

**ANALISIS MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK
SYARIAH (STUDI KASUS DI KAMPUNG PAYA
BEDI ACEH TAMIANG)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah
Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**



Oleh:

AGUNG PRADHANA PUTRA
NIM. 4012013038

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
LANGSA
2018 M / 1439 H**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**ANALISIS MINAT MASYARAKAT MENABUNG
DI BANK SYARIAH
(STUDI KASUS DI KAMPUNG PAYA BEDI ACEH TAMIANG)**

Oleh :

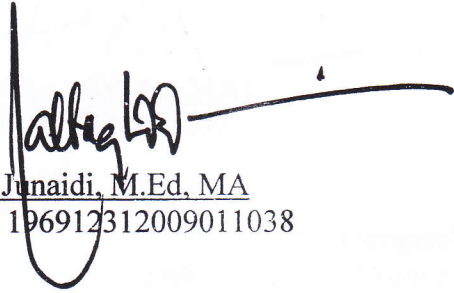
Agung Pradhana Putra
Nim. 4012013038

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

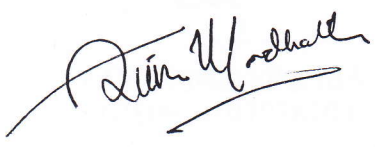
Langsa, 29 Maret 2018

Pembimbing I

Pembimbing II

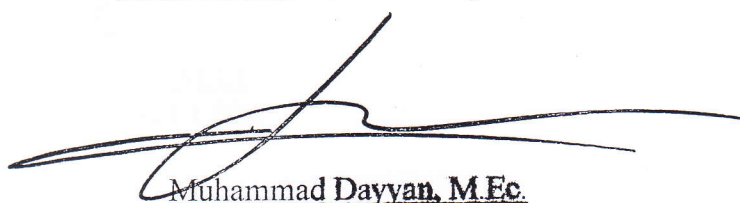


Drs. Junaidi, M.Ed, MA
NIP. 196912312009011038



Ainun Mardhiah, M.Si
NIDN. 2006058403

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



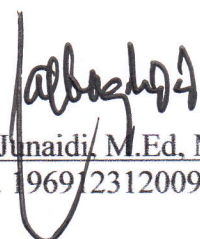
Muhammad Dayyan, M.Ec.
NIDN. 2008087704

LEMBAR PENGESAHAN

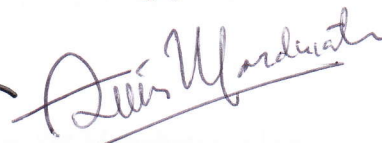
Skripsi berjudul “**Analisis Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di kampung Paya Bedi Aceh Tamiang)**” an. Agung Pradhana Putra, NIM 4012013014 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 19 April 2018. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 19 April 2018
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Islam IAIN Langsa

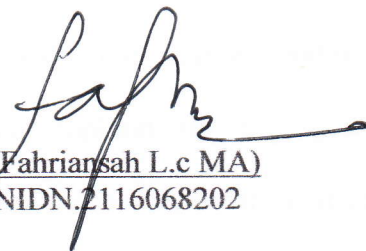
✓ Penguji I


(Drs. Junaidi, M.Ed, MA)
NIP. 196912312009011038

Penguji II


(Ainun Mardiah, M.Si)
NIDN.2006058403

Penguji III


(Fahriansah L.c MA)
NIDN.2116068202

Penguji IV


(Dr. Jamaluddin, MA)
NIDN. 0107038203

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa


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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Agung Pradhana Putra
Nim : 4012013038
Tempat/ tgl. Lahir : Bukit rata, 20 Juli 1995
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah (PBS)
Fakultas/Program : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Desa Paya Bedi, Kec. Rantau, Kab. Aceh
Tamiang
Judul : Analisis Minat Masyarakat Menabung di Bank
Syariah (Studi Kasus Kampung Paya Bedi Aceh
Tamiang).

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri, jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan plagiat atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Langsa, 29 Maret 2018
Yang Menyatakan



Agung Pradhana Putra
Nim. 4012013038

MOTTO

*“Tidak harus meniru sesuatu untuk menjadi keren.
Cukup jadi diri sendiri dan kenali siapa kau sebenarnya.*

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada Ibu dan Ayah, terimakasih atas segala curahan doa, kasih sayang, dukungan dan nasihat-nasihat yang tidak pernah berhenti menemani perjalanan hidupku.

Skripsi ini kuhadiahkan untuk:

- 1. Almamaterku IAIN Langsa*
- 2. Pembimbing skripsi yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.*
- 3. Sahabat-sahabatku terimakasih atas doa dan dukungannya serta waktu untuk menemani selama kurun waktu yang lama di Almamater ini.*
- 4. Teman-temanku, khususnya jurusan perbankan syariah.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat kampung Paya Bedi di Bank Syariah Kota Kuala Lumpur dan untuk mengetahui pengaruhnya secara parsial dan simultan terhadap minat menabung masyarakat. Ada beberapa Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan menabung diantaranya yaitu pengaruh faktor pelayanan dan faktor produk. Penelitian ini bersifat kuantitatif, menggunakan 100 responden sebagai sampel penelitian. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode *Random sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang dipilih tanpa memperhatikan tentang tingkatan yang ada dalam populasi itu. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner sebanyak 15 item pertanyaan yang dinilai dengan skala *likert* 1-5 dan diuji kelayakannya menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Data yang terkumpul dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, heterokedastisitas, normalitas dan linearitas kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dengan metode uji determinasi, uji F dan uji t. Berdasarkan analisis regresi berganda pada taraf signifikansi 5% menunjukkan bahwa secara simultan faktor pelayanan dan faktor produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan minat menabung masyarakat. Hasil penelitian juga menunjukkan secara parsial bahwa (1) terdapat pengaruh yang positif signifikan faktor pelayanan terhadap minat menabung masyarakat Kampung Paya Bedi di Bank Syariah Kota Kuala Lumpur; (2) terdapat pengaruh yang tidak signifikan faktor produk terhadap minat menabung masyarakat Kampung Paya Bedi di Bank Syariah Kota Kuala Lumpur.

Kata kunci : pelayanan, produk dan minat menabung

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence interest in saving the village community PayaBedi in Bank Syariah Kota Kualasimpang and to know the influence partially and simultaneously to the interest of saving society. There are several factors that influence the society in doing saving include the influence of service factors and product factors. This research is quantitative, using 100 respondents as research sample. Sampling in this research is done by Random sampling method, that is the technique of determining the selected sample regardless of the level that exist in that population. Data collection techniques were conducted using questionnaires as many as 15 items of questions assessed by Likert scale 1-5 and tested its feasibility using the validity and reliability test. The collected data was done by classic assumption test including multicollinearity test, heteroskedasticity, normality and linearity then analyzed using multiple regression analysis with determination test method, F test and t test. Based on multiple regression analysis at significance level 5% showed that simultaneously service factor and product factor have positive significant effect to decision of interest of saving society. The result of the research also shows partially that (1) there is a significant positive effect of service factor on the interest of saving the society of KampungPayaBedi in Bank Syariah Kota Kualasimpang; (2) there is no significant effect of the product factors on the interest of saving the people of KampungPayaBedi in Bank Syariah Kota Kualasimpang.

Keywords: service, product and interest in saving

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puja puji bagi Ilahi Zat Yang Maha Sempurna muara segala kerinduan dari pencinta yang haus akan kekekalan kasih sayang-Nya, berkat rahmat dan kasih sayang-Nya maka peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul, **“Analisis Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (studi kasus di kampung paya bedi aceh tamiang)”** dengan baik. Salawat beriringkan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW. yang telah membawa umat manusia menuju kearah jalan kesempurnaan.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, serta selesai berkat bantuan dan bimbingan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan baik ini, perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan doa, moral dan materil sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini serta semangat dan perjuangannya yang telah menginspirasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Zulkarnaini, MA., selaku Rektor IAIN Langsa.
3. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M.Cl., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Drs. Junaidi M.Ed. MA, selaku wakil dekan bidang administrasi dan keuangan dan sebagai pembimbing I peneliti.
5. Bapak Muhammad Dayyan, M. Ec., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa..
6. Ibu Ainun Mardhiah, M.Si., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan sebagai pembimbing II peneliti.

7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
8. Segenap Staff TU Prodi Perbankan Syariah dan yang memberi kemudahan administratif bagi peneliti selama masa perkuliahan.
9. Teman- teman di fakultas ekonomi dan bisnis islam. Terima kasih, peneliti ucapkan untuk kalian yang telah setia berjuang bersama-sama mencari ilmu di Fakultas tercinta kita.
10. Seluruh pihak yang ikut membantu dan memberikan dukungan serta masukan demi selesainya skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semua bantuan tersebut peneliti kembalikan kepada Allah SWT. untuk dapat diberikan imbalan berupa pahala yang setimpal dengan besarnya bantuan yang telah diberikan kepada peneliti. Apabila nantinya terdapat kekurangan dan kesilapan dalam penulisan skripsi ini akibat dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti, peneliti terlebih dahulu memohon maaf dan mengharapkan masukan yang bersifat membangun guna memperbaiki tulisan dan karya ilmiah selanjutnya.

Akhir kata, kepada Allah SWT, kita berserah diri. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Wassala.

Langsa, 29 Maret 2018

Peneliti

Agung Pradhana Putra
Nim. 4012013038

TRANSLITERASI

1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik dibaah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَيَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
ـَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

Kataba	=	كَتَبَ
Fa'ala	=	فَعَلَ
Zakira	=	ذَكَرَ
Yazhabu	=	يَذْهَبُ
Suila	=	سُئِلَ
Kaifa	=	كَيْفَ
Haula	=	هَوْلَ

3. Maddah

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

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

Contoh:

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

4. Ta Marbutah

Transliterasi ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

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

b. Ta marbutah mati

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

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

Contoh:

Rauḍah al-Aṭfal	=	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
Rauḍhatul aṭfal		
al-Madīnah al-Munawwarah	=	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-Madīnatul-Munawwarah		
Talḥah	=	طَلْحَة

5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

Rabbana	=	رَبَّنَا
Nazzala	=	نَزَّلَ
al-Birr	=	الْبِرُّ
al-Hajj	=	الْحَجُّ
Nu'imma	=	نُعِمَّ

6. Kata Sandang

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

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

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

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

ar-Rajulu	=	الرَّجُلُ
as-Sayyidatu	=	السَّيِّدَةُ
asy-Syamsu	=	الشَّمْسُ
al-Qalamu	=	الْقَلَمُ
al-Badī'u	=	الْبَدِيعُ
al-Jalālu	=	الْجَلَالُ

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostroph. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata.

Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Ta'khuzūna	=	تَأْخُذُونَ
an-Nau'	=	النَّوْءُ
Syai'un	=	شَيْءٌ
Inna	=	إِنَّ
Umirtu	=	أُمِرْتُ
Akala	=	أَكَلَ

8. Penulisan Kata

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

Contoh:

Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn	وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn	
Fa aufu al-kaila wa al-mīzān	فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ
Fa auful- kaila wa-mīzān	
Ibrāhīm al-Khalīl	إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلُ
Ibrāhīm al-Khalīl	
Bismillāhi majrehā wa mursāhā	بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمَرْسَاهَا
Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā	وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا
Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā	

9. Huruf Kapital

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

Contoh:

Wa mā Muhammadun illa rasūl	وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ
Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī biBakkata muḥbārakan	إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا
Syahru Ramadān al-lazī unzila fīh al-Qur'an	شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ
Syahru Ramadan al-lazī unzila fīhil-Qur'an	

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Wa laqad raāhu bi al-ufuq al-mubīn
Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabb al-‘ālamīn
Alhamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn

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

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb

بِاللَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī‘an
Lillāhil-amru jamī‘an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhu bikulli syaiin ‘alīm

10. Tajwid

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

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Batasan Masalah	8
1.5. Penjelasan Istilah	8
1.6. Tujuan Penelitian	9
1.7. Manfaat Penelitian	9
1.8. Sistematika Pembahasan	10
 BAB II KAJIAN TEORITIS	
2.1. Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1. Pelayanan.....	12
2.1.2. Pengertian Produk Tabungan	15
2.1.3. Prinsip Produk Penghimpunan Dana.....	16
2.1.3.1. Prinsip Wadi'ah.....	16
2.1.3.2. Prinsip Mudarabah	17
2.1.4. Minat Menabung.....	19
2.1.5. Minat Calon Nasabah	22
2.1.6. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung	23
2.1.7. Bank Syariah.....	25
2.1.8. Prinsip Bank Syariah	26
2.1.9. Fungsi dan Peran Bank Syariah.....	27
2.1.10. Tujuan Bank Syariah	28
2.2. Penelitian Sebelumnya	29
2.2.1. Dita Pertiwi.....	29
2.2.2. Ayu Nurtika Dewi	29
2.2.3. Vivieta Ary Yatie.....	29
2.3. Kerangka Teoritis.....	32

2.4. Hipotesis	33
2.5. Hipotesis Statistik	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Model Penelitian	34
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian	34
3.3. Populasi dan Sampel	35
3.3.1. Populasi	35
3.3.2. Sampel	35
3.4. Teknik Pengukuran Data.....	37
3.4.1. Data Primer.....	37
3.4.2. Data Sekunder.....	37
3.5. Sumber Data.....	38
3.5.1. kuesioner (Angket)	38
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.6.1. Variabel Independen.....	38
3.6.2. Variabel Dependen	39
3.7. Instrumen Penelitian	39
3.8. Pengembangan Instrumen Penelitian	40
3.9. Pengujian Instrumen Penelitian	41
3.9.1. Uji Validitas.....	41
3.9.2. Uji Reliabilitas.....	42
3.10. Teknik Analisis Data dan Interpretasi Hasil Penelitian	42
3.10.1. Analisis Deskriptif.....	42
3.10.2. Uji Asumsi Klasik	43
3.10.3. Analisis Regresi Berganda.....	45
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	48
4.2. Pengujian Instrumen Penelitian	51
4.2.1. Uji Validitas.....	52
4.2.2. Uji Reabilitas	53
4.3. Uji Asumsi Klsik.....	54
4.3.1. Uji Multikolinearitas.....	54
4.3.2. Heteroskedastisitas	54
4.3.3. Uji Normalitas.	56
1. Metode <i>Kolmogorov-Smirnov</i> (K-S)	56
2. Metode <i>Normal Probability Plots</i>	57
3. Metode Histogram	58
4.3.4. Uji Linearitas	59
4.4. Hasil Analisis Data	60
4.4.1. Analisis Regresi Berganda.....	60

4.4.2. Analisis Koefisien Determinasi	61
4.4.3. Uji F	62
4.4.4. Uji t	63
4.5. Interpretasi Hasil Penelitian	65
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran-Saran	70
 DAFTAR PUSTAKA	 72
LAMPIRAN.....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Produk Yang Ditawarkan Bank Syariah Mandiri dan Bank Aceh Syariah Kota Kualasimpang	5
Tabel 2.1. Kajian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1. Pengembangan Instrumen Penelitian.....	41
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	49
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.4. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.	51
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.7. Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.9. Hasil Uji Linieritas.....	59
Tabel 4.10. Analisis Regresi Berganda	60
Tabel 4.11. Hasil Uji Determinasi (R^2).....	61
Tabel 4.12. Hasil Analisis Uji F.....	62
Tabel 4.13. Hasil Uji t.....	63
Tabel 4.14. Perbedaan Hasil Penelitian.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Teoritis.....	32
Gambar 4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Gambar 4.2. Uji Normal P-Plot.....	57
Gambar 4.3. Histogram	58

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	74
Lampiran 2 Data Tabulasi Kuesioner	77
Lampiran 3 Uji Instrumen Penelitian.....	79
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik	82
Lampiran 5 Uji Analisis Regresi Berganda	85
Lampiran 6 Daftar Tabel R, F, T	86

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perbankan adalah satu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu fungsi pengumpulan dana (*funding*), fungsi penyaluran dana (*lending*), dan pelayanan jasa (*service*). Seperti diketahui masyarakat di Indonesia yang sebagian besar muslim dihadapkan pada satu pilihan yaitu menyimpan uang di bank konvensional. Sedangkan sudah diketahui bersama bahwa bank konvensional menganut sistem bunga yang menurut sebagian ulama, sistem bunga adalah termasuk yang diharamkan karena bunga dikategorikan sebagai riba. Maka dari itu perlu didirikan bank syariah. Alasan bank syariah di Indonesia didirikan karena keinginan masyarakat (terutama masyarakat yang beragama Islam) yang berpandangan bunga merupakan hal yang haram, hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI yang intinya mengharamkan bunga bank terdapat unsur-unsur riba jika ada unsur tambahan, dan tambahan itu diisyaratkan dalam akad dan dapat menimbulkan adanya unsur pemerasan.¹

Perbankan di Indonesia utamanya telah mengalami banyak perkembangan dan kemajuan yang diiringi dengan kemajuan teknologi dan kebijakan. Persaingan di dunia perbankan tersebut dipicu atas beberapa faktor salah satunya pertumbuhan dari bank yang mampu berkembang dalam mengelola dana

¹Muhammad. 2000. *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN 2000). h.

masyarakat. Berdasarkan data *Islamic Banking Statistic* pertumbuhan jumlah bank umum syariah, pada tahun 2015 jumlah bank umum syariah 1.990 kantor, di tahun 2016 sejumlah 1.869 kantor dan di tahun 2017 sejumlah 1.825 kantor yang dimiliki di Indonesia.²

Masyarakat mulai tertarik dengan bank syariah ini dikarenakan perhitungannya dengan cara bagi hasil dan landasan hukumnya yang berdasarkan kepada Al-Qur'an dan Sunnah sebagaimana hukum Islam. Untuk sebagian masyarakat Islam yang tidak begitu mengerti soal untung rugi dan hal-hal yang berhubungan tentang dunia perbisnisan bank ini, pemilihan bank syariah dirasa lebih aman dunia akhirat, karena penggunaan bank umum ditakutkan memiliki hukum riba yang kurang diridhoi agama Islam. Dengan adanya perkembangan perbankan syariah diharapkan minat nasabah yang awalnya yang menabung di bank umum akan pindah pada bank syariah.

Bank Syariah yang terdapat di Kota Kuala Simpang ada 2 bank, yaitu Bank Syariah Mandiri dan Bank Aceh Syariah. Bank syariah di Kota Kualasimpang merupakan salah satu yang dijadikan solusi tempat penyimpanan dana dan pinjaman mengingat peran bank konvensional yang memiliki bunga bank yang besar.

Dengan adanya perkembangan jaman masyarakat sudah mulai mengenal dan menggunakan jasa perbankan untuk kegiatan pengelolaan uang. Masyarakat Desa Paya Bedi sudah menggunakan jasa perbankan untuk kegiatan dalam mengelola keuangan, namun masih banyak juga yang belum menggunakan jasa

² www.bi.go.id/id/perbankan/syariah, diakses pada hari Selasa tanggal 03 Oktober pukul 14:00 WIB

perbankan. Jasa perbankan yang digunakan masyarakat tersebut masih menggunakan bank konvensional. Dengan adanya bank syariah yang terdapat di Kota Kuala Simpang semakin banyak masyarakat Desa Paya Bedi yang menabung dan berpindah menggunakan jasa perbankan dari bank konvensional ke bank syariah, hal ini dikarenakan lebih menguntungkan menggunakan jasa perbankan syariah.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan, melalui wawancara narasumber dapat dijelaskan bahwa masyarakat paya bedi yang awalnya menabung di bank konvensional berpindah ke bank syariah setelah adanya bank syariah di kota kuala simpang, dari lima narasumber yang peneliti wawancarai, empat diantaranya murni pindah ke bank syariah dan satu masih menggunakan bank konvensional dan bank syariah. Dari beberapa faktor yang peneliti wawancarai yang menjadi ketertarikan nasabah terhadap faktor yang menjadi minat menabung di bank syariah bahwa, 2 orang menyatakan faktor pelayanan menjadi alasan untuk menabung di bank syariah dan 3 orang lain menyatakan faktor produk menjadi alasan untuk menabung. Maka demikian peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam pengaruh faktor pelayanan dan produk terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Pelayanan bagi nasabah sangat penting, mengingat jasa bank merupakan jasa profesional. Moenir berpendapat bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia secara umum dikelompokkan dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan

oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara. Dalam rangka mempertahankan hidupnya, manusia sangat memerlukan pelayanan, baik dari diri sendiri maupun melalui karya orang lain.

Pelayanan dalam penelitian ini adalah bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang diproduksi maupun terhadap jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat konsumen. Dengan demikian pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang diberikan oleh pihak bank syariah. Namun disisi lain produk juga menjadi alasan nasabah untuk menabung pada bank syari”ah yang dituju.

Seorang nasabah akan merespon bank syariah atau berminat ke bank syariah ketika ada produk atau akad yang dirasakan menguntungkan dirinya. Diantara salah satunya prinsip dalam akad bank syariah yang dirasa familiar di masyarakat yakni prinsip bagi hasil. Prinsip ini merupakan prinsip kerja sama usaha yang dikemas dalam bentuk investasi serta menawarkan tingkat return yang dapat ditentukan sesuai perjanjian. Dalam prinsip mudharabah bank syariah memposisikan diri sebagai mitra kerja antara si penabung dan pengusaha untuk mendapatkan keuntungan. Dari beberapa konsepsi mengenai minat nasabah dalam menabung di bank syariah diharapkan pihak manajemen perbankan dapat memahami perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk minat menabung atau mengambil pendanaan di bank syariah.

Produk yang ditawarkan oleh pihak Bank Syariah mempunyai beberapa macam produk antara Bank Syariah Mandiri dan Bank Syariah Aceh. Adapun

produk yang ditawarkan oleh bank Syariah Mandiri dan bank Aceh antara lain dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1. Produk Yang Ditawarkan Bank Syariah Mandiri dan Bank Aceh syariah, Kota Kualasimpang 2017.

No	Produk Bank Syariah Mandiri	Produk Bank Aceh Syariah
1	Tabungan BSM	Tabungan Aneka Guna
2	Tabungan BSM Simpatik	(TAG iB)
3	TabunganKu BSM	Tabungan Haji Akbar iB
4	Tabungan Perencana BSM	Tabungan Seulanga iB
5	Tabungan Investa Cendekia BSM	Tabungan Firdaus iB
6	Tabungan Kurban BSM	Tabungan Sahara iB
7	Tabungan Pensiun BSM	TabunganKu iB
8	Tabungan Dolar BSM	Simpanan Pembangunan Daerah (SIMPEDA iB)

Dari tabel di atas bermaksud bukan untuk membandingkan produk dari kedua bank. Setiap Bank mempunyai produk masing-masing yang akan ditawarkan kepada nasabah, sehingga produk menjadi salah satu faktor nasabah untuk menabung di bank yang diinginkan.

Dalam penelitian Susanto (2012) pengaruh produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera (BUS). Pada hasil penelitian yang dilakukan penulis, secara parsial produk tabungan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Produk

tabungan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera (BUS) Kec Lasem secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera (BUS) Kec Lasem .

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera (BUS) Kec Lasem. Secara bersama produk tabungan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Jadi variabel produk tabungan dan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera (BUS) Kec Lasem. Dengan adanya produk tabungan dan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera (BUS) Kec Lasem .³

Dalam memahami konsumen dan mengenal nasabah tidak pernah sederhana yang di bayangkan, karena semua konsumen atau nasabah memiliki keinginan atau kriterianya masing-masing untuk memilih bank syariah yang akan dipilih. Perlunya pertimbangan yang lebih untuk Mengoptimalkan minat nasabah menabung pada suatu bank syariah. Dalam hal ini salah satu faktor yang mendukung pada ketertarikan nasabah untuk menabung pada bank syariah antara lain produk yang ditawarkan, serta bagaimana pelayanan yang didapatkan oleh nasabah.

³ Susanto, Muhammad Dwi Ari,dkk. *Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera kec. Lasem*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Bisnis. Universitas Diponegoro

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul **“Analisis Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Desa Paya Bedi Kabupaten Aceh Tamiang) ”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Desa Paya Bedi di bank syariah di Kota Kualasimpang.
2. Apakah lokasi tempat bank berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Desa Paya Bedi di bank syariah di Kota Kualasimpang.
3. Apakah tingkat religius dan ekonomi masyarakat berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Desa Paya Bedi di bank syariah di Kota Kualasimpang.
4. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Desa Paya Bedi di bank syariah di Kota Kualasimpang.
5. Apakah teknologi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Desa Paya Bedi di bank syariah di Kota Kualasimpang.
6. Apakah pemahaman produk berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Desa Paya Bedi di bank syariah di Kota Kualasimpang.
7. Apakah pelayanan dan produk bank berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Desa Paya Bedi di bank syariah di Kota Kualasimpang.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah faktor pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah ?
2. Apakah faktor produk bank berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah ?

1.4. Batasan Masalah

Penelitian ini hanya akan terfokus untuk membahas masalah faktor pelayanan dan produk yang mempengaruhi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah, agar dapat dipahami secara lebih baik dan benar. Objek pada penelitian ini dibatasi hanya pada masyarakat yang berada di Desa Paya Bedi Kabupaten Aceh Tamiang.

Dalam penelitian ini untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat di bank Syariah dilakukan dengan menggunakan analisis regresi Linier berganda, dimana faktor pelayanan sebagai X_1 dan produk sebagai X_2 .

1.5. penjelasan istilah

Pelayanan adalah sikap kegiatan ekonomi yang tidak dapat diraba yang menyumbang secara langsung atau tidak langsung terhadap pemuasan keinginan-keinginan manusia. Dalam penelitian ini pelayanan yang dimaksud adalah pelayanan yang berkaitan dengan proses pengurusan menabung dan pelayanan administrasi lainnya yang diberikan kepada nasabah.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke masyarakat untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sedangkan produk tabungan yaitu produk yang dikeluarkan bank kepada nasabah untuk dijadikan pertimbangan dan pilihan yang dapat dimanfaatkan nasabah sesuai kebutuhan yang ada. Dalam penelitian ini produk yang dimaksud adalah produk tabungan yang ada di bank syariah.

Minat adalah hasil suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Dalam penelitian ini minat yang dimaksud adalah minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

1.6. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Untuk menjelaskan apakah variabel pelayanan dan produk bank berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah.

1.7. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan pengetahuan, rujukan, serta acuan bagi semua pihak yang membutuhkan khususnya dalam penerapan teori pemasaran di lapangan.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam bidang perbankan syariah, khususnya tentang pengaruh pelayanan dan produk terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah, khususnya untuk bank syariah yang ada di kota kualasimpang.

3. Bagi Bank Syariah Kota Kualasimpang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah yang menabung melalui kegiatan pelayanan dan produk bank yang akhirnya dapat memaksimalkan penghimpunan dana bank.

1.8. Sistematika Penulisan

Untuk memperjelas sisi dari penelitian ini, maka penjelasan-penjelasan yang ada dikelompokkan menjadi beberapa bab, dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I

PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang berupa definisi dan penjelasan yang diambil dari kutipan buku-buku referensi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan serta beberapa *literature review* yang memiliki hubungan erat

dengan penelitian ini. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: teori pelayanan, teori produk, dan teori minat.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik yang digunakan untuk menganalisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan secara lebih luas hasil dan temuan dari penelitian yang dilakukan, yang berbentuk data kuantitatif.

BAB V PENUTUP

Bab ini memperlihatkan kesimpulan dari hasil dan pembahasan, serta berisi rekomendasi dan saran-saran.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Pelayanan

Secara kodrati, manusia dalam rangka mempertahankan hidupnya memerlukan pelayanan baik dari diri sendiri maupun orang lain. “Pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka. Pelayanan adalah bentuk pemberian layanan yang diberikan oleh produsen baik terhadap pengguna barang diproduksi maupun jasa yang ditawarkan. Salah satu hal yang paling penting dalam suatu usaha adalah memberikan pelayanan yang maksimal, sehingga konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sangat baik.”⁵

Dalam menjalankan aktivitas perusahaan, pelayanan merupakan salah satu faktor yang amat penting dalam menjalankan perusahaannya. Baik buruknya pelayanan sangat mempengaruhi ketertarikan konsumen untuk membeli produk barang ataupun jasa. Pelayanan yang diberikan perusahaan mampu menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Ewis dan Booms yang dikutip oleh Fandy Tjiptono” Pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi (harapan) pelanggan . Berdasarkan definisi ini, pelayanan

⁵ Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*,(Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2001).h.123

ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi pelayanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap pelayanan (*perceived service*), (Parasuraman) yang dikutip oleh (Fandy Tjiptono).⁶

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, seperti dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah: 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ۚ ٢٦٧

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, dermakanlah sebagian dari hasil pekerjaanmu yang halal dan bagus dan sebagian dari apa yang kami keluarkan untuk kamu, dan janganlah kamu sengaja menafkahkan yang buruk darinya, sementara kamu tidak mau menerimanya pada saat diberi kecuali dengan meremehkan dan memejamkan mata, dan ketahuilah sesungguhnya Allah maha kaya dan maha terpuji.”⁷

Apabila seseorang tertarik dalam pelayanan, maka ayat tersebut dapat bermakna bahwa sebagai garis terdepan dalam lalu lintas keuangan hendaknya bank syariah melayani dan memperlakukan seseorang dengan baik sebagaimana kita memperlakukan diri sendiri.

Didalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, terdapat lima kriteria penentu seperti yang diungkapkan oleh Parasuran, Zeithaml dan

⁶ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayu Media, 2004), h.34

⁷ Mahmud. *Tarjamah Al Qur'an Al karim*, (Bandung: PT. Al-Ma'arif. 1990), h 42.

Beri, dalam risetnya menemukan dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi pokok pelayanan yang dikutip oleh Fandy Tjiptono , yaitu :

1. *Tangibles* (Bukti fisik) Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan / perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan.
2. *Reliability* (Keandalan) Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang disajikan secara akurat.
3. *Assurance* (Jaminan) Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan.
4. *Empathy* (Empati) Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. *Responsiveness* (Daya Tanggap) Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

Ada berapa faktor penyebab buruknya pelayanan dalam suatu perusahaan. Sehingga perusahaan harus mampu memahami dan mengantisifasi beberapa faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya pelayanan, diantaranya :⁸

⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayu Media, 2004), h.45

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan.

Salah satu karakteristik unik layanan adalah *inseparability*, artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dalam pelanggan layanan bisa terjadi.

2. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai

Karyawan *Front office* merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan, bukan saja mereka itu adalah ” wajah ” organisasi, tetapi merekalah cerminan jasa yang dipersepsikan pelanggan. Agar para karyawan *front office* mampu melayani para pelanggan secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen. Dukungan tersebut bisa berupa peralatan, dan pelatihan keterampilan.

3. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama

Dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam. Ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain.

2.1.2. Pengertian Produk Tabungan

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 angka 21 yang mengatur perbankan syariah memberikan rumusan pengertian tabungan, yaitu: “Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan

ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu’’

Sedangkan Dewan Syariah Nasional mengatur tabungan syariah dalam Fatwa Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000, yaitu:“Produk tabungan yang dibenarkan atau diperbolehkan secara syariah adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadiah*, sehingga kita mengenal tabungan mudharabah dan tabungan wadiah’’.

Tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah, dewan syariah nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang berdasarkan prinsip *Wadiah* dan *mudharabah*.⁹

2.1.3. Prinsip Produk Penghimpunan Dana

2.1.3.1. Prinsip Wadi’ah

Prinsip ini mempunyai implikasi hukum di mana nasabah bertindak sebagai pihak yang menitipkan uang dan bank bertindak sebagai pihak pengelola. Prinsip wadi’ah yang diterapkan adalah wadi’ah yad dhamanah seperti pada produk rekening giro. Berbeda dengan wadi’ah amanah yang mempunyai prinsip harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi, pada wadi’ah dhamanah pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga boleh memanfaatkan harta titipan.

⁹ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*. (Jakarta: LPFE Usakti, cet 2, 2011), h. 24

2.1.3.2. Prinsip Mudharabah

Penyimpan atau deposan dalam mengaplikasikan prinsip mudharabah bertindak sebagai shahibul maal (pemilik modal) dan bank sebagai mudharib (pengelola). Dana tersebut digunakan untuk melakukan murabahah, ijarah, atau untuk melakukan mudharabah kedua oleh bank dimana dalam hal ini bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi. Prinsip ini dalam aplikasinya seperti tabungan berjangka dan deposito berjangka.

Secara teknis *mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara pemilik dana dan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha, laba dibagi atas dasar nisbah bagi hasil menurut kesepakatan kedua belah pihak, sedangkan bila terjadi kerugian akan ditanggung oleh si pemilik dana kecuali disebabkan karena kesengajaan, kelalain atau pelanggaran oleh pengelola dana.¹⁰

Diriwayatkan dari Ibnu Abbas Rasulullah SAW. bersabda yang artinya:

“Diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Sayyidina Abbas bin Abdul Muthalib jika memberikan dana ke mitra usahanya secara *mudharabah* ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli ternak. Jika menyalahi peraturan tersebut, yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. Diberikan syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah SAW. Dan Rasulullah pun membolehkannya”. (HR. Thabrani)¹¹

Dalam hadist lain yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Rasulullah SAW. bersabda yang artinya: “Ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli secara tangguh, *muqaradhah* (*mudharabah*), dan mencampur gandum dengan

¹⁰Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, (Jakarta : Gramedia Widiasarana, 2005), h. 35

¹¹Syafi'i Antonio, Muhammad. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*. (Jakarta: Gema Insani Press. 2001) h. 96

tepung untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual”. (HR. Ibnu Majah).¹²

Dalam transaksi dengan prinsip *mudharabah* harus dipenuhi rukun *mudharabah*, yaitu sebagai berikut:¹³

1. *Shahibul mall* (pemilik dana atau nasabah)
2. *Mudharib* (pengelola dana/ pengusaha/ bank)
3. Amal (usaha/barang yang akan diperjualbelikan)
4. *Tsaman* (harga)
5. *Ijab Qabul* (pernyataan serah terima)

Setiap transaksi yang dilakukan dengan akad *mudharabah* harus memenuhi syarat-syarat berikut:¹⁴

2.1.3.2.1. Modal

Modal harus dinyatakan dengan jelas jumlahnya, seandainya modal berbentuk barang maka barang tersebut harus dihargai dengan harga semasa dalam uang yang beredar atau sejenisnya.

1. Modal harus dalam bentuk tunai, bukan piutang.
2. Modal harus diserahkan kepada *mudharib*, untuk memungkinkan melakukan proses usaha.

2.1.3.2.1. Keuntungan

1. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam prosentase dari keuntungan yang mungkin dihasilkan nanti.
2. Kesepakatan rasio prosentase harus dicapai melalui negosiasi dan dituangkan dalam kontrak.

¹²Syafi'i Antonio, Muhammad. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*. (Jakarta: Gema Insani Press.2001)h.96

¹³Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*. (Jakarta: LPFE Usakti,cet 2,2011), h.169.

¹⁴Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 101.

3. Pembagian keuntungan baru dapat dilakukan setelah *mudharib* mengembalikan seluruh atau sebagian modal kepada *shahibul maal*.

Jadi *mudharabah* adalah suatu prinsip yang ada dalam bank syariah yang dijadikan sebagai akad atau perjanjian antara bank dengan nasabah, pembagian keuntungan sesuai dengan kesepakatan yang tercantum dalam akad.

Prinsip *mudharabah* dibagi menjadi tiga jenis, yaitu: *mudharabah muqayyadah on balance sheet* dan *off balance sheet* serta *mudharabah mutlaqah*. Bank syariah pada *mudharabah muqayyadah off balance sheet* juga berperan memberikan modal untuk dikelola *mudharib* dan bank syariah akan mendapatkan kembali modalnya dan bagi hasil dari proyek yang dikerjakan.

2.1.4. Minat Menabung

Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, tetapi juga dapat dikatakan sebagai sikap subjek atas dasar adanya kebutuhan dan keingintahuan untuk memenuhi kebutuhan.

Pengertian minat adalah kecenderungan yang menetap dan subyek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal atau hal itu. Perasaan senang akan menimbulkan

pula minat yang diperkuat lagi oleh sikap positif yang sama diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu, sukar ditentukan secara pasti.¹⁵

Sedangkan menurut Djali bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat sangat besar pengaruhnya dalam mencapai prestasi dalam suatu pekerjaan jabatan atau karir. Tidak akan mungkin orang yang tidak berminat terhadap suatu pekerjaan dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut dengan baik. Minat dapat diartikan sebagai rasa senang atau tidak senang dalam menghadapi suatu objek.

Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan kecenderungan pada seseorang yang ditandai dengan rasa senang atau ketertarikan pada objek tertentu disertai dengan adanya pemusatan perhatian kepada objek tersebut dan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas objek tertentu, sehingga mengakibatkan seseorang memiliki keinginan untuk terlibat secara langsung dalam suatu objek atau aktivitas tertentu, karena dirasakan bermakna bagi dirinya dan ada harapan yang dituju.

Beberapa pendekatan yang digunakan untuk mempelajari proses pengambilan keputusan oleh konsumen (nasabah) yaitu:

¹⁵ Djaali dan Muljono, P. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. (Jakarta: Grasindo, 2007).h.56

2.1.4.1 Pendekatan *Interdisipliner*

Proses pendekatan pada pengambilan keputusan dan analisa perilaku pembeli yang sesungguhnya adalah suatu pendekatan *interdisipliner*. Paling tidak ada lima disiplin ilmu yang harus dipelajari, yaitu:

1. Psikologi umum, yaitu untuk mengetahui perilaku pembeli dan proses mentalnya sebagai individu.
2. Psikologi sosial, yaitu untuk mempelajari bagaimana individu mempengaruhi dan dipengaruhi kelompok–kelompok yang hidup di tengah masyarakat, dimana anggota-anggotanya saling berhubungan satu sama lain.
3. Sosiologi, yaitu menjelaskan tentang interaksi dan perilaku manusia dalam kelompok maupun interaksi antar kelompok.
4. Ekonomi, yaitu untuk mengetahui tingkat produksi masyarakat, perubahan pendapatan, dan pola konsumsi barang-barang serta jasa-jasa.
5. Antropologi atau kebudayaan, yaitu yang menunjukkan hubungan seseorang dengan kebudayaannya.

Kesemuanya ini menganalisa mengapa manusia berperilaku tertentu dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa. Selain itu, kadang-kadang dibutuhkan juga informasi dari bidang-bidang geografi ekonomi, bahasa dan ilmu politik.

2.1.4.2. Pendekatan Proses pada Pengambilan Keputusan untuk Membeli (*Decision-Process Approach*)

Perilaku pembeli akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginannya dan kebutuhannya. Proses pengambilan keputusan untuk membeli sama untuk setiap orang, hanya seluruh proses tersebut tidak selalu dilaksanakan oleh konsumen.

Pendekatan proses dalam analisa perilaku pembeli dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan yang beroperasi baik di dalam masyarakat sosialis, untuk menginterpretasikan permintaan konsumen, maupun dimasyarakat kapitalis. Pendekatan proses pada pengambilan keputusan yang memberikan gambaran secara khusus tentang alasan mengapa konsumen berperilaku tertentu, untuk memilih produk atau jasa yang akan perusahaan tawarkan.¹⁶

2.1.5. Minat Calon Nasabah

Minat calon nasabah merupakan daya tarik yang ditimbulkan oleh objek tertentu yang membuat seseorang calon nasabah merasa senang dalam objek tersebut sehingga timbul suatu keinginan. Banyak peranan atau faktor yang mempengaruhi pada tiap tahap pengambilan keputusan calon nasabah untuk membeli suatu produk atau jasa, baik faktor eksternal yaitu masyarakat di sekitarnya, maupun internal yaitu keluarganya sendiri.

¹⁶ Winkel, W.S. *Bimbingan dan Konseling di Institusi Pendidikan*. (Jakarta:PT. Grasindo.2010),h. 76

2.1.6.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada dua elemen penting dari arti perilaku pembeli pertama, proses pengambilan keputusan dan kedua, kegiatan fisik yang semua melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis.¹⁷ Menurut Kotler dan Amstrong “perilaku pembeli adalah perilaku pembelian akhir, baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi personal.”¹⁸

Perilaku pembeli disamakan dengan istilah *buyer behavior*, yaitu tingkah laku konsumen dalam membeli suatu produk yang dipengaruhi berbagai unsur, baik dari dalam maupun dari luar. Unsur-unsur tersebut membentuk suatu kekuatan yang merangsang konsumen sehingga konsumen memutuskan untuk membeli produk tertentu. Perilaku pembeli terdiri dari aktivitas yang melibatkan orang-orang sewaktu mereka menyeleksi, membeli dan menggunakan produk-produk dan jasa-jasa sedemikian rupa hingga hal tersebut memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan mereka.¹⁹

¹⁷ Basu Swasta dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta : BPFE, cet.5, 2011), h. 10.

¹⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, Terj. Damos Sihombing, Ed.8 (Jakarta: Erlangga, 2001), h.195.

¹⁹ Winardi, *Marketing dan Perilaku pembeli* (Bandung: Mandar Maju, 1991), h. 141.

Adapun faktor-faktor yang merangsang seseorang melakukan pembelian yaitu:

1. Faktor Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Masing-masing budaya terdiri dari sejumlah sub- budaya. Sub budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Ketika sub kultur menjadi besar dan cukup makmur, perusahaan sering merancang program pemasaran secara khusus untuk melayani mereka.²⁰

2. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran, dan status sosial. Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang disebut dengan kelompok keanggotaan. Beberapa kelompok keanggotaan merupakan kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja, yang berinteraksi dengan seseorang secara terus menerus dan informal. Disamping itu seseorang juga menjadi anggota kelompok sekunder seperti kelompok keagamaan, profesi, dan asosiasi perdagangan yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin.²¹

²⁰ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Benjamin Molan, (Jakarta: PT Indeks., ed 12, 2009), h.210

²¹ *Ibid.*, hlm. 217

3. Faktor Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting. Masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.²²

4. Faktor Pribadi

Keputusan beli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi kepribadian dan konsep diri, serta nilai dan gaya hidup pembeli.²³

2.1.7. Bank Syariah

Menurut ketentuan Undang-undang No.21 tahun 2008 pasal 1 ayat 2 Pengertian bank Syariah ialah sebagai berikut : “Bank adalah usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/ atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.”

Bank Syariah adalah bank yang dapat melaksanakan aktivitasnya dalam pemberian jasa dan lainnya berdasarkan prinsip syariah Islam, seperti menghindari penggunaan instrument bunga (riba) dan beroperasi dengan prinsip bagi hasil, sedangkan menurut Undang-Undang no.21 tahun 2008 pasal 1 ayat 7 disebutkan bahwa bank Syariah adalah sebagai berikut: “Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah

²² *Ibid.*, hlm. 219

²³ *Ibid.*, hlm. 222

dan menurut jenisnya terdiri atas bank Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.”²⁴

Pengertian bank Syariah Menurut Sudarsono, yaitu : “Lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit atau pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip – prinsip Syariah.”²⁵

2.1.8. Prinsip Bank Syariah

Operasional Bank Syariah Kegiatan operasional bank Syariah haruslah berlandaskan kepada prinsip syariah berdasarkan Al-Qur‘an dan hadist, sehingga bank ini tidak mengandalkan bunga melainkan bagi hasil. Dalam keuangan Syariah harus pula dipenuhi ketentuan menghindari gharar maysir (aktivitas seperti berjudi), objek dan keseluruhan proses investasi harus halal, serta menjamin terlaksananya konsep kemaslahatan mulai dari proses investasi yang dilakukan dalam menjalankan aktivitasnya, menurut yusdani bank syariah menganut prinsip-prinsip sebagai berikut :

1. Prinsip keadilan

Prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah.

²⁴ Hasan, Zubairi, *Undang Undang Perbankan Syariah*, (Jakarta : Rajawali Pers , 2009). h. 31-32

²⁵ Heri Sudarsono ,*Bank & Lembaga Keuangan Syariah*.(Yogyakarta: Ekonisia.Cet.2, 2012)h.124

2. Prinsip Kesederajatan

Bank Syariah Menempatkan posisi nasabah penyimpanan dana, pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank.

3. Prinsip Ketentraman

Produk bank Syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam antara lain tidak ada unsurriba serta penerapan zakat harta.²⁶

2.1.8. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Bank Syariah mempunyai fungsi yang berbeda dengan Bank Konvensional. Fungsi dan Peran bank Syariah diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*) Sudarsono sebagai berikut :²⁷

1. Manager investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah
2. Investor, sebagai investor bank syariah melakukan penyaluran dana melalui kegiatan investasi dengan prinsip bagi hasil, jual beli atau sewa.
3. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan, atau jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.

²⁶ YUSDANI. 2005. *Perbankan Syariah Berbasis Floating Market*. Dalam jurnal Millah. Vol. IV, No.2 Januari 2005, h 55

²⁷ Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. (Yogyakarta: Ekonisia. Cet 2, 2012), h. 126

4. Pelaksanaan kegiatan sosial sebagai ciri yang melekat pada keuangan syariah berfungsi sebagai pengelola dana sosial untuk menghimpun dan penyaluran zakat sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

2.1.9. Tujuan Bank Syariah

Menurut Sudarsono bank syariah mempunyai beberapa tujuan diantaranya sebagai berikut :

1. Mengarahkan Kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalat secara Islam, khususnya Muamalah yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis usaha lainnya yang mengandung unsur Gharar (tipuan).
2. Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
3. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif menuju terciptanya kemandirian
4. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang.
5. Untuk menjaga kestabilan ekonomi dan moneter. Dengan aktivitas bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi diakibatkan adanya inflasi.

6. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank Non-Syariah.

2.2. Penelitian Sebelumnya

2.2.1. Dita Pertiwi

Dalam penelitian Dita Pertiwi dengan judul skripsi analisis minat menabung masyarakat pada Bank Muamalat di kota Kisaran. Ada tiga faktor yang mempengaruhi yaitu faktor pelayanan baik pelayanan sarana maupun pelayanan bertransaksi, faktor keyakinan serta faktor lokasi (jarak). Dilihat dari ketiga faktor yang diteliti mengenai pengaruh terhadap pengambilan keputusan menabung pada bank muamalat di kota Kisaran faktor keyakinan dan sesuai syariah yang lebih dominan sebagai faktor pendorong masyarakat Kisaran menabung di bank Muamalat.

2.2.2. Ayu Nurtika Dewi

Dalam penelitian Ayu Nurtika Dewi dengan judul, Analisis Faktor – Faktor Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean). Dilihat dari ketiga faktor yang diteliti mengenai pengaruh terhadap keputusan menabung pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean faktor produk tabungan lebih dominan sebagai faktor pendorong masyarakat untuk menabung di PD BPR BKK Kendal Cabang Patean dengan frekuensi 66,7% dari total frekuensi yang ada.

2.2.3 Vivieta Ary Yatie

Dalam penelitian Vivieta Ary Yatie dengan judul, Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung (Studi Kasus Bank Syariah di

Surabaya). keputusan nasabah menabung di bank syariah dan memilih bank mana yang akan dijadikan tempat untuk menabung dikarenakan mendominasi berdasarkan atas karakteristik system yang diberikan oleh bank syariah terkait serta pelayanan dan ada beberapa calon nasabah juga yang mempertimbangkan kualitas produk pada bank syariah meskipun tidak mendominasi. Dan faktor yang paling besar mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Syariah adalah karakteristik system yang diterapkan oleh bank yang mempertimbangkan system bagi hasil, ke-halalan dan tidak adanya unsur riba.

Secara sederhana, ketiga kajian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian ini, baik penulis, judul, hasil yang dicapai, serta perbedaan mendasar yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya akan diperlihatkan dalam tabel berikut:

Tabel 2.1 Kajian Terdahulu

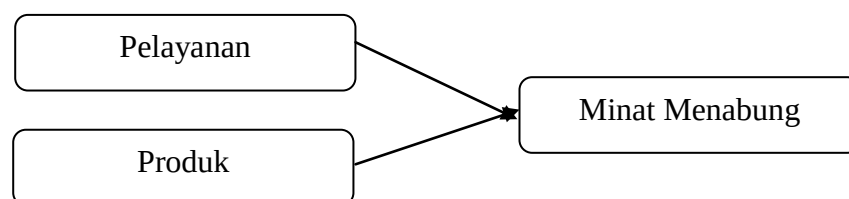
No.	Penulis	Judul	Hasil	Perbedaan
1.	Dita Pertiwi	skripsi analisis minat menabung masyarakat pada Bank Muamalat di kota Kisaran.	faktor keyakinan dan sesuai syariah yang lebih dominan sebagai faktor pendorong masyarakat Kisaran menabung di bank Muamalat.	keyakinan dan lokasi.
2.	Ayu Nurtika Dewi	Analisis Faktor – Faktor Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean)	faktor produk tabungan lebih dominan sebagai faktor pendorong masyarakat untuk menabung di PD BPR BKK Kendal Cabang Patean dengan frekuensi 66,7% dari total frekuensi yang ada.	Lokasi.
3.	Vivieta Ary Yatie	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung (Studi Kasus Bank Syariah di Surabaya)	faktor yang paling besar mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Syariah adalah karakteristik system yang diterapkan oleh bank yang mempertimbangkan sistem bagi hasil, kehalalan dan tidak adanya unsur riba.	Sistem bagi hasil yg digunakan.

2.3. Kerangka Teoritis

Dalam memilih suatu produk baik jasa maupun barang suatu perusahaan, konsumen terlepas dari berbagai faktor untuk memilih dan menggunakan jasa dari perusahaan tersebut. Bank syariah merupakan salah satu bank yang sudah cukup terkenal dalam perkembangan perekonomian. Hal ini dibuktikan semakin banyaknya bank syariah yang telah ada di setiap Provinsi sampai ke Kabupaten. Dalam hal ini minat menabung masyarakat di bank syariah semakin besar. Minat menabung masyarakat di bank syariah tidak kalah jauh dibandingkan di bank konvensional.

Minat menabung masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor baik faktor internal maupun eksternal. Faktor pelayanan dan produk merupakan salah satu faktor eksternal yang sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan masyarakat menabung di bank syariah. Bagi masyarakat yang menabung pelayanan yang diberikan oleh bank merupakan suatu daya tarik tersendiri untuk memberikan rasa nyaman. Begitu juga produk yang ditawarkan semakin baik produk yang ditawarkan oleh bank maka semakin besar pula minat menabung masyarakat di bank tersebut. Oleh sebab itu, pengaruh pelayanan dan produk akan memberi daya tarik kepada masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis



2.4. Hipotesis

Berdasarkan teori-teori yang dipaparkan, kajian terdahulu yang telah dilakukan dan kerangka dasar dalam berpikir, peneliti menarik sebuah dugaan sementara berupa :

“Pelayanan dan produk bank berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Desa Paya Bedi di Kota Kuala Lumpur.”

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan faktor pelayanan dan produk terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan faktor pelayanan dan Produk terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

2.5. Hipotesis statistik

Ho : $r = 0$

H1 : $r \neq 0$

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Model Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei. Menurut Nazir, metode survei adalah penyelidikan untuk memperoleh fakta dari gejala-gejala dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi ataupun politik dari suatu kelompok atau suatu daerah. Dalam penelitian ini yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis.²²

Dalam penelitian survei, informasi dikumpulkan dari responden masyarakat yang minat menabung di bank syariah di Kampung Paya Bedi Kabupaten Aceh Tamiang.

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 minggu. Dimulai tanggal 1 Maret sampai dengan 15 Maret 2018. Lokasi penelitian ini dilakukan Kampung Paya Bedi Kabupaten Aceh Tamiang. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*Random Sampling*) dengan pertimbangan di Kampung ini terdapat masyarakat yang menabung di bank syariah. Ruang lingkup dalam penelitian ini

²² Moh Nazir, Jakarta. *Metode Penelitian*. (Jakarta: Cetakan ke V Ghalia Indonesia, 2005)h.35.

dibatasi pada analisis minat masyarakat menabung di bank syariah di Kampung Paya Bedi Kabupaten Aceh Tamiang.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Supardi “populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu serta dengan kualitas tertentu yang akan diteliti”.²³ Bawono menyatakan bahwa “populasi adalah keseluruhan wilayah yang terdiri atas objek dan subjek yang ditetapkan untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan²⁴. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kampung Paya Bedi Kabupaten Aceh Tamiang.

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak kantor desa Paya Bedi di ketahui bahwa jumlah penduduk kampung Paya Bedi sebanyak 2058 orang.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari suatu populasi. Menurut Bawono “Sampel adalah objek atau subjek peneliti yang dipilih guna mewakili keseluruhan dari populasi”.²⁵ Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan melalui *probability sampling*. “*probability sampling* adalah teknik sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur

²³Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), h. 101.

²⁴ Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*(Bandung: Alfabeta, 2001), h. 135

²⁵*Ibid.h.*,136

(anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel”.²⁶ Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *random sampling* yaitu sampel yang dipilih tanpa memperhatikan tentang tingkatan yang ada dalam populasi itu. Karena keterbatasan waktu dan dana yang digunakan dalam penelitian ini, maka besarnya sample ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin. Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut :

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

dimana : n = Ukuran Sampel

 N = Ukuran Populasi

 e = standart eror (10%)

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka diperoleh besarnya sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{2058}{1 + 2058(0,1)^2} = 95,36$$

$$n = 100$$

Dengan menggunakan rumus Slovin didapat jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini tehnik pengambilan sample dilakukan secara acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Yaitu siapa saja masyarakat yang kebetulan dijumpai saat peneliti melakukan pengumpulan data melalui angket dapat digunakan menjadi sample sebagai sumber data. Adapun alasan menggunakan teknik ini karena semua

²⁶Sogiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta 2001), h. 57.

anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel.

3.4. Teknik Pengukuran Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh menggunakan dua sumber data yaitu:

3.4.1. Data Primer

“Data primer adalah pengambilan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari lapangan”.²⁷ Data primer penelitian ini adalah data yang diperoleh dari angket yang dibagikan kepada masyarakat Kampung Paya Bedi.

3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder biasanya diperoleh melalui teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan.²⁸

Dalam hal ini data diperoleh dari Bank Syariah Kota Kualasimpang, brosur, internet, maupun jurnal yang terkait dengan penelitian ini.

3.5. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu penyusun mengumpulkan data dengan cara membagikan kuesioner. Kuesioner diberikan kepada masyarakat Kampung Paya Bedi Kabupaten Aceh Tamiang.

²⁷Sogiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta 2001), h. 57.

²⁸Umi Narimawati, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)*, (Bandung: Agung Media, 2008), h. 98.

3.5.1. kuesioner (angket)

kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.²⁹ Hasil dari kuesioner yang terkumpul, kemudian dijadikan bahan untuk dianalisa secara kuantitatif.

3.6. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini dikelompokkan dalam variabel independen dan variabel dependen.

3.6.1. Variabel Independen

Variabel bebas atau *independent* merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (*dependent*). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel independen adalah:

3.6.1.1. Pelayanan (X₁)

Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia terbagi atas dua yaitu, *pelayanan fisik* yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan *pelayanan administrative* yang diberikan orang lain selaku anggota organisasi.³⁰

Pelayanan adalah sikap kegiatan ekonomi yang tidak dapat diraba yang menyumbang secara langsung atau tidak langsung terhadap pemuasan keinginan-keinginan manusia.

3.6.1.2. Produk (X₂)

²⁹ Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*(Bandung: Alfabeta, 2001), h. 135.

³⁰ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h.16

produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke masyarakat untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sedangkan produk tabungan yaitu produk yang dikeluarkan bank kepada nasabah untuk dijadikan pertimbangan dan pilihan yang dapat dimanfaatkan nasabah sesuai kebutuhan yang ada.³¹

3.6.2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen. Adapun variabelnya adalah:

3.6.2.1. Minat Menabung (Y)

Minat masyarakat menabung di Bank Syariah adalah hasil suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

3.7. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang berisi pertanyaan-pernyataan yang diisi oleh responden, yaitu minat masyarakat Kampung Paya Bedi untuk menabung di bank syariah. Pengukuran dari pertanyaan/kuesioner yang telah dijawab oleh responden menggunakan skala *likert*.

Skala *Likert* digunakan untuk mengungkapkan sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian

³¹ Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya* .(jakarta,PT. Raja Grafindo Persada,ed 6, 2005) h. 73

indikator tersebut menjadi titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan maupun pertanyaan.³²

Dalam hal ini responden menanggapi lima alternatif jawaban yaitu, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) terhadap pertanyaan mengenai item dimensi pada variabel bebas dan variabel terikat.

Adapun skor tiap jawaban dari setiap item pertanyaan atau pernyataan mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif adalah sebagai berikut:

- | | |
|------------------------|----------------|
| 1) Sangat Setuju | skor nilai = 5 |
| 2) Setuju | skor nilai = 4 |
| 3) Netral | skor nilai = 3 |
| 4) Tidak Setuju | skor nilai = 2 |
| 5) Sangat Tidak Setuju | skor nilai = 1 |

3.8. Pengembangan Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Pada suatu penelitian yang diukur adalah angket yang berisi butir-butir pertanyaan untuk diberi tanggapan oleh responden yaitu minat akan masyarakat Kampung Paya Bedi menabung di bank syariah.

³² Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*(Bandung: Alfabeta), h. 132-133.

Tabel.3.1**Pengembangan Instrumen Penelitian.**

Independen	Variabel	Indikator	Item
Pelayanan Produk	Pelayanan (X1)	pengurusan administrasinya cepat, proses menabung mudah, menawarkan berbagai pilihan produk,	1,2,3,4,5
	Produk (X2)	Produk yang beragam, Produk sesuai dengan kebutuhan nasabah.	6,7,8,9,10
Dependen	Variabel	Indikator	Item
Minat	Minat Menabung	Pelayanannya baik, produk sesuai kebutuhan	11,12,13,14,15

3.9. Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu akan dilakukan uji instrumen yang digunakan sebagai alat ukur. Uji ini meliputi uji validitas dan reliabilitas. Setelah uji instrumen kemudian baru dilakukan teknik analisis data.

3.9.1 Uji Validitas

Validitas kuesioner adalah kemampuan pertanyaan dalam mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Dalam hal ini digunakan rumus korelasi *Pearson Product-Moment*.³³Yaitu dengan membandingkan hasil koefisiensi korelasi r_{hitung} dengan nilai kritis r_{tabel} .

³³Sugiyono, *Metodologi Penelitian*.....h. 182.

Berdasarkan taraf signifikan 5% dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS *for windows release*. Suatu pengujian dikatakan valid atau shahih apabila:³⁴

- 1) Jika r hasil positif, setara r hasil $> r$ tabel, maka variabel valid.
- 2) Jika r hasil negatif, setara r hasil $< r$ tabel, maka variabel tidak valid.

3.9.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha.³⁵

Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas, maka dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai alpha (α) dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai alpha (α) lebih besar dari r_{tabel} , maka hasilnya adalah reliabel.

3.10. Teknik Analisis Data dan Interpretasi Hasil Penelitian

3.10.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.³⁶ Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan

³⁴Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta: PT.Elex Media Computindo, 2000), h. 277.

³⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 48.

³⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian*.....h. 206.

gambaran demografi responden penelitian (jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, dan lain-lain).

3.10.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan yang penting dalam analisis regresi. Melalui uji asumsi klasik ini berguna untuk melengkapi uji statistik yang telah dilakukan yaitu uji F, t dan determinasi.³⁷ Uji asumsi klasik dari penelitian ini terdiri dari *Multicollinearity*, *Heteroscedasticity*, *Normality* dan *linearity*.

3.10.2.1. Uji Multikolinearitas³⁸

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan *VIF* > 10 . Jika nilai *VIF* tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).

3.10.2.2. Uji Normalitas³⁹

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji yang digunakan adalah Uji *Kolmogrov-Smirnov Test* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residu memiliki distribusi normal atau tidak. Data distribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) $> 0,05$. Data distribusi tidak normal, jika nilai sig $< 0,05$. Untuk mendeteksi

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, h. 139.

³⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*..... h. 95.

³⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian*.....h. 160.

normalitas dapat juga dengan cara melihat analisa histogram yang membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati normal dan dengan cara melihat uji pada *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data distribusi normal. Jika distribusi normal maka titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan searah mengikuti garis diagonal, begitupun sebaliknya.⁴⁰

3.10.2.3. Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dalam hal ini pengujian linearitas dilakukan dengan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. Kriteria yang diterapkan untuk menentukan kelinearitasan garis regresi adalah nilai koefisien signifikansi. Jika koefisien signifikansi lebih besar dari *alpha* yang ditentukan, yaitu 5%, maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear.

3.10.2.4. Uji Heteroskedastisitas⁴¹

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.” Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya

⁴⁰Sugiyono, *Metodologi Penelitian*.....h. 176.

⁴¹*Ibid.*, h. 139.

heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual yang telah di studentized. jika terlihat titik-titik pada grafik membentuk pola tertentu maka variabel independen tidak signifikan atau terjadi heterokedastisitas, begitupun sebaliknya.⁴²

3.10.3. Analisis Regresi Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda adalah sebuah teknik yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari satu atau dua variabel bebas (independen) dan variabel terikat.⁴³ Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen atau prediktor, secara parsial maupun simultan.

⁴²Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, h. 138.

⁴³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 81-110.

Adapun rumusnya adalah :

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2$$

dimana:

- 1) Y : Minat masyarakat menabung di bank syariah
- 2) α : Konstanta
- 3) $b_1 b_2 b_3 b_4$: Koefisien korelasi ganda
- 4) x_1 : Persepsi masyarakat terhadap pelayanan
- 5) x_2 : Persepsi masyarakat terhadap produk bank

3.10.3.1. Koefisien Determinasi⁴⁴

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Namun penggunaan koefisien determinasi R^2 memiliki kelemahan, yaitu terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel maka R^2 meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu, dianjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R*².

3.10.3.3. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.⁴⁵

⁴⁴*Ibid.*, h. 87

⁴⁵*Ibid.*, h. 89.

Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α (5 %) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika nilai $\text{Sig} < \alpha$ maka H_0 ditolak
- b) Jika nilai $\text{Sig} > \alpha$ maka H_0 diterima

3.10.3.2. Uji F (Uji Model)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa sejauh semua variabel X (independen) secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel Y (dependen). Kriteria dari uji ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:⁴⁶

- a) Dengan membandingkan nilai F_{tabel} dengan F_{hitung} .
 Jika nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.
 Jika nilai $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b) Dengan menggunakan nilai signifikansi
 Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.
 Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima.

⁴⁶Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005) h. 88.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan produk terhadap minat menabung masyarakat desa Paya Bedi di Bank Syariah. Jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini, teknis analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan analisis statistik. Analisis statistik yaitu analisis yang mengacu pada analisa data-data dari jawaban kuisioner yang telah dijawab responden yang kemudian diolah menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Sedangkan analisis deskriptif merupakan analisis yang menjelaskan gejala-gejala yang terjadi pada variabel-variabel penelitian untuk mendukung hasil analisis statistik.

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, Umur, Pekerjaan, dan Pendidikan. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 4.1. berikut ini:

Tabel 4.1.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
Laki-laki	44	44
Perempuan	56	56
Total	100	100

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 44 orang (44%) dan responden dengan jenis kelamin wanita sebanyak 56 orang (56%).

2) Umur

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur disajikan pada Tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2.
Deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur

Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
20 - 25	17	17
26 - 30	23	23
31 - 35	31	31
36 - 40	13	13
41 - 45	11	11
46 - 50	5	5
Total	100	100

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden dengan umur 20 – 25 tahun sebanyak 17 orang (17%), responden dengan umur 26 – 30 tahun sebanyak 23 orang (23%), responden dengan responden dengan umur 31 – 35 tahun sebanyak 31orang

(31%), responden dengan umur 36 – 40 tahun sebanyak 13 orang (13%), responden dengan umur 41 – 45 tahun sebanyak 11 orang (11%) dan responden dengan umur 46 – 50 tahun sebanyak 5 orang (5%).

3) Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3.
Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
TNI/POLRI	5	5
PNS	29	29
Pegawai Swasta	18	18
Wiraswasta/Pengusaha	23	23
Petani	6	6
Lain-lain	19	19
Total	100	100

Sumber: Data Primer diolah, 2018/

Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan TNI/POLRI sebanyak 5 orang (5%), responden dengan pekerjaan PNS sebanyak 29 orang (29%), responden dengan pekerjaan pegawai swasta sebanyak 18 orang (18%), responden dengan pekerjaan Pengusaha sebanyak 23 orang (23%), %, responden dengan pekerjaan petani sebanyak 6 orang (6%), dan responden dengan pekerjaan lain-lain sebanyak 19 orang (19%).

4) Pendidikan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendidikan disajikan pada Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4.
Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase%
SLTP	3	3
SLTA	40	40
D3	17	17
Sarjana S1	38	38
Total	100	100

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan SLTP sebanyak 3 orang (3%), responden dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 40 orang (40%), responden dengan tingkat pendidikan D3 sebanyak 17 orang (17%) dan responden dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 38 orang (38%).

4.2. Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen penelitian dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Pengujian instrumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Hasil pengujian instrumen penelitian disajikan berikut ini.

4.2.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan SPSS Versi 22,00 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan dan pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika koefisien korelasi r hitung lebih besar dari r tabel maka butir-butir penelitian ini dikatakan valid. Dengan menggunakan $N-2$ ($100-2 = 98$) didapatkan $r_{tabel} = 0,1966$ (lihat lampiran 6). Dari hasil uji validitas diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5.
Hasil Uji Validitas

No. Butir	r hitung	Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
Pelayanan (X₁)			
Pelayanan 1	0,812	0,1966	Valid
Pelayanan 2	0,839	0,1966	Valid
Pelayanan 3	0,771	0,1966	Valid
Pelayanan 4	0,813	0,1966	Valid
Pelayanan 5	0,667	0,1966	Valid
Produk (X₂)			
Produk 1	0,722	0,1966	Valid
Produk 2	0,810	0,1966	Valid
Produk 3	0,762	0,1966	Valid
Produk 4	0,696	0,1966	Valid
Produk 5	0,818	0,1966	Valid
Minat Minabung (Y)			
Minat 1	0,855	0,1966	Valid
Minat 2	0,893	0,1966	Valid
Minat 3	0,874	0,1966	Valid
Minat 4	0,850	0,1966	Valid
Minat 5	0,745	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} ($r_{tabel} = 0,1966$). Dengan demikian dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa butir pertanyaan dan pernyataan variabel pelayanan dan produk terhadap minat masyarakat menabung dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur penelitian. Artinya semua pertanyaan dan pernyataan yang dicantumkan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan variabel bagi pelayanan dan produk terhadap minat masyarakat menabung.

4.2.2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan dan pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 22. Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Pelayanan (X_1)	0,873	0,1966	Reliabel
Produk (X_2)			
Minat Menabung (Y)			

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari hasil uji reliabilitas dapat diketahui seluruh koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu 0,1966, maka dapat disimpulkan bahwa jawaban dari butir-butir pertanyaan dan pernyataan mengenai variabel pelayanan dan produk terhadap minat masyarakat menabung merupakan jawaban pertanyaan dan pernyataan yang

reliabel atau handal. Artinya jawaban pertanyaan dan pernyataan mengenai variabel pelayanan dan produk terhadap minat masyarakat menabung konsisten dan stabil.

4.3. Uji Asumsi Klsik

4.3.1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam penelitian ini. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF. Apabila nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel di bawah:

Tabel 4.7.
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel independen	<i>Tolerance</i>	VIF
Pelayanan (X_1)	0,932	1,073
Produk (X_2)	0,932	1,073

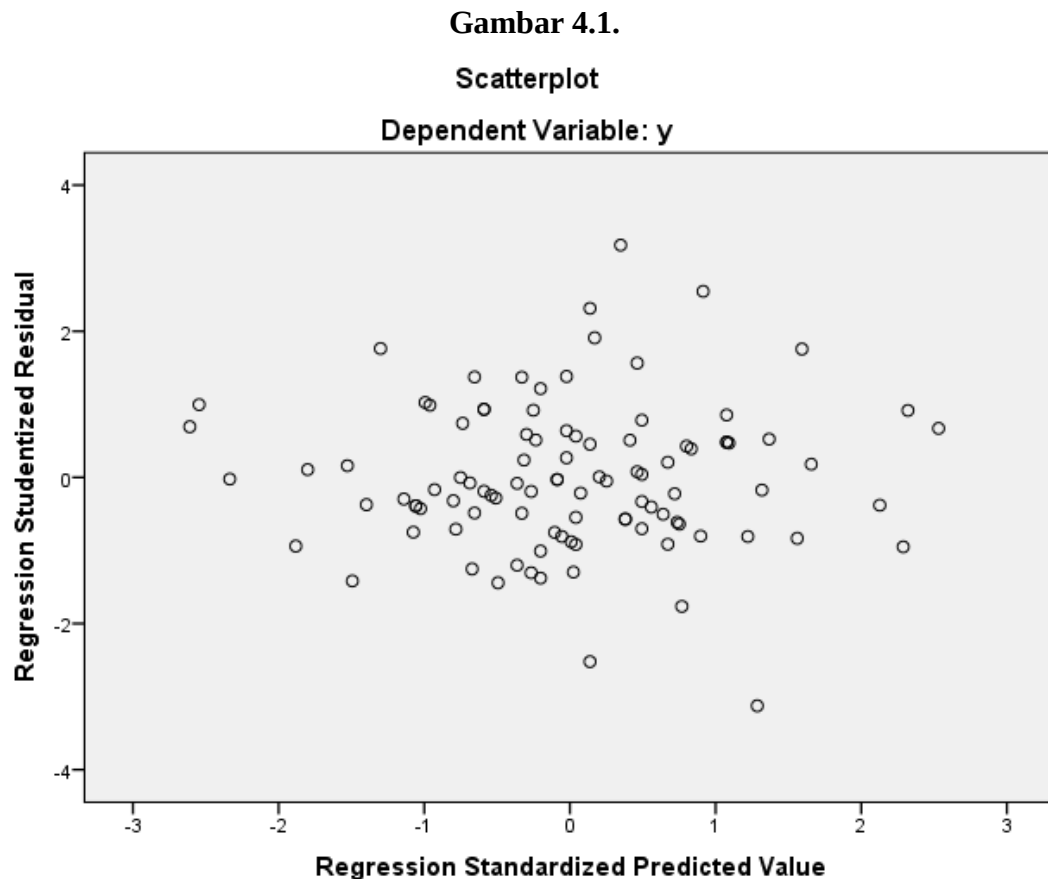
Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari tabel di atas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

4.4.1. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan untuk

mengetahui adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *scatterplot*. Jika terlihat titik-titik pada grafik membentuk pola tertentu variabel independen tidak signifikan secara statistik dan tidak memengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas terhadap model regresi pada penelitian ini.



Sumber: Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan gambar di atas, terlihat titik-titik pada grafik *scatterplot* menyebar atau tidak membentuk pola tertentu. Artinya, tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan, sehingga model regresi layak

di pakai untuk menganalisis pengaruh variabel pelayanan dan produk terhadap minat masyarakat menabung.

4.3.2. Uji Normalitas

1. Metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S)

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Jika signifikansi pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* < 0.05 , maka data residual berdistribusi tidak normal. Jika signifikansi pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* > 0.05 , maka data residual berdistribusi normal.

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 22. Uji K-S adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8.

**Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,68532121
Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,067
	Negative	-,067
Kolmogorov-Smirnov Z		,670
Asymp. Sig. (2-tailed)		,761

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil *Kolmogorov-Smirnov Test* pada residual yang telah dilakukan menggunakan program pengolah data dan diperoleh nilai *Kolmogorov-*

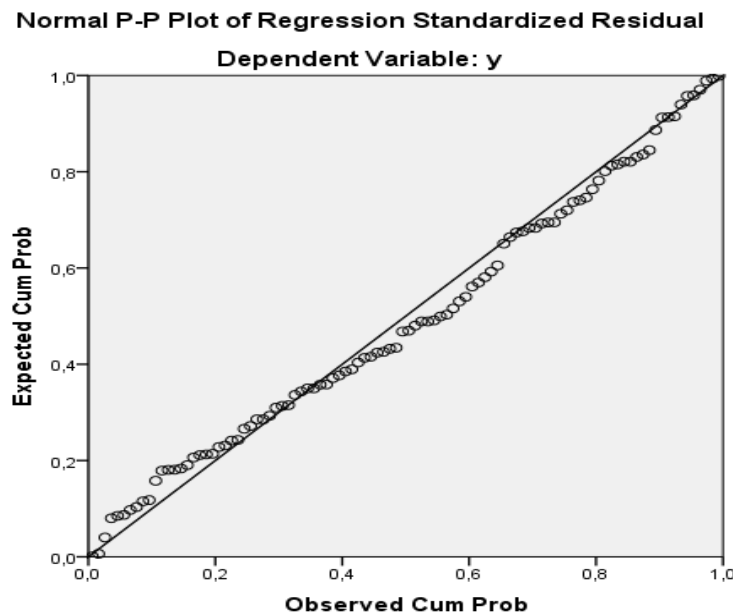
Smirnov Z sebesar 0,670. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 pada ($\text{sig} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data variabel penelitian berdistribusi normal.

2. Metode *Normal Probability Plots*

Uji Normalitas data dengan Normal P-Plot, suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Sedangkan jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Berikut adalah gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas Pada Kurva Normal P-Plot:

Gambar 4.2.

Uji Normal P-Plot



Sumber: Data Primer diolah, 2018

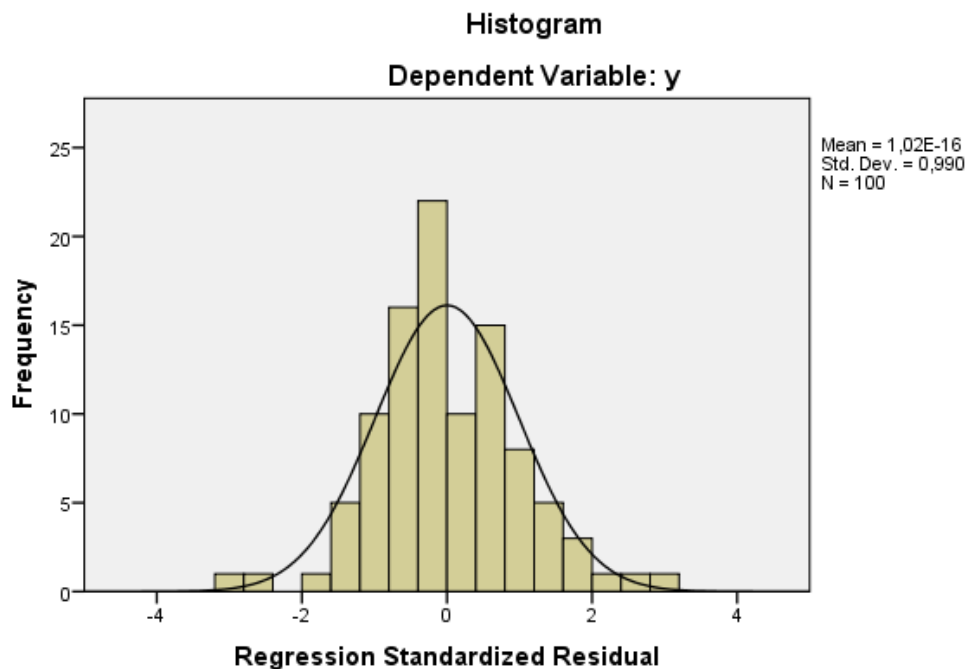
Dengan melihat gambar Normal P-Plot dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data terdistribusi dengan normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

3. Metode Histogram

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 22. Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar 4.3.

Histogram



Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi kenormalan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data

menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dengan melihat tampilan grafik histogram dapat disimpulkan grafik histogram memberikan pola yang seimbang atau pola distribusi yang melenceng ke kanan yang artinya berdistribusi normal. grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak digunakan.

4.3.3. Uji Linearitas

Tujuan uji linieritas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Kriteria pengujian linieritas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 22. Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9.
Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
y * x1	Between	(Combined)	1074,509	17	63,206	8,578	,000
	Groups	Linearity	951,676	1	951,676	129,149	,000
		Deviation from Linearity	122,833	16	7,677	1,042	,424
	Within Groups		604,241	82	7,369		
Total			1678,750	99			

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Hasil Uji Linearitas menunjukkan nilai koefisien signifikansi 0,424 artinya lebih besar dari alpa yang ditentukan, yaitu 0,05. Ini berarti bahwa garis regresi berbentuk linear.

4.3. Hasil Analisis Data

4.3.1. Analisis Regresi Berganda

Hasil analisis regresi berganda terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat Kampung Paya Bedi menabung di Bank Syariah Kota Kulasimpang adalah sebagai berikut :

$$Y' = 2,411 \text{ constant} + 0,757_{(X1)} + 0.101_{(X2)}$$

Keterangan:

Y' = Minat Menabung

X1 = Faktor Pelayanan

X2 = Faktor Produk

Tabel 4.10.
Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)		1,445		1,668	,098		
x1	2,411						
	,757	,071	,729	10,629	,000	,932	,073
x2							
	,101	,075	,092	1,339	,184	,932	,073

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Nilai konstanta (Y) sebesar 2,411 artinya jika variabel parameter pelayanan dan variabel parameter produk nilainya adalah 0 (nol), maka variabel minat menabung (Y) akan berada pada angka 2,411 satuan.

Koefisien regresi pelayanan sebesar 0,757, artinya jika variabel independen produk tetap dan pelayanan mengalami kenaikan 1% maka keputusan minat menabung masyarakat (Y) juga akan meningkat sebesar 0,757 satuan.

Koefisien regresi produk sebesar 0,101, artinya jika variabel pelayanan nilainya tetap dan produk mengalami kenaikan 1% maka keputusan keputusan minat menabung masyarakat (Y) juga akan meningkat sebesar 0,101 satuan.

4.3.1. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.11.
Hasil Uji Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,758 ^a	,575	,566	2,713

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Hasil *Adjusted* uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,566. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan minat masyarakat menabung dipengaruhi oleh

variabel pelayanan dan produk sebesar 56,6%, sedangkan sisanya sebesar (100% - 56,6% = 43,4%) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.3.2. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel yang meliputi: pelayanan dan produk terhadap keputusan minat menabung masyarakat. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$) atau dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} apabila ($F_{hitung} > F_{tabel}$) maka model regresi signifikan secara statistik dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak.

Tabel 4.12.

Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
	Regression	65,551	,000 ^b
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 65,551 kemudian F_{tabel} dicari pada tabel statistik dengan signifikansi 0,05 $df = k-1$ ($3 - 1 = 2$) dan $df_2 = n-k$ ($100 - 2 = 98$), ket: (k adalah jumlah seluruh variabel) maka didapat F_{tabel} sebesar 2,701 (lihat lampiran 6). Sehingga diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($65,551 > 2,701$), Artinya hipotesis H_0 ditolak. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan pelayanan

dan produk secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan minat menabung masyarakat diterima.

4.3.3. Uji t

Pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial, pelayanan dan produk terhadap minat masyarakat menabung dapat dilihat dari hasil uji t. Kriteria pengujiannya apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan atau jika ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka model regresi signifikan secara statistik dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel. 4.13.
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	t	Sig.
(Constant)	1,668	,098
x1	10,629	,000
x2	1,339	,184

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Primer diolah, 2018

1) Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan minat menabung masyarakat.

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa faktor pelayanan berpengaruh terhadap keputusan minat menabung masyarakat dengan menggunakan program SPSS diperoleh nilai sig 0,000. Berdasarkan ketentuannya jika $\text{sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), ini berarti variabel independen faktor pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen keputusan minat

menabung masyarakat Kampung Paya Bedi di Bank Syariah Kota Kuala Lumpur. Dari tabel diatas, dapat diketahui thitung pelayanan adalah 10,629. Kemudian ttabel dicari pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan $df = n-k-1$ atau $100-2-1 = 97$ (k adalah jumlah variabel independen). Maka didapat ttabel adalah 1,984 (lihat lampiran 6). Sehingga diketahui bahwa $thitung > ttabel$ ($10,629 > 1,984$), Artinya hipotesis H_0 ditolak.

2) Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menyatakan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan minat menabung masyarakat.

Pengujian signifikansi bertujuan untuk mengetahui signifikansi produk terhadap keputusan minat menabung masyarakat. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai sig sebesar 0,184. Berdasarkan ketentuannya jika nilai $sig > 0,05$ ($0,184 > 0,05$) maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan produk terhadap keputusan minat menabung masyarakat Kampung Paya Bedi di Bank Syariah Kota Kuala Lumpur. Dari tabel diatas diketahui thitung produk adalah 1,339. Kemudian ttabel dicari pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan $df = n-k-1$ atau $100-2-1 = 97$ (k adalah jumlah variabel independen). Maka didapat ttabel adalah 1,984. Sehingga diketahui bahwa $thitung < ttabel$ ($1,339 < 1,984$), Artinya hipotesis H_0 diterima.

4.4. Interpretasi Hasil Penelitian

1) Pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan minat menabung masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik menggunakan program SPSS diperoleh nilai signifikansi 0,000 dengan nilai thitung sebesar 10,629. Berdasarkan ketentuannya jika $\text{sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $\text{thitung} > \text{ttabel}$ ($10,629 > 1,984$), maka faktor pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan minat menabung masyarakat di Kampung Paya Bedi di Bank Syariah Kota Kualasimpang.

Pelayanan adalah bentuk pemberian layanan yang diberikan oleh produsen baik terhadap pengguna barang diproduksi maupun jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah Kota Kualasimpang. Suatu pelayanan yang baik akan mendorong seseorang untuk menggunakan jasa maupun produk yang ditawarkan, pelayanan yang baik menunjukkan sesuatu yang sudah sesuai dengan keinginan dan mampu memenuhi kebutuhan nasabah.

Kepuasan akan pelayanan yang diberikan Bank Syariah akan berdampak terhadap pengaruh minat seorang nasabah untuk melakukan penggunaan jasa Bank itu sendiri. Dalam menawarkan suatu produk kepada nasabah tidaklah cukup dengan memberikan jasa, namun keberadaan pelayanan harus berdampingan dengan keberadaan produk yang ditawarkan kepada nasabah.

Salah satu faktor yang mempengaruhi akan keberhasilan suatu Bank untuk menghimpun nasabah adalah pelayanan. Dengan memberikan pelayanan yang maksimal akan menimbulkan rasa puas, nyaman serta sesuai keinginan nasabah.

Pelayanan yang diberikan mulai dari prosedur dan tahap pembukaan deposito hingga selesai harus mampu memenuhi harapan nasabah. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah, jadi kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang bank tersebut melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi nasabah atas pelayanan yang diterima.

Bank Syariah Kota Kualasimpang menjadikan pelayanan merupakan suatu faktor pendukung yang sangat menentukan kepuasan nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Untuk menyakinkan nasabah untuk menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan harus sama pada setiap nasabah tidak ada perbedaan satu sama lain, pelayanan dengan transaksi yang cepat dan tepat, pelayanan yang memberikan fasilitas yang lengkap kepada nasabah, serta pelayanan yang diberikan harus sopan dan mampu memberikan rasa nyaman. Dalam pelayanan juga perlunya komunikasi yang baik agar nasabah mampu memahami terhadap produk yang ditawarkan oleh bank.

2) Produk berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan minat menabung masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji stasistik menggunakan program SPSS diperoleh nilai signifikansi 0,184 dengan nilai thitung sebesar 1,339. Berdasarkan ketentuannya jika $\text{sig} > 0,05$ ($0,184 > 0,05$) dan $\text{thitung} < \text{ttabel}$ ($1,339 < 1,984$), maka faktor produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan minat menabung masyarakat di Kampung Paya Bedi di Bank Syariah Kota Kualasimpang.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke masyarakat untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk tabungan bank yaitu produk yang dikeluarkan bank kepada nasabah untuk dijadikan pertimbangan dan pilihan yang dapat dimanfaatkan nasabah sesuai kebutuhan yang ada.

Produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Kota Kuala Simpang mempengaruhi nasabah yang akan menggunakan produk bank. Namun dalam hal produk tabungan berpengaruh kecil terhadap minat menabung masyarakat desa Paya Bedi di Bank Syariah.

Berikut ini adalah tabel perbedaan hasil penelitian penulis dengan penelitian terdahulu:

Tabel 4.15.
Perbedaan Hasil Penelitian

Nama Penulis, Tahun dan Judul	Hasil Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian Penulis
Dita Pertiwi, (2013), analisis minat menabung masyarakat pada Bank Muamalat di kota Kisaran.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keyakinan dan sesuai syariah yang lebih dominan sebagai faktor pendorong masyarakat Kisaran menabung di bank Muamalat.	Faktor pelayanan dan produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan minat menabung masyarakat. Secara parsial faktor pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah sedangkan faktor produk berpengaruh tidak signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah
Ayu Nurtika Dewi, (2011), Analisis Faktor– Faktor Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean)	Faktor produk tabungan lebih dominan sebagai faktor pendorong masyarakat untuk menabung di PD BPR BKK Kendal Cabang Patean dengan frekuensi 66,7% dari total frek	Dalam penelitian ini pelayanan dan produk mampu memperkuat penelitian terdahulu bahwa penelitian dan produk tabungan mampu mempengaruhi minat menabung masyarakat di Bank Syariah.
Vivieta Ary Yatie (2010), Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung (Studi Kasus Bank Syariah di Surabaya)	faktor yang paling besar mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Syariah adalah karakteristik system yang diterapkan oleh bank yang mempertimbangkan system bagi hasil, ke-halalan dan tidak adanya unsur riba.	

Sumber: diolah Oleh Penulis

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Faktor pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan minat menabung masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji stasistik menggunakan program SPSS diperoleh nilai signifikansi 0,000 dengan nilai lebih kecil 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,629 > 1,984$).
2. Faktor produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan minat menabung masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji stasistik menggunakan program SPSS diperoleh nilai signifikansi 0,184 lebih besar dari 0,05 dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,339 < 1,984$).

Minat menabung masyarakat Desa Paya Bedi di pengaruhi faktor pelayanan dan produk sebesar sebesar 56,6%, sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 56,6\% = 43,4\%$) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. dapat diketahui bahwa kedua faktor tersebut berpengaruh kecil terhadap minat masyarakat menabung. Perlunya ada peningkatan pelayanan dan produk pada bank Syariah Kota Kualasimpang guna meningkatkan nasabah menabung di Bank Syariah tersebut.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Kepada Peneliti Selanjutnya
 - a. Penelitian berikutnya diharapkan menggunakan variabel yang lebih banyak, dan penggunaan data yang lebih akurat memungkinkan hasil yang lebih baik.
 - b. Penelitian berikutnya diharapkan menggunakan metode dan alat uji yang lebih lengkap dan akurat sehingga diperoleh kesimpulan yang lebih valid.
2. Kepada Bank Syariah Kota Kualasimpang
 - a. Faktor pelayanan merupakan faktor paling dominan yang mampu mempengaruhi masyarakat untuk menabung di bank Syariah, maka hal ini perlu diperhatikan dengan seksama oleh pihak manajemen Bank Syariah Kota Kualasimpang untuk menjaga rasa aman dan kenyamanan kepada nasabah, seperti: memberikan pelayanan kepada semua nasabah tanpa melihat latarbelakang dari nasabah.
 - b. Bank Syariah harus mengembangkan dan mensosialisasikan produk yang ditawarkan kepada nasabah sehingga masyarakat lebih mengetahui tentang produk yang ditawarkan oleh pihak Bank. Pada akhirnya minat akan menabung masyarakat akan meningkat di Bank Syariah Kota Kualasimpang.

3. Kepada Pembaca

Dengan melihat pelayanan dan produk yang ditawarkan Bank Syariah Kota Kuala Lumpur yang telah dijalankan mampu membuat rasa aman dan nyaman terhadap pelayanan dan produk yang diberikan, diharapkan masyarakat tetap percaya untuk menabung di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada. 2001
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank syariah dari teori ke praktik*. Jakarta: Gema Insani. Press. 2001.
- Basu Swasta dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : BPFE, cet.5. 2011
- Djaali dan Muljono, P. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo. 2007
- Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa*, Malang:Bayu Media. 2004.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. 2005.
- Hasan, Zubairi, *Undang Undang Perbankan Syariah*, Jakarta : Rajawali Pers. 2009
- Junus, Mahmud. *Tarjamah Al Qur'an Al karim*, Bandung: PT. Al-Ma'arif. 1990.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, Terj. Damos Sihombing, Ed.8 Jakarta: Erlangga, 2001
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Benjamin Molan, (Jakarta: PT Indeks, ed 12, 2009
- Kasmir. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Cet. Ke-6. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2005.
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara . 2009.
- Muhammad. *Menejemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 2000.
- Narimawati, Umi. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)*. Bandung: Agung Media. 2008.
- Nazir, Moh, Jakarta. *Metode Penelitian*. Jakarta: Cetakan ke V Ghalia Indonesia. 2005
- Narimawati, Umi. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)*. Bandung: Agung Media. 2008.

- Sudarsono, Heri. *Bank & Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: Ekonisia.Cet.2. 2012
- Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press. 2005.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta. 2001.
- _____. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2001.
- Sumitro, Warkum. *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2004.
- Santoso, Singih. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT.Elex Media Computindo, 2000
- Tjiptono, Fandy. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Depublish. 2005.
- Swasta, Basu. *ManajemenPemasaran Modern*. Jakarta: PT. Raja grafindo Persada. 2000.
- Winardi, *Marketing dan Perilaku pembeli*. Bandung: Mandar Maju. 1991.
- Winkel, W.S. *Bimbingan dan Konseling di Institusi Pendidikan*. Jakarta:PT. Grasindo. 2010
- Wiroso. *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana. 2005.
- Wiroso. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti. 2011.
- www.bi.go.id, *Perbankan Syari'ah*, diakses Pada Tanggal 03 Oktober 2017
- Yusdani. *Perbankan Syariah Berbasis Floating Market*. Dalam jurnal Millah. Vol. IV, No.2 Januari 2005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Kampus Zawiyah Cot Kala Langsa, Jln. Meurandeh–Kota Langsa–Aceh Telp. 0641-23129

Fax. 0641-425139 : febi@iainlangsa.ac.id

Website: <http://febi.iainlangsa.ac.id>

ANALISIS MINAT MASYARAKAT MENABUNG DIBANK SYARIAH
(Studi Kasus Kampung Paya Bedi Aceh Tamiang)

PETUNJUK PENGISIAN

I. Berilah tanda (√) pada salah satu pilihan jawaban dan isilah biodata anda di bawah ini dengan sebenar-benarnya.

1. Jenis kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan
2. Umur : ☐ 20 – 25 Tahun ☐ 26 – 30 Tahun
☐ 31 – 35 Tahun ☐ 36 – 40 Tahun
☐ 41 – 45 Tahun ☐ 46 – 50 Tahun
3. Pendidikan Terakhir :
☐ SLTP ☐ D3
☐ SLTA ☐ Sarjana S1
4. Pekerjaan :
☐ TNI/POLRI ☐ PNS
☐ Pegawai Swasta ☐ Wiraswasta/Pengusaha
☐ Petani ☐ Lain-lain



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus Zawiyah Cot Kala Langsa, Jln. Meurandeh–Kota Langsa–Aceh Telp. 0641-23129

Fax. 0641-425139 : febi@iainlangsa.ac.id

Website: <http://febi.iainlangsa.ac.id>

PETUNJUK PENGISIAN

1. Mohon dengan hormat, bantuan, dan keadilan Bapak/Ibu/Saudara/saudari untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.
2. Berikan tanda centang (√) pertanyaan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia
3. Berilah tanda conteng (√) dibawah ini pada salah satu alternatif jawaban yang paling tepat dengan kriteria jawaban:

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

N : Netral

Variabel Pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa puas karena proses dalam menabung itu cepat.					
2.	Memberikan pengetahuan produk kepada nasabah.					
3.	Bank Syariah Kota Kualasimpang pengurusan administrasinya cepat.					
4.	Karyawan Bank Syariah Kota Kualasimpang tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi.					
5.	Karyawan bank syariah Kota Kualasimpang tidak membedakan nasabahnya dalam memberikan pelayanan.					

Variabel Produk

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Bank syariah cabang kualasimpang memiliki produk-produk perbankan yang beragam.					
2.	Salah satu produk penghimpunan dana adalah tabungan mudharabah.					
3.	Produk yang ditawarkan sesuai dengan yang saya butuhkan.					
4.	Diterapkannya sistem bagi hasil sebagai pengganti bunga.					
5.	Karyawan bank syariah memberikan saya informasi tentang produk dengan jelas dan mudah dimengerti.					

Variabel Minat

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya tertarik menabung di Bank syariah kualasimpang karena memberikan layanan yang sangat baik					
2.	Selama Saya menjadi nasabah bank tersebut saya merasa puas dengan layanan yang diberikan.					
3.	Saya tertarik menabung di Bank syariah kualasimpang karena adanya sistem bagi hasil					
4.	Saya tertarik menabung di bank syariah karena adanya cara pemilihan produk yang dilakukan menggunakan akad (perjanjian)					
5.	Saya menabung di bank syariah karena produk tabungannya lebih unggul dari bank konvensional.					

Lampiran 6 Daftar Tabel R, F, dan T

Tabel R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254

35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959

65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel F

Df (N2)	df untuk pembilang (N1)														
1	2	3	4	5		6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87

52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

Tabel T

Df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41		0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42		0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43		0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44		0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45		0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46		0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47		0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48		0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49		0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50		0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51		0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52		0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53		0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54		0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55		0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515

56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. DATA PRIBADI

- | | |
|-----------------------|---|
| 1. Nama | : Agung Pradhana Putra |
| 2. Nim | : 4012013038 |
| 3. Tempat & Tgl Lahir | : Bukit Rata , 20 Juli 1995 |
| 4. Anak ke | : Pertama dari 3 bersaudara |
| 5. Jenis Kelamin | : Laki-laki |
| 6. Agama | : Islam |
| 7. Pekerjaan | : Mahasiswa |
| 8. Orang tua | |
| Ayah | : Sahbadrun Putra |
| Ibu | : Ika Kartika |
| 9. Alamat Asal | : Desa Paya Bedi Kec Rantau ,
Kab. Aceh Tamiang. |
| 10. No. Hp | : 0822 9593 9985 |
| 11. Email | : agungpradhana95@gmail.com |

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | |
|--------|----------------------------|
| 1. SD | : SDN 1 Kejuruan muda |
| 2. SMP | : SMPN 1 Kota Kualasimpang |
| 3. SMA | : SMAN 1 Kampung Durian |

III. RIWAYAT ORGANISASI

1. Wakil Ketua Senat Mahasiswa (SEMA) Febi Periode 2016-2017
2. Ketua Komisi C Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM) IAIN
Langsa Periode 2017- sekarang

Langsa, 29 Maret 2018

Agung Pradhana Putra

Lampiran 3 Uji Instrumen Penelitian

Hasil Uji Validitas
Correlations

	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1
x1.1 Pearson Correlation	1	,647**	,484*	,596**	,446**	,812**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
x1.2 Pearson Correlation	,647**	1	,690**	,552**	,361**	,839**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
x1.3 Pearson Correlation	,484**	,690**	1	,514**	,301**	,771**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,002	,000
N	100	100	100	100	100	100
x1.4 Pearson Correlation	,596**	,552**	,514**	1	,523**	,813**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
x1.5 Pearson Correlation	,446**	,361**	,301**	,523**	1	,667**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000		,000
N	100	100	100	100	100	100
x1 Pearson Correlation	,812**	,839**	,771**	,813**	,667**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

	x2.6	x2.7	x2.8	x2.9	x2.10	x2
x2.6 Pearson Correlation	1	,660**	,250*	,254*	,559**	,722**
Sig. (2-tailed)		,000	,012	,011	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
x2.7 Pearson Correlation	,660**	1	,438**	,325**	,647**	,810**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
x2.8 Pearson Correlation	,250*	,438**	1	,692**	,514**	,762**
Sig. (2-tailed)	,012	,000		,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
x2.9 Pearson Correlation	,254*	,325**	,692**	1	,420**	,696**
Sig. (2-tailed)	,011	,001	,000		,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
x2.10 Pearson Correlation	,559**	,647**	,514**	,420**	1	,818**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
N	100	100	100	100	100	100
x2 Pearson Correlation	,722**	,810**	,762**	,696**	,818**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y
y1	Pearson Correlation	1	,741**	,643**	,612**	,606**	,855**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	99	100	100	100	100
y2	Pearson Correlation	,741**	1	,805**	,744**	,497**	,893**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99
y3	Pearson Correlation	,643**	,805**	1	,783**	,516**	,874**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	99	100	100	100	100
y4	Pearson Correlation	,612**	,744**	,783**	1	,508**	,850**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	99	100	100	100	100
y5	Pearson Correlation	,606**	,497**	,516**	,508**	1	,745**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	99	100	100	100	100
y	Pearson Correlation	,855**	,893**	,874**	,850**	,745**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	99	100	100	100	100

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

Hasil Uji Reabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	99,0
	Excluded ^a	1	1,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,873	18

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	91,09	329,002	,671	,865
x1.2	90,98	327,122	,689	,864
x1.3	90,75	328,109	,674	,865
x1.4	91,06	331,690	,608	,866
x1.5	90,88	333,740	,550	,868
x1	79,08	241,891	,783	,859
x2.6	90,01	335,071	,479	,869
x2.7	90,52	335,436	,491	,869
x2.8	90,84	338,361	,381	,871
x2.9	90,95	341,150	,376	,871
x2.10	90,51	337,620	,480	,869
x2	77,14	278,551	,490	,880
y1	90,61	325,772	,750	,863
y2	90,98	327,489	,739	,864
y3	91,01	329,602	,717	,865
y4	91,07	328,332	,745	,864
y5	90,59	330,919	,604	,866
y	78,58	236,002	,798	,860

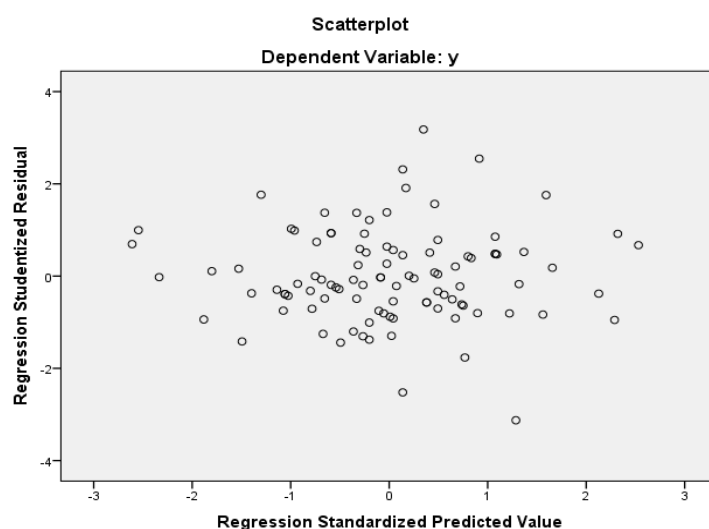
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,411	1,445			
x1	,757	,071	,729	,932	1,073
x2	,101	,075	,092	,932	1,073

a. Dependent Variable: y

Hasil Uji Heterokedastisitas

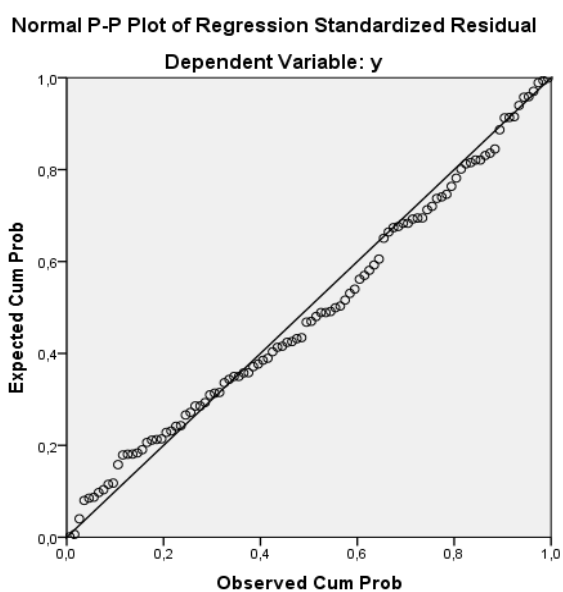


Hasil Uji Normalitas

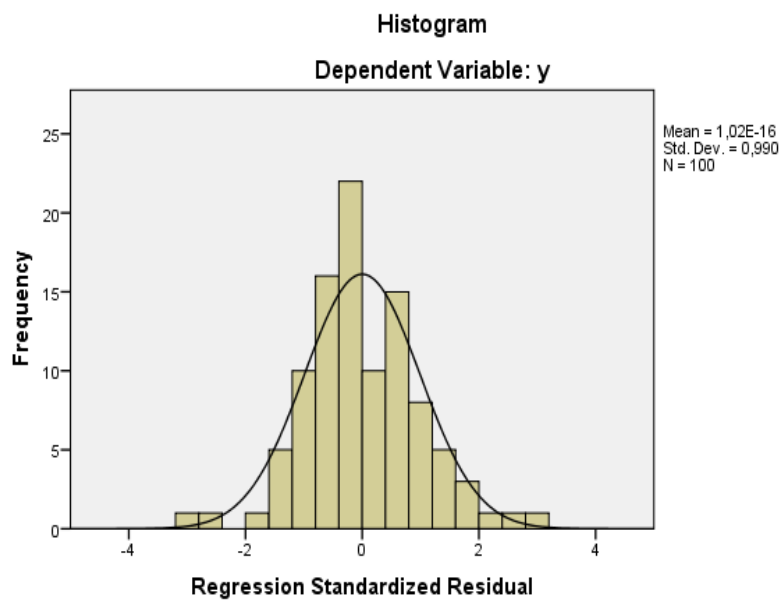
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,68532121
Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,067
	Negative	-,067
Kolmogorov-Smirnov Z		,670
Asymp. Sig. (2-tailed)		,761

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Histogram



Hasil Uji Linearitas**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x1	Between Groups	(Combined)	1074,509	17	63,206	8,578	,000
		Linearity	951,676	1	951,676	129,149	,000
		Deviation from Linearity	122,833	16	7,677	1,042	,424
	Within Groups		604,241	82	7,369		
	Total		1678,750	99			

Uji Multikolinearitas**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,411	1,445			
	x1	,757	,071	,729	,932	1,073
	x2	,101	,075	,092	,932	1,073

a. Dependent Variable: y

Lampiran 5 Uji Analisis Regresi Berganda

Hasil Uji Determinasi (R^2)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x2, x1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,758 ^a	,575	,566	2,713

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	964,866	2	482,433	65,551	,000 ^b
	Residual	713,884	97	7,360		
	Total	1678,750	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Hasil Uji T Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,411	1,445		1,668	,098		
	x1	,757	,071	,729	10,629	,000	,932	1,073
	x2	,101	,075	,092	1,339	,184	,932	1,073

a. Dependent Variable: y

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR : 088/In.24/FEBI/KP.02.3/11/2017
T E N T A N G
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA T.A. 2017/2018

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA;

- Menimbang**
- a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi;
 - b. Bahwa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang perlu dan cakap serta memenuhi syarat untuk ditunjuk dalam tugas tersebut;
 - c. Untuk maksud tersebut di atas, dipandang perlu ditetapkan dalam surat keputusan.

- Mengingat**
1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 2. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 tentang Dosen;
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tanggal 17 Oktober 2014, Tentang IAIN Langsa;
 5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa;
 6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/01150.1 Tanggal 11 Februari 2015, tentang Pengangkatan Rektor IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa yang defenitif Masa Bhakti 2015–2019;
 7. Surat Keputusan Rektor tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor 2 Tahun 2015 tanggal 16 Maret Tahun 2015;
 8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2017, Tanggal 07 Desember 2016.

- Memperhatikan** Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 03 November 2017.

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan** Drs. Junaidi, M.Ed, MA sebagai Pembimbing I dan Ainun Mardhiah, M.Si sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama Agung Pradhana Putra, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : 4012013038, dengan Judul Skripsi : “Analisis Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Kampung Paya Bedi Aceh Tamiang)”.

- Ketentuan**
- a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun terhitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqashah Skripsi;
 - b. Masa Bimbingan kurang dari 1 (Satu) Tahun apabila masa studi telah berakhir;
 - c. Setiap Bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
 - d. Penyelesaian Skripsi yang melewati masa studi berlaku ketentuan tersendiri;
 - e. Masa Studi Program Strata Satu (S1) adalah 7 (Tujuh) Tahun;
 - f. Kepada Pembimbing I dan Pembimbing II tidak diperkenankan untuk merubah judul skripsi yang telah ditetapkan dalam SK, kecuali melalui proses pembahasan ulang dan harus berkoordinasi dengan Ka. Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 - g. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 - h. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Langsa
Pada Tanggal 10 November 2017 M
1439 H



Tembusan :

1. Jurusan/Prodi dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa;
2. Pembimbing I dan II;
3. Mahasiswa yang bersangkutan.