: data primer yang diolah, 2014

Tabel diatas menunjukkan bahwa probabilitas atau taraf signifikansi masing-masing variabel bernilai 1.000 sehingga dapat dipastikan model tersebut tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, dengan kata lain korelasi masing-masing variabel dengan nilai residunya menghasilkan nilai yang lebih besar dari alpnya.

Gambar 4.8  
Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas



Sumber: data primer yang diolah, 2014

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 Autokorelasi

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

Tabel 4.12

#### Uji Autokorelasi

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.608 <sup>a</sup>	.369	.333	2.44527	1.710

a. Predictors: (Constant), Psikologi\_X\_4, Sosial\_X\_2, Budaya\_X\_1, Pribadi\_X\_3

Sumber: Data Primer yang diolah, 2014

Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* atas residual persamaan regresi, diperoleh nilai Durbin Watson  $1.710 > 0.05$ , maka dapat dipastikan bahwa nilai tersebut tidak mengalami gejala autokorelasi.

## 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, dan minat investasi 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  
Analisis Korelasi  
Correlations

		Budaya _X_1	Sosial_ X_2	Pribadi _X_3	Psikologi _X_4	Minat_Nasabah _Y
Budaya_X_1	Pearson Correlation	1	.470**	.628**	.549**	.486**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74
Sosial_X_2	Pearson Correlation	.470**	1	.526**	.377**	.380**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.001
	N	74	74	74	74	74
Pribadi_X_3	Pearson Correlation	.628**	.526**	1	.613**	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	74	74	74	74	74

Psikologi_X_4	Pearson Correlation	.549**	.377**	.613**	1	.434**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	74	74	74	74	74
Minat_Nasabah_Y	Pearson Correlation	.486**	.380**	.582**	.434**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	
	N	74	74	74	74	74

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

Sumber: data primer yang diolah, 2014

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, berpengaruh signifikan terhadap minat investasi nasabah logam mulia”.

Uji simultan, ditunjukkan dengan hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 10.108 dengan tingkat probabilitas 0,000 yang berada dibawah alpha 5%. Hal itu berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi) terhadap variabel dependen (minat investasi nasabah). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol yang menyatakan “tidak ada pengaruh secara simultan antara faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi 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, berpengaruh signifikan terhadap minat investasi nasabah”.

Tabel 4.14  
Uji Simultan

ANOVA <sup>b</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1Regression	241.763	4	60.441	10.108	.000 <sup>a</sup>
Residual	412.574	69	5.979		
Total	654.338	73			

a. Predictors: (Constant), Psikologi\_X\_4, Sosial\_X\_2, Budaya\_X\_1, Pribadi\_X\_3

Sumber: data primeryang diolah, 2014

#### 4.5.2.2 Uji Parsial

Uji parsial ini memiliki tujuan untuk menguji atau mengkonfirmasihipotesis 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)	8.228	2.559		3.215	.002
Budaya_X_1	.133	.105	.164	1.263	.211
Sosial_X_2	.065	.116	.065	.562	.576
Pribadi_X_3	.329	.116	.400	2.831	.006
Psikologi_X_4	.074	.126	.074	.588	.559

a. Dependent Variable: Minat\_Nasabah\_Y

Sumber: data primer yang diolah, 2014

Dari tabel 4.15 diatas, dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh koefisien untuk variabel faktor budaya sebesar 0,133 , untuk variabel faktor sosial sebesar 0,065, untuk variabel faktor pribadi sebesar 0,329, faktor psikologi sebesar 0,074, dengan konstanta sebesar 8,228 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 8,228 + 0,133X_1 + 0,065X_2 + 0,329X_3 + 0,074X_4$$

Hasil analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 17.0 diperoleh hasil sebagai berikut.

a) Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Minat Investasi Nasabah

Hasil uji empiris pengaruh antara faktor budaya terhadap minat investasi nasabah logam mulia, menunjukkan nilai t hitung 1,263 dan p value (Sig) sebesar 0,211 yang di atas alpha 5%. Artinya bahwa faktor budaya tidak berpengaruh terhadap minat investasi nasabah. Hasil penelitian menolak hipotesis yang menyatakan “faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap minat investasi nasabah”.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel produk menunjukkan angka sebesar 0,133 , yang artinya adalah besaran koefisien faktor budaya terhadap minat investasi nasabah adalah sebesar 13,3%.

b) Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Minat Investasi Nasabah

Hasil uji empiris pengaruh antara faktor sosial terhadap minat nasabah, menunjukkan nilai t hitung 0,562 dan p value (Sig) sebesar 0,576 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 minat investasi nasabah”.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel harga menunjukkan angka sebesar 0,065, yang artinya adalah besaran

koefisien penerapan faktor sosial terhadap minat nasabah adalah sebesar 6,5%.

c) Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Investasi Nasabah

Hasil uji empiris pengaruh antara faktor pribadi terhadap minat nasabah, menunjukkan nilai t hitung 2,831 dan p value (Sig) sebesar 0,006 yang di atas alpha 5%. Artinya bahwa faktor pribadi 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 0,329 , yang artinya adalah besaran koefisien faktor pribadi terhadap minat investasi nasabah adalah sebesar 32,9%.

d) Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Minat Beli Nasabah

Hasil uji empiris pengaruh antara penerapan faktor psikologi terhadap minat investasi nasabah, menunjukkan nilai t hitung 0,588 dan p value (Sig) sebesar 0,559 yang di atas alpha 5%. Artinya bahwa faktor psikologi tidak berpengaruh terhadap minat investasi nasabah. Hasil penelitian menolak hipotesis yang menyatakan “faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi nasabah”.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel harga menunjukkan angka sebesar 0,074 , yang artinya adalah besaran

koefisien faktor psikologi terhadap minat investasi nasabah adalah sebesar 7,4%.

Koefisien regresi sebesar 8,228 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena memiliki tanda +) 1% pada faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi, maka akan meningkatkan minat investasi nasabah sebesar 82,28%, demikian pula jika terjadi sebaliknya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi merupakan variabel bebas yang secara signifikan berpengaruh terhadap minat investasi nasabah.

#### **4.6 Pembahasan**

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

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa faktor budaya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang (P value > 0,005). Faktor budaya merupakan faktor yang tidak diperhitungkan dalam menjaga minat investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang. Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti faktor budaya tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang. Ini ditunjukkan dengan hasil jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

Pada item pertanyaan 1, 19% responden menyatakan sangat setuju (SS) bahwa menggunakan produk logam mulia karena keluarga juga ada yang menggunakan produk logam mulia, 26% menyatakan setuju (S), 39% netral (N), 11% tidak setuju (TS), sisanya 5% menyatakan sangat tidak setuju (STS). Pada item pertanyaan 2, 20% responden menyatakan SS bahwa akan menggunakan produk logam mulia dilain waktu, 47% menyatakan S, 27% menyatakan N, 3% menyatakan TS, sisannya 3% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 3, 27% responden menyatakan SS bahwa akan mengajak saudara untuk menggunakan logam mulia, 26% menyatakan S, 39% menyatakan N, 5% menyatakan TS, sisanya 3% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 4, 24% responden menyatakan SS bahwa produk logam mulia sesuai dengan syariat Islam, 35% menyatakan S, 38% menyatakan N, 1% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 5, 20% responden menyatakan SS bahwa produk logam mulia sudah sesuai dengan penerapan prinsip syari'ah, 45% menyatakan S, 31% menyatakan N, 3% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 6, 20% responden menyatakan SS bahwa dengan penerapan prinsip-prinsip syariah produk logam mulia semakin berkualitas, 54% menyatakan S, 22% menyatakan N, 4% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS.

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 investasi nasabah logam mulia di BNI

syari'ah cabang Semarang dengan ditunjukkan P value 0,211 yang lebih besar dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya faktor budaya tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 74 responden yang tercatat di BNI syari'ah cabang Semarang adanya bukti untuk menerima H0 bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan faktor budaya terhadap minat investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang. Dan menolak H1 bahwa ada pengaruh yang signifikan faktor budaya terhadap minat investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang.

Hasil penelitian uji pengaruh variabel faktor sosial terhadap minat nasabah di BNI syari'ah cabang Semarang tercermin dalam jawaban responden mengenai item pertanyaan item pertanyaan 7, 18% responden menyatakan SS bahwa rekan kerja juga berinvestasi dengan logam mulia, 38% menyatakan S, 32% menyatakan N, 12% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 8, 28% responden menyatakan SS bahwa keluarga juga berinvestasi dengan logam mulia, 30% menyatakan S, 36% menyatakan N, 5% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 9, 22% responden menyatakan SS bahwa logam mulia sudah merakyat di lingkungan masyarakat, 35% menyatakan S, 31% menyatakan N, 11% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 10, 24% responden menyatakan SS bahwa merasa sangat terbantu dengan adanya logam mulia, 36% menyatakan S, 32% menyatakan N, 5% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan

STS. Pada item pertanyaan 11, 19% responden menyatakan SS bahwa BNI syari'ah Semarang mengetahui produk yang diinginkan nasabah dengan adanya produk logam mulia, 41% menyatakan S, 36% menyatakan N, 4% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 12, 15% responden menyatakan SS bahwa dengan berinvestasi pada logam mulia akan menaikkan status sosial, 31% menyatakan S, 42% menyatakan N, 9% menyatakan TS, sisanya 3% menyatakan STS.

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 investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang dengan ditunjukkan P value 0,576 yang lebih besar dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya faktor sosial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 74 responden yang tercatat di BNI syari'ah cabang Semarang adanya bukti untuk menerima H0 bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan faktor sosial terhadap minat investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang. Dan menolak H2 bahwa ada pengaruh yang signifikan faktor sosial terhadap minat investasi nasabah logam mulia di Bank syari'ah cabang Semarang.

Hasil penelitian uji pengaruh variabel faktor pribadi terhadap minat nasabah di BNI syariah cabang Semarang tercermin dalam jawaban responden mengenai item pertanyaan 13, 31% responden menyatakan SS bahwa uang muka pembiayaan produk logam mulia murah dan terjangkau, 28% menyatakan S, 38% menyatakan N, 3% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 14, 15% responden menyatakan SS bahwa keuntungan yang diperoleh berinvestasi menggunakan produk logam mulia sesuai dengan keinginan nasabah, 45% menyatakan S, 36% menyatakan N, 4% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 15, 23% responden menyatakan SS bahwa dapat berinvestasi menggunakan logam mulia meski dana yang dimiliki sangat kecil, 46% menyatakan S, 26% menyatakan N, 5% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 16, 38% responden menyatakan SS bahwa logam mulia merupakan produk investasi pada era saat ini, 42% menyatakan S, 19% menyatakan N, 1% menyatakan TS, tidak ada responden yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 17, 43% responden menyatakan SS bahwa logam mulia sudah cukup populer dikalangan masyarakat, 42% menyatakan S, 14% menyatakan N, 1% menyatakan TS, tidak ada respon yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 18, 36% responden menyatakan SS bahwa transaksi logam mulia terbebas dari bunga (*riba*), 30% menyatakan S, 27% menyatakan N, 5% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS.

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 investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang dengan ditunjukkan P value 0,006 yang lebih besar dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya faktor pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 74 responden yang tercatat di BNI syari'ah cabang Semarang adanya bukti untuk menerima H0 bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan faktor pribadi terhadap minat investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang. Dan menolak H3 bahwa ada pengaruh yang signifikan faktor pribadi terhadap minat investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang.

Hasil penelitian uji pengaruh variabel faktor psikologi terhadap minat investasi nasabah di BNI syari'ah cabang Semarang tercermin dalam jawaban responden mengenai item pertanyaan 19, 14% responden menyatakan SS bahwa dana yang di investasikan melalui produk logam mulia sudah sesuai syari'ah Islam, 49% menyatakan S, 35% menyatakan N, 1% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 20, 9% responden menyatakan SS bahwa produk logam mulia berbeda dan mempunyai nilai lebih dari produk investasi lainnya, 47% menyatakan S, 35% menyatakan N, 7% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 21, 7% responden menyatakan SS bahwa logam mulia merupakan produk unggulan di BNI syari'ah Semarang, 20%

menyatakan S, 53% menyatakan N, 19% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 22, 14% responden menyatakan SS bahwa produk logam mulia sesuai dengan keinginan nasabah, 50% menyatakan S, 35% menyatakan N, 1% menyatakan TS, tidak ada respon yang menyatakan STS. Pada item pertanyaan 23, 31% responden menyatakan SS bahwa ingin selalu menggunakan produk logam mulia, 20% menyatakan S, 41% menyatakan N, 7% menyatakan TS, sisanya 1% menyatakan STS. Pada item pertanyaan 24, 18% responden menyatakan SS bahwa logam mulia merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, likuid, dan aman secara riil, 51% menyatakan S, 27% menyatakan N, 4% menyatakan TS, tidak ada respon yang menyatakan STS.

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 investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang dengan ditunjukkan P value 0,559 yang lebih besar dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya faktor psikologi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 74 responden yang tercatat di BNI syari'ah cabang Semarang adanya bukti untuk menerima H<sub>0</sub> bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan faktor psikologi terhadap minat investasi nasabah logam mulia di BNI syari'ah cabang

Semarang. Dan menolak H4 bahwa ada pengaruh yang signifikan faktor psikologi terhadap minat investasi nasabah logam mulia di BNI syariah cabang Semarang.