

**PENGARUH PELAYANAN, PENGETAHUAN, LOKASI DAN
TINGKAT KEUNTUNGAN NISBAH (BAGI HASIL) TERHADAP
MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK ACEH
SYARIAH CABANG KUALA SIMPANG
(Studi Kasus Masyarakat Desa Gedung Biara)**

SKRIPSI

Oleh:

LAILI SYAHFITRI

NIM. 4012017150

**Program Studi
PERBANKAN SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2021 M / 1443 H**

**PENGARUH PELAYANAN, PENGETAHUAN, LOKASI DAN
TINGKAT KEUNTUNGAN NISBAH (BAGI HASIL) TERHADAP
MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK ACEH
SYARIAH CABANG KUALA SIMPANG
(Studi Kasus Masyarakat Desa Gedung Biara)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**



Oleh:

**LAILI SYAHFITRI
NIM. 4012017150**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2021 M / 1443 H**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, Lokasi Dan Tingkat Keuntungan Nisbah (Bagi Hasil) Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Kota Kuala Simpang (Studi Kasus Masyarakat Desa Gedung Biara)” Atas Nama LAILI SYAHFITRI NIM 4012017150 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 26 Agustus 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 26 Agustus 2021
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Langsa

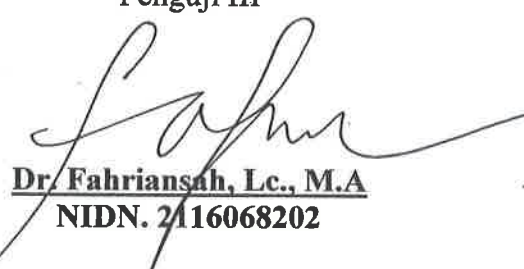
Penguji I


Dr. Abdul Hamid, MA
NIP. 19730731 200801 1 007


Penguji II


Ade Fadillah FW Pospos, MA
NIP. 19880407 201903 2 010

Penguji III


Dr. Fahriansah, Lc., M.A
NIDN. 2116068202

Penguji IV


Rifyal Dahlawy Chalil, S.E.I.Sc
NIP. 19870913 201903 1 005



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa


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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laili Syahfitri
NIM : 4012017150
Tempat, Tanggal Lahir : Gedung Biara, 01-09-1999
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Dsn. Tanjung Pandan Desa Gedung Biara
Kecamatan Seruway

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, Lokasi Dan Tingkat Keuntungan Nisbah (Bagi Hasil) Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Kota Kuala Simpang (Studi Kasus Masyarakat Desa Gedung Biara)”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 26 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Laili Syahfitri

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ RAHASIA KESUKSESAN ADALAH MENGETAHUI APA YANG ORANG LAIN TIDAK KETAHUI”.

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, karya sederhana ini kupersembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, dan segala karunia yang tiada tara untukku dan seluruh umat-Nya”.

- ❖ Kedua orang tuaku kepada Ayah dan Ibuku, yang telah tulus dan ikhlas membesarkan, membiayai serta mendoakanku selalu. Semoga Allah SWT memuliakan kalian berdua baik di dunia maupun di akhirat.
- ❖ Untuk keluargaku yang senantiasa membantu dan memberi semangat.
- ❖ Teman-temanku yang selalu mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini
- ❖ Almamaterku tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang telah banyak memberikan pelajaran dan pengalaman yang luar biasa.
- ❖ Serta seluruh pihak yang membantuku terutama dalam usaha penyelesaian skripsi ini .

ABSTRAK

Perbankan selama ini telah menjadi sektor yang strategis sebagai jembatan dalam menghubungkan antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana dengan cara menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkannya yang terhimpun dalam bentuk kredit atau pembiayaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara pelayanan, pengetahuan, lokasi dan tingkat bagi hasil secara simultan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Gedung Biara Kecamatan Seruway Aceh Tamiang sebanyak 1922 orang, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 95 sampel diambil menggunakan rumus slovin dengan menggunakan teknik probability sampling. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari pelayanan sebesar $3,731 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,661$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 <$ α $0,05$ maka H_0 ditolak. Nilai t_{hitung} dari pengetahuan sebesar $2,944 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,677$, dengan nilai signifikansi $0,004 <$ $0,05$ maka H_0 ditolak. Nilai t_{hitung} dari bagi hasil sebesar $2,343 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,677$, dengan nilai signifikansi $0,021 <$ $0,05$ maka H_0 ditolak. Nilai t_{hitung} dari teknologi sebesar $2,242 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,684$, dengan nilai signifikansi $0,031 <$ $0,05$ maka H_0 ditolak. Sedangkan secara simultan nilai $F_{hitung} = 36,413 >$ dari F_{tabel} $2,31$ dengan nilai signifikansi = $0,000$. Dengan demikian nilai signifikansi ($0,000 <$ $0,05$), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan (X1), pengetahuan (X2), lokasi (X3) dan bagi hasil (X4) terhadap minat (Y).

Kata kunci : Pelayanan, Pengetahuan, Lokasi, Bagi Hasil Dan Minat

ABSTRACT

Banking has so far become a strategic sector as a bridge in connecting between those who have excess funds and those who need funds by collecting funds from the public and then distributing the collected funds in the form of credit or financing. The purpose of this research is to find out the partial and simultaneous effect of service, knowledge, location and profit-sharing level simultaneously on people's interest in saving at Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. The method used in this study uses quantitative methods. The population in this study was the village community of Gedung Monas, Seruway District, Aceh Tamiang as many as 1922 people, while the sample in this study was 95 samples taken using the slovin formula using probability sampling technique. Hypothesis testing using multiple linear regression analysis using t test (partial) and f test (simultaneous). The results showed that the tcount value of the service was $3.731 >$ from the ttable of 1.661, with a significance value of $0.000 < \alpha 0.05$, then H_0 was rejected. The tcount value of knowledge is $2,944 >$ from ttable of 1,677, with a significance value of $0,004 < 0,05$ then H_0 is rejected. The value of tcount from profit sharing is $2,343 >$ from ttable of 1,677, with a significance value of $0.021 < 0.05$, then H_0 is rejected. The value of tcount from technology is $2.242 >$ from ttable of 1.684, with a significance value of $0.031 < 0.05$, then H_0 is rejected. Meanwhile, simultaneously the value of Fcount = $36,413 >$ from Ftable 2.31 with a significance value = 0.000. Thus the significance value ($0.000 < 0.05$), then there is a significant effect between service (X1), knowledge (X2), location (X3) and profit sharing (X4) on interest (Y).

Keywords: Service, Knowledge, Location, Profit Sharing And Interest

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, “ **Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, Lokasi Dan Tingkat Keuntungan Nisbah (Bagi Hasil) Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Kota Kuala Simpang (Studi Kasus Masyarakat Desa Gedung Biara)**” dengan baik. Shalawat 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 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. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA., selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M.CL., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Fakhrizal, Lc. Ma selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Abdul Hamid, MA selaku pembimbing I yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

5. Ibu Ade Fadillah FW Pospos, MA selaku pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Ibu Mastura M.Si., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Ibu Zikriatul Ulya, S.E., MM, selaku penasehat akademik peneliti
8. 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.
9. Segenap Staff TU Prodi Perbankan Syariah dan yang memberi kemudahan administratif bagi peneliti selama masa perkuliahan.
10. 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.
11. Semua teman-teman yang sama-sama lagi menyusun skripsi di Prodi Perbankan Syariah. Terima kasih, peneliti ucapkan untuk kalian yang telah setia berjuang bersama-sama mencari ilmu di Fakultas tercinta kita.

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

Langsa, Juni 2021
Peneliti

Laili Syahfity

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	Ḍ	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	Ḍ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik (diatas)
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
ـَي	fathah dan ya	Ai	a dan i
ـَو	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

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

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
ـَ / ـَا	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
ـِ	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
ـُ	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		
Ṭalḥah	=	طَلْحَةَ

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-Ḥajj	=	الْحَجُّ
Nu'imma	=	نُعْمٌ

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 /ج/ 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	=	القَلَمُ
al-Badī'u	=	البَدِيعُ
al-Jalālu	=	الْجَلَالُ

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. 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'khuḏūna	=	تَأْخُذُونَ
an-Nau'	=	النَّوْءُ
Syai'un	=	شَيْءٌ
Inna	=	إِنَّ
Umirtu	=	أَمْرٌ
Akala	=	أَكَلَ

8. Penelitian Kata

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

Contoh:

Wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqīn	وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ
Wa innalāha lahuwa khairurrāziqīn	
Fa aufu al-kaila wa al-mīzān	فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ
Fa auful- kaila wa-mīzān	
Ibrāhīm al-Khalīl	إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ
Ibrāhīmul-Khalīl	
Bismillāhi majrehā wa mursāhā	بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمَرْسَاهَا
Walillāhi 'alan-nāsi ḥijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā	وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا
Walillāhi 'alan-nāsi ḥijjul-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 muḃārakan	إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا
Syahru Ramadān al-lazī unzila fih al-Qur'an	شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ
Syahru Ramadanal-lazī unzila fihil-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 penelitian itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرًا مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb

بِهِ 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
PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Rumusan Masalah	9
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.6. Penjelasan Istilah.....	11
1.7. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Bank Syariah	14
2.1.1. Pengertian Bank Syariah	14
2.1.2. Produk Bank Syariah	15
2.1.3. Bank Aceh Syariah	17
2.2. Minat	20
2.2.1. Pengertian Minat	20
2.2.2. Faktor yang Mempengaruhi Minat	21
2.2.3. Indikator Minat	21
2.3. Pelayanan	23
2.3.1. Pengertian Pelayanan.....	23
2.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Pelayanan	24
2.3.3. Indikator Pelayanan	25
2.4. Pengetahuan	26
2.4.1. Pengertian Pengetahuan.....	26
2.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan	27
2.4.3. Indikator Pengetahuan	28
2.4.4. Hubungan Pengetahuan terhadap Minat.....	29
2.5. Lokasi	29
2.5.1. Pengertian Lokasi	29
2.5.2. Indikator Lokasi.....	30

2.5.3. Hubungan Lokasi terhadap Minat	31
2.6. Bagi Hasil (Nisbah)	31
2.6.1. Pengertian Bagi Hasil (nisbah)	31
2.6.2. Faktor yang Mempengaruhi Bagi Hasil (nisbah).....	33
2.6.3. Indikator Bagi Hasil (nisbah)	34
2.6.4. Hubungan Bagi Hasil (nisbah) terhadap Minat	34
2.7. Penelitian Terdahulu	35
2.8. Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	44
2.9. Kerangka Teori.....	49
2.10. Hipotesis.....	50

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Jenis dan Sifat Penelitian	52
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	52
3.3. Populasi Penelitian.....	53
3.4. Data Penelitian	54
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.6. Identifikasi dan Devinisi Operasional.....	56
3.7. Metode Analisis Data	58
3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	58
3.7.2. Uji Hipotesis	64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	67
4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	67
4.1.2. Analisis Karakteristik Responden.....	68
4.1.3. Analisa Data.....	71
4.1.4. Uji Asumsi Klasik.....	73
4.1.5. Uji Hipotesis	83
4.2. Pembahasan	86
4.2.1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kota Kuala Simpang.....	86
4.2.2. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kota Kuala Simpang.....	89
4.2.3. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang	91
4.2.4. Pengaruh Bagi Hasil (nisbah) Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang	93
4.2.5. Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, Lokasi dan Bagi Hasil (Nisbah) Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang	95

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	97
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	123

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Stastitik Perbankan Syariah 2018	3
Tabel 1.2. Jumlah Penduduk Desa Gedung Biara.....	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	57
Tabel 4.1. Uji Validitas	72
Tabel 4.2. Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.3. Uji Normalitas.....	74
Tabel 4.4. Uji Linearitas	76
Tabel 4.5. Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4.6. Uji Autokolerasi.....	81
Tabel 4.7. Uji Analisis Regresi Berganda.....	82
Tabel 4.8. Uji T	83
Tabel 4.9. Uji F.....	85
Tabel 4.10 Uji R.....	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Jumlah Bank di Indonesia	2
Gambar 2.1. Kerangka Teori.....	49
Gambar 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	70
Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Gambar 4.5. Uji Heterokedastisitas	80

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	102
Lampiran 2 Validitas.....	107
Lampiran 3 Uji Normalitas	111
Lampiran 4 Uji Linearitas	113
Lampiran 5 Uji Heterokedastisitas.....	115
Lampiran 6 Uji Autokolerasi	116
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas.....	117
Lampiran 8 Uji Linear Berganda	118
Lampiran 9 Uji t.....	119
Lampiran 10 Uji F.....	120
Lampiran 11 Uji R2	121
Lampiran 13 Dokumentasi	122
Daftar Riwayat Hidup	123
Lampiran 14 Tabel Master Penelitian	
Lampiran 15 Tabel R	
Lampiran 16 Tabel T	
Lampiran 17 Tabel F	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

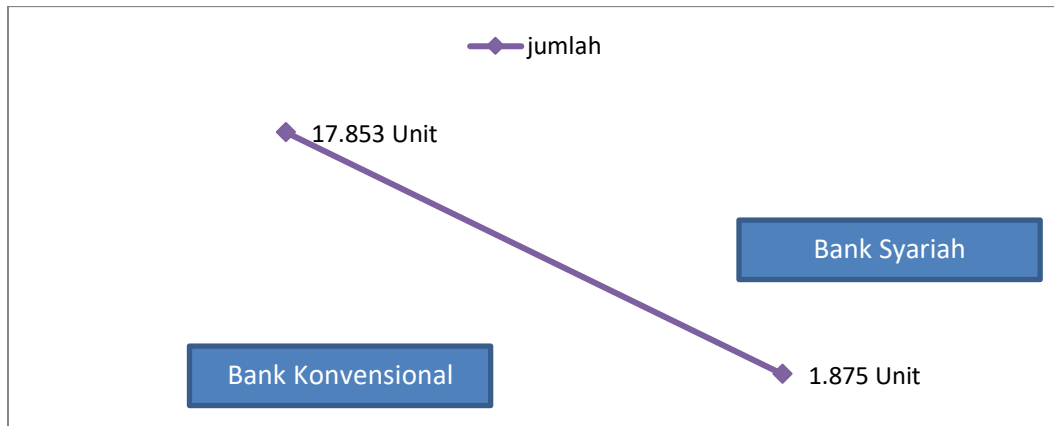
Perbankan merupakan motor penggerak perekonomian Negara yang berperan sebagai lembaga intermediasi. Perbankan selama ini telah menjadi sektor yang strategis sebagai jembatan dalam menghubungkan antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana dengan cara menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkan dana yang terhimpun dalam bentuk kredit atau pembiayaan.¹

Perkembangan ekonomi Islam atau yang biasa disebut juga dengan ekonomi syariah di Indonesia saat ini berkembang dengan begitu pesat. Kehadiran perbankan syariah di dunia dinilai mampu menjawab kesulitan-kesulitan yang terjadi di perbankan konvensional. Di Indonesia dimulai pada tahun 1990an, berdirinya perbankan syariah di tengah-tengah perbankan konvensional membawa kemajuan tersendiri bagi dunia perbankan di Indonesia.² Fenomena dan data empiris menemukan bahwa bank konvensional lebih banyak dibandingkan dengan bank syariah. Hal ini dapat dilihat dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per Desember 2018 pada grafik dibawah ini:

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana purnada Media Group, 2011), h.96

² Antonio, Syrafi'i Muhammad. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Cetakan Pertama. (Jakarta: Gema Insani Press. 2011), h. 56.

Grafik 1.1
Jumlah Bank di Indonesia 2018



Sumber : www.Ojk.co.id (2018)

Berdasarkan grafik 1.1. di atas dapat diketahui bahwa jumlah bank syariah dan konvensional jauh berbeda, bank konvensional di Indonesia berjumlah 17.853 ribu unit sedangkan bank syariah yang ada di Indonesia hanya mencapai 1,875 unit, hal ini berbanding terbalik dengan data yang menyatakan bahwa Indonesia mayoritas masyarakat Beragama Muslim, seharusnya mayoritas perbankan yang ada di Indonesia juga berprinsip syariah.

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri bank syariah yaitu tidak menerima atau membebankan bunga kepada nasabah. Akan tetapi menerima dan membebankan bagi hasil serta imbalan lain yang sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan.³ Dalam pandangan masyarakat, perbankan syariah dinilai paling sesuai dengan kondisi perekonomian Indonesia, hal ini dikarenakan kemudahan yang ditawarkan. Oleh karena itu, banyak nasabah yang tertarik untuk menabung pada bank yang bersifat syariah, ini semua dikarenakan sistem yang tidak

³ Djoko Muljono, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: ANDI, 2015), h.67

menggunakan suku bunga bank. Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil yang adil.⁴ Jumlah statistik Perbankan Syariah di Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.1. berikut ini :

Tabel 1.1
Statistik Perbankan Syariah 2018

BUS/UUS/BPRS	Jumlah Bank	Jumlah Kantor	Total Aset (Milliaran Rupiah)
BUS	13 (6.43%)	1.882 (69,33%)	292.289 (67,51%)
UUS	21 (10.39%)	348 (13,24%)	131,655 (30,40%)
BPRS	168 (83,16)	458 (17,42%)	-

Sumber: www.ojk.co.id, 2018

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa pertumbuhan BUS/UUS/BPRS di Indonesia cukup pesat dengan total aset BUS mencapai 67,51% dengan jumlah Bank 6,43% yang tersebar di seluruh Indonesia dan jumlah kantor sebanyak 69,33%. Kemudian untuk UUS (Unit Usaha Syariah) memiliki jumlah Bank sebesar 10,39% dan jumlah kantor 13,24% yang tersebar di seluruh Indonesia dengan total aset 30,40%, sedangkan untuk BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) memiliki jumlah bank sebanyak 83,16% dan jumlah kantor sebanyak 17,42%.

Salah satu Bank Syariah yang ada di Aceh adalah Bank Aceh Syariah, kehadiran Bank Aceh Syariah di Aceh telah memberikan pilihan alternatif bagi para pengguna jasa layanan perbankan berdasarkan keyakinan agamanya tidak menggunakan layanan jasa perbankan konvensional, berdasarkan Undang-Undang nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun

⁴ Nurul Saraswati, Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Kcp Magelang (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Magelang) Tugas Akhir, *Jurnal Ekonomi*, 8 (1), 2016.

1992 tentang perbankan. Bank Aceh Syariah akan dapat berkembang dengan baik bila mengacu pada *demand* (permintaan) masyarakat akan produk dan jasa Bank Aceh Syariah. Dengan modal Undang-Undang dan nilai moral, Bank Aceh Syariah harus mampu membuktikan bahwa keberadaannya dapat melayani kebutuhan masyarakat baik dari sisi *surplus* unit (kelebihan dana) maupun *deficit* unit (kekurangan dana).⁵

Salah satu Desa yang ada di wilayah kabupaten Aceh Tamiang adalah Desa Gedung Biara yang memiliki jumlah penduduk berjumlah 1922 jiwa, adapun mata pencaharian penduduk desa gedung biara adalah bersumber dari sektor perdagangan, peternakan dan pertanian. Namun berdasarkan hasil observasi awal peneliti masyarakat Desa Gedung Biara banyak yang tidak menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah, dari 10 orang masyarakat yang peneliti jumpai hanya 2 (20%) masyarakat yang menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah sedangkan 8 (80%) masyarakat lainnya menjadi nasabah di Bank Konvensional seperti BRI. Jumlah penduduk Desa Gedung Biara dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.2
Jumlah Penduduk Desa Gedung Biara

No	Nama Dusun	Jumlah KK	Jenis Kelamin		Jumlah Jiwa
			LK	PR	
1	Dusun Pandai Besi	245	425	375	800
2	Dusun Tanjung Pandan	193	325	352	667
3	Dusun Melati	105	213	232	445
	Total	543	963	959	1922

Sumber : Kantor Datuk Gedung Biara, 2020

Tidak berbeda dengan bank-bank lain, Bank Aceh Syariah melakukan persaingan merebut nasabah, pihak bank cenderung memengaruhi para nasabah

⁵ Muhammad, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2017)., h. 32

dengan tekanan dari faktor-faktor internal berupa sikap inovasi-inovasi dan keunggulan dalam bersaing melalui perbaikan produk dan perbaikan sumber daya manusia sedangkan faktor eksternal yaitu ekonomi, politik, dan pertimbangan keuntungan apa saja yang akan diperoleh masyarakat.⁶ Menjaga dan mempertahankan minat nasabah bukan pekerjaan yang mudah. Kunci agar nasabah memiliki minat menabung di sebuah bank adalah mempertahankan layanan dan respon serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah.⁷

Pelayanan buruk yang diberikan oleh bank dengan sendirinya menjadi penyebab berkurangnya minat nasabah. Dengan menciptakan dan meningkatkan persaingan dalam memasarkan produk dan jasa perbankan. Pelayanan, promosi, lokasi dan bagi hasil suatu bank merupakan masalah yang langsung berhubungan dengan nasabah, maka perlu evaluasi terhadap pelayanan, promosi yang selama ini telah diberikan oleh bank, serta pengaruh lokasi dan sistem bagi hasil dari bank syariah tersebut.⁸

Selain pelayanan, pengetahuan mempengaruhi masyarakat desa gedung biara dalam menentukan pilihan. Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dengan adanya informasi berbagai produk serta kemudahan yang diberikan pada anggota diharapkan mampu memberikan kemudahan bagi anggota untuk memutuskan menabung.⁹ Keunggulan dan kelebihan dalam memutuskan menabung dibank

⁶ Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Dan Ancaman* (Yogyakarta:Ekonesia, 2014), h. 23

⁷ Eva Wijayanti, Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo, *Jurnal Perbankan Syariah*. 8 (10). 2019

⁸ Azwar S. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), h. 75

⁹ AA. Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, (Remaja Rosdakarya, Bandung, 2014), h 56

aceh syariah dengan baik cenderung akan menjadi nasabah bank syariah meningkat. Namun nyatanya masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui kelebihan dan keunggulan di bank aceh syariah sehingga berdampak pada minat masyarakat untuk menabung di bank aceh syariah.

Kemudian lokasi yang strategis dari bank Aceh Syariah juga memiliki peranan penting terhadap sumbangsih bertambahnya nasabah di suatu bank. Menurut Tjiptono dalam jurnal yang ditulis oleh Indra Firdiansyah, lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha. Menurut Lamb, pemilihan lokasi yang baik merupakan keputusan yang sangat penting, pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha dimasa mendatang.¹⁰ Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan dan yang terakhir, apabila nilai lokasi memburuk akibat perubahan lingkungan yang dapat terjadi setiap waktu, mungkin saja usaha tersebut harus dipindahkan atau ditutup.¹¹

Selain pelayanan, pengetahuan dan lokasi terdapat faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah dalam menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah yaitu nisbah (bagi hasil) yang ditawarkan oleh pihak bank. Bagi hasil adalah bentuk return (perolehan kembalinya) dari kontrak investasi, dari waktu ke

¹⁰ Lamb, *Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2011) h.101.

¹¹ Hessel Nogi, *Manajemen Publik* (Edisi Pertama. Jakarta: PT. Grassendo, 2015) h. 208

waktu, tidak pasti dan tidak tetap.¹² Besar kecilnya perolehan kembali itu tergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi. Jika usaha mendapatkan keuntungan, porsi bagi hasil adalah sesuai kesepakatan misalnya 60:40 yang berarti atas hasil usaha yang diperoleh akan didistribusikan sebesar 60% pada pemilik dana (shahibul mal) dan 40% bagi pengelola dana (mudharib). Namun jika terjadi kerugian maka porsi bagi hasil disesuaikan dengan kontribusi masing-masing pihak. Dapat disimpulkan bahwa bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana (shahibul mal) dengan pengelola dana (mudharib).¹³

Dengan nisbah bagi hasil yang tinggi masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada bank dengan harapan mendapatkan imbalan yang diterima oleh kedua pihak baik pihak bank maupun nasabah. Namun, bukan hanya besaran bagi hasilnya saja yang membuat nasabah tertarik tetapi ketentuan dalam pembagian bagi hasil juga yang membuat nasabah yang memiliki dana untuk menyimpan dananya pada bank syariah.¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan ditemukan alasan kenapa masyarakat Desa Gedung Biara tidak menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah seperti kurangnya ATM bank aceh sehingga masyarakat kesulitan pada saat ingin mengambil uang, masyarakat juga kurang mengetahui tentang produk-produk yang ada di Bank Aceh Syariah bahkan beberapa warga yang peneliti jumpai masih merasa asing saat peneliti menyebutkan nama Bank Aceh Syariah,

¹² Eva Wijayanti, Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo, *Jurnal Perbankan Syariah*. 8 (10). 2019

¹³ Ibbid, h. 13

¹⁴ Ibbid, h. 14

lokasi bank yang jauh dari desa Gedung Biara dan masyarakat juga tidak mengetahui masalah nisbah bagi hasil yang akan masyarakat dapatkan jika menjadi nasabah di bank Aceh Syariah.

Dari latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut di Desa Gedung Biara terhadap pengetahuan, motivasi dan sikap masyarakat terhadap Bank Aceh Syariah. Untuk itu peneliti memberikan judul penelitian yaitu **“Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, Lokasi dan Tingkat Keuntungan Nisbah (Bagi Hasil) Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kota Kuala Simpang (Studi Kasus Masyarakat Desa Gedung Biara)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian yaitu :

1. Kurangnya pelayanan Bank Aceh Syariah cabang Kota Kuala Simpang terhadap masyarakat di Desa Gedung Biara.
2. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap produk-produk yang ada di Bank Aceh Syariah cabang Kota Kuala Simpang.
3. Ketepatan pemilihan lokasi Bank Aceh Syariah cabang Kota Kuala Simpang terhadap pengetahuan masyarakat.
4. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap Nisbah (Bagi Hasil) di Bank Aceh Syariah cabang Kota Kuala Simpang
5. Masyarakat kurang berminat untuk menjadi nasabah Bank Aceh Syariah cabang Kota Kuala Simpang.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, maka perlu dilakukan batasan masalah:

1. Pada penelitian ini penulis hanya membahas masalah yang berhubungan dengan pelayanan, pengetahuan, lokasi dan tingkat keuntungan (bagi hasil) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah.
2. Pada penelitian ini penulis memberikan informasi kepada masyarakat terhadap produk tabungan yang dimiliki Bank Aceh Syariah.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian yang akan diteliti yaitu :

1. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah cabang Kota Kuala Simpang ?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah cabang Kota Kuala Simpang?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah cabang Kota Kuala Simpang?
4. Bagaimana pengaruh tingkat bagi hasil (nisbah) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah cabang Kota Kuala Simpang?
5. Bagaimana pengaruh pelayanan, pengetahuan, lokasi dan tingkat bagi hasil secara simultan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah cabang Kota Kuala Simpang?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang.
4. Untuk mengetahui tingkat bagi hasil (nisbah) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang.
5. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan, pengetahuan, lokasi dan tingkat bagi hasil secara simultan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis pribadi, sebagai wahana pengetahuan, pengalaman, informasi, tentang penelitan yang akan diteliti terhadap pelayanan, pengetahuan, lokasi dan bagi hasil (nisbah) minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang.
2. Bagi peneliti selanjutnya Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan sebagai kajian untuk peneliti selanjutnya

3. Bagi prodi, diharapkan penelitian ini menjadi salah satu sumber informasi bagi pihak yang ingin mengetahui mengenai kelanjutan hasil penelitian.

1.6 Penjelasan Istilah

1. Pelayanan

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah cara melayani, jasa, atau kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Pelayanan adalah alat-alat pemuas kebutuhan yang tidak berwujud atau prestasi yang dilakukan atau dikorbankan untuk memuaskan permintaan dan kebutuhan konsumen.¹⁵

2. Pengetahuan

Pengetahuan adalah merupakan hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indra manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba.¹⁶

3. Lokasi

Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha.¹⁷

¹⁵ Komarudin. *Manajemen Kantor Teori dan Praktek.*(Bandung: Triyenda Karya, 2013), h. 448

¹⁶ AA. Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, (Remaja Rosdakarya, Bandung, 2013), h 56

¹⁷ Komarudin. *Manajemen Kantor Teori dan Praktek.*(Bandung: Triyenda Karya, 2013), h. 411

4. Bagi Hasil (Nisbah)

Nisbah berarti porsi pembagian, rasio pembagian keuntungan atau pendapatan yang disepakati antar pihak yang bekerjasama, yang biasanya berhubungan dengan bagi hasil usaha.¹⁸ Sedangkan bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi pembagian hasil usaha antara pemodal dan pengelola dana pembagian hasil usahanya.¹⁹

5. Minat

Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Hal ini seperti dikemukakan oleh Slameto yang menyatakan bahwa minat sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.²⁰

1.7 Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini disajikan dalam sistematika pembahasan yang terdiri atas 5 (lima) bab, yaitu :

Bab I adalah bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, penjelasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II adalah bab kajian teoritis yang terdiri dari tinjauan pustaka, penelitian sebelumnya, kerangka teoritis dan hipotesis.

¹⁸ Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Total Media, 2019), h. 186

¹⁹ *Ibid.*,... h. 35

²⁰ Slameto. *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013), h. 56

Bab III adalah bab metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, defenisi operasional dan teknik analisis data.

Bab IV adalah bab temuan penelitian yang terdiri dari deskripsi data penelitian, uji persyaratan analisis, uji hipotesis, interprestasi dan pembahasan hasil penelitian serta analisis penulis.

Bab V adalah bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian

BAB II

TINJAUAN TEORI

2.1. Bank Syariah

2.1.1. Pengertian Bank Syariah

Bank berasal dari kata Italia *banco* yang artinya bangku. Bangku inilah yang dipergunakan oleh bankir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi bank.²¹ sebagai berikut :

Definisi bank syariah menurut Muhammad Bank Islam adalah lembaga keuangan yang operasionalnya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW.²²

Dari definisi tersebut dikatakan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam. Menurut UU No. 10 Tahun 1998 yang di revisi dengan UU perbankan UU No. 21 Tahun 2008 mendefinisikan bank syariah yaitu lembaga keuangan yang pengoperasiannya dengan sistem bagi hasil.

Syarif Arbi mendefinisikan bank syariah adalah : Bank yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan manusia akan jasa perbankan, dengan teknik perbankan yang dilakukan terjauh dari yang bertentangan dengan ajaran agama

²¹ Malayu Hasibuan, *Perbankan Islam*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2012), h1

²² Muhammad, *Kebijakan Moneter dan Fiskal Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Salemba Empat , 2012), h 12

Islam.²³ Sedangkan Syafi'i Antonio mendefinisikan bank syariah adalah : Aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.²⁴

Dari definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa bank syariah adalah suatu lembaga yang bertugas memenuhi kebutuhan manusia sesuai dengan syariah Islam. Masih banyak definisi mengenai bank syariah yang telah dikemukakan oleh para ahli pada dasarnya definisi-definisi tersebut tidak berbeda antara satu dengan yang lain yaitu cara operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah Islam.

2.1.2. Produk Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank dengan prinsip dasar bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam pengerahan dananya maupun dalam penyaluran dananya.²⁵ Secara garis besar jenis kegiatan usaha bank syariah dapat dibagi ke dalam tiga kategori utama yaitu penghimpunan dana (*funding*), penyaluran dana (*landing*), dan pelayanan jasa.²⁶

1. Penghimpunan Dana (*Funding*)

Dalam penghimpunan dana, bank syariah melakukan obilisasi dan investasi tabungan untuk membangun perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan yang ada data dijamin bagi semua pihak. Tujuan mobilisasi dana merupakan hal penting karena Islam secara tegas mengutuk penimbunan

²³Arbi Syarif, *Mengenal Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank*, (Jakarta : Djembatan, 2002), h 21

²⁴ Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori Kepraktik*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001),h. 1

²⁵ Ali Rama, Perbankan Syariah Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, *Jurnal Signifikan* . 2 (1). 2013

²⁶ Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana, 2011), h. 34

tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan sosial ekonomi Islam. Dalam hal ini, bank syariah melakukannya tidak dengan prinsip bunga (riba), melainkan dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat Islam, terutama mudharabah (bagi hasil) dan wadiah (titipan).

2. Penyaluran Dana (*Landing*)

Dalam menyalurkan dana, bank syariah dapat memberikan berbagai bentuk pembiayaan. Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah mempunyai lima bentuk utama, yaitu mudharabah (pembiayaan dengan prinsip bagi hasil antara bank dan nasabah pembiayaan dimana pemilik modal (Bank) menyediakan sebagian besar modal pada suatu usaha yang disepakati). Dan musyarakah (pembiayaan yang dilakukan melalui kerja sama usaha antara bank dengan nasabah dimana modal usaha berasal dari kedua belah pihak. Dalam pembiayaan musyarakah ini, keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan porsi sharing modal masing-masing dengan pola bagi hasil), murabahah dan salam (dengan pola jual beli), dan ijarah (dengan pola sewa operasional maupun finansial). Selain kelima bentuk pembiayaan ini, terdapat berbagai bentuk pembiayaan yang merupakan turunan langsung atau tidak langsung dari kelima bentuk pembiayaan di atas. Bank syariah juga memiliki bentuk produk pelengkap yang berbasis (*fee-based service*) seperti qardh dan jasa keuangan lainnya.

3. Jasa Pelayanan

Selain menjalankan transaksi untuk mencari keuntungan, bank syariah juga melakukan transaksi yang tidak untuk mencari keuntungan. Transaksi ini tercakup dalam jasa pelayanan (*fee based income*). Beberapa bentuk layanan jasa

yang disediakan oleh bank Syariah untuk nasabahnya, antara lain jasa keuangan, agen, dan jasa non keuangan. Yang termasuk dalam jasa keuangan, antara lain *Wadi'ah yad dhamanah* atau titipan (dalam bentuk giro dan tabungan), wakalah (pelimpahan kekuasaan kepada bank untuk bertindak mewakili nasabah), kafalah (jaminan yang diberikan seseorang untuk menjamin pemenuhan kewajiban pihak kedua), *hiwalah* (pengalihan dana atau utang dari depositor atau dektor ke penerima atau kreditor), *rahn* (pinjaman dengan jaminan atau gadai atau *mortgage*), *shorf* (jual beli mata uang). Bank syariah juga bisa bertindak sebagai agen investasi dalam bentuk *Mudharabah Muqayadah* atau investasi terikat, ketika nasabah investor meberikan batasan-batasan investasi yang di inginkannya. Bank hanya bertindak sebagai agen atau perantara untuk mempertemukan investor dan pengusaha. Selain itu bank syariah juga bisa memberikan jasa non keuangan, seperti menyediakan pelayanan titipan wadi'ah yad amanah (*save deposit box*).

2.1.3. Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama "PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV" dengan modal dasar ditetapkan Rp 25.000.000.

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960, Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-Undang No. 13 Tahun 1962 tentang ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada

tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari ini. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009.

Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.

Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd.Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan akhir tahun 2017, Bank Aceh telah memiliki 161 jaringan kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 25 Kantor Cabang, 86 Kantor Cabang Pembantu, 20 Kantor Kas tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan (dua Kantor Cabang, dua Kantor Cabang Pembantu, dan satu Kantor Kas), dan 17 Payment Point. Bank juga melakukan penataan kembali lokasi kantor sesuai dengan kebutuhan.

2.2. Minat

2.2.1. Pengertian Minat

Minat adalah perasaan suka terhadap suatu hal atau aktivitas tanpa adanya paksaan. Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan.²⁷ Adapun definisi lain Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu.

Dengan kata lain Minat merupakan perilaku (*behavioral intention*) adalah keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Bahwa Minat seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut.²⁸

Minat merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang di butuhkan pada periode tertentu. Dapat di katakan bahwa minat pembelian merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemesan untuk mengetahui minat pembelian konsumen terhadap suatu produk, baik dari pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan variabel minat untuk memprediksi perilaku konsumen di masa yang akan datang.²⁹

²⁷ Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi, 2017), h. 116

²⁸ Ibbid, h 216

²⁹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Yogyakarta: Andi, 2017), h. 13

Dalam berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat menabung adalah suatu keinginan yang disertai perasaan yakin, dengan menabung berarti melaksanakan perencanaan masa yang akan datang dan bisa mendapatkan kepuasan serta manfaat yang diinginkan.

2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Cukup banyak faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misalnya bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), dan berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, dan lingkungan masyarakat. Abdul Rahman Saleh berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:³⁰

1. Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu.
2. Motiv sosial, dapat menjadi faktor yang membagikan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

2.2.3. Indikator Minat

Minat adalah keinginan seseorang untuk melakukan aktifitas pembiayaan dan jasa-jasa yang terdapat pada bank syariah untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk merepresentasikan variabel Minat agar dapat mencapai tujuan yang

³⁰ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, (*Psikologi Penganta Dalam Prespektif Islam*), h. 264

ditentukan, maka dalam penelitian ini menggunakan indikator- indikator, yang selanjutnya indikator tersebut dijabarkan dalam item-item pernyataan di dalam kuesioner. Indikator-indikator untuk mengukur variabel minat, yaitu :³¹

1. Pengenalan masalah, merupakan dorongan untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan konsumen dalam mengambil keputusan.
2. Pencarian informasi, mempunyai fungsi dalam memengaruhi pengambilan keputusan konsumen terdiri dari empat kelompok yaitu : sumber pribadi (Keluarga, teman, tetangga, dan kerabat). Sumber komersil: iklan, tenaga penjual, pedagang dan perantara sumber publik : media massa, organisasi penilai konsumen. Sumber pengalaman, penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.³²
3. Evaluasi Alternatif merupakan tahapan konsumen menggunakan informasi yang telah didapat untuk menilai secara sadar atau rasional mengenai produk dalam sekelompok pilihan.³³
4. Keputusan pembelian merupakan tahapan dimana konsumen menetapkan produk yang akan di beli.³⁴
5. Perilaku pasca membeli, merupakan tahap dimana tindakan konsumen setelah pembelian didasarkan atas kepuasan atau tidak kepuasan produk yang dibeli.³⁵

³¹ Chiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. “ *Perilaku Konsumen*”. (Jakarta: Indeks 2008), h. 25

³² Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 417

³³ Atanasius Hardian Permana Yogiarto, “ *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah*” (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), h. 17-18

³⁴ *Ibid.*, h. 17-18

³⁵ *Ibid.*, h 17-18

2.3. Pelayanan

2.3.1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan bisa disebut sebagai suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pasien dan usaha pembelian yang berulang-ulang.³⁶

Kemampuan memberikan pelayanan secara profesional merupakan tuntutan yang tidak dapat ditawar lagi hal ini diperkuat dengan telah diberlakukannya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang pada dasarnya mengatur hak-hak konsumen, dimana konsumen harus diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, tidak diskriminatif, serta untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan.³⁷

Pelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.³⁸ Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan apa yang diperlukan orang lain. Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan

³⁶ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Pt.Raja Grafindo, 2015), h15

³⁷ Ginandjar Kartasasmita, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, (Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2010). h 28

³⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta,: Raja Grafindo Persada, 2010). h 2

orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.³⁹

Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.⁴⁰ Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

2.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah :⁴¹

1. Kecepatan

Meliputi cepat kerjanya dengan hasil yang baik, cepat tanggap terhadap suatu permasalahan, dan selalu siap dalam melayani nasabah.

2. Ketepatan

Meliputi tepat dalam bidangnya, tepat dalam waktu, menguasai pengetahuan dan keterampilan yang mendukung, tepat dalam menangani keluhan nasabah

³⁹Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2010). h 415

⁴⁰ Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2015). h152

⁴¹Kotler, Philip dan Keller. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Bahasa Indonesia), (Jakarta: Indeks, 2017). h 20

3. Keramahan

Meliputi sopan, ramah terhadap pasien, ramah dalam berbicara, dan rapi dan sopan dalam berpakaian dan penampilan.

4. Kenyamanan

Meliputi tempat dan ruangan yang memberikan rasa nyaman kepada nasabah.

2.3.3. Indikator Kualitas Pelayanan

Empat dimensi karakteristik yang digunakan oleh para nasabah dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, antara lain sebagai berikut:⁴²

1. Bukti langsung

Kemampuan Rumah Sakit dalam menampilkan fasilitas yang baik, kondisi gedung yang bersih, nyaman dan interior menarik, tempat parkir yang aman, keamanan serta menjaga penampilan dan keterampilan para pegawai, para pegawai berpakaian sopan dan bersikap ramah.⁴³

2. Keandalan (*Reability*)

Keandalan (*Reability*) merupakan kemampuan untuk meningkatkan pelayanan dengan segera, tepat waktu, akurat dan memuaskan, kemudahan proses transaksi di kasir, program promosi yang dilaksanakan sesuai dengan program yang disosialisasikan dan fasilitas seperti ATM yang dapat digunakan sesuai fungsinya.⁴⁴

⁴² R.Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta:Salemba 4, 2011). h148

⁴³ Cristopher Loverlock, et al, *Pemasaran Jasa: Manusia, Tegnologi, Strategi*, (Jakarta; Erlangga, 2010). h 154

⁴⁴ Ibid, h 154

3. Daya tanggap (*Responsivness*)

Daya Tanggap (*Responsivness*) adalah elemen yang berkaitan dengan kesediaan petugas dalam membantu dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi pasien, petugas dapat memberikan informasi yang jelas, petugas dapat memberikan layanan dengan segera dan tepat waktu, petugas memberikan pelayanan dengan baik. Daya tanggap merupakan bagian dari profesionalitas, dalam pelaksanaan suatu pekerjaan pegawai dapat dikatakan profesionalitas apabila bekerja sesuai dengan keahlian dan kemampuan yang dimiliki.⁴⁵

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah hal yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya karyawan. Selain itu, bebas dari bahaya saat pelayanan merupakan jaminan juga.

2.4. Pengetahuan

2.4.1. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah merupakan hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indra manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba.⁴⁶

Pengetahuan sangat erat hubungannya dengan pendidikan, dimana diharapkan bahwa dengan pendidikan yang tinggi maka orang tersebut akan

⁴⁵ Supian Sauri ”*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Al-Kamil Jawa Timur*” (Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017. h 28

⁴⁶ Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), h. 27.

semakin luas pula pengetahuannya. Akan tetapi perlu ditekankan, bukan berarti seseorang yang berpendidikan rendah mutlak berpengetahuan rendah pula. Pengetahuan seseorang tentang suatu objek mengandung dua aspek yaitu aspek positif dan aspek negatif.⁴⁷ Kedua aspek ini akan menentukan sikap seseorang, semakin banyak aspek positif dan objek yang diketahui, maka akan menimbulkan sikap positif terhadap objek tertentu. Menurut teori WHO (*World Health Organization*), salah satu bentuk objek kesehatan dapat dijabarkan oleh pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman sendiri.

Pengetahuan konsumen terdiri dari informasi yang tersimpan dalam ingatan pengetahuan konsumen. Para pemasar sangat tertarik untuk mengerti dan memahami pengetahuan konsumen. Informasi ini dipegang oleh konsumen tentang produk/jasa akan sangat berpengaruh terhadap pola pemberian mereka.

2.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Faktor yang mempengaruhi pengetahuan antara lain:⁴⁸

1. Faktor Internal
 - a. Pendidikan Pendidikan berarti bimbingan yang diberikan seseorang terhadap perkembangan orang lain menuju kearah cita-cita tertentu yang menentukan manusia untuk berbuat dan mengisi kehidupan untuk mencapai keselamatan dan kebahagiaan. Pendidikan diperlukan untuk mendapat informasi misalnya hal-hal yang menunjang kesehatan sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup.

⁴⁷ Ibbid, h 27-28

⁴⁸ Soekidjo Notoatmodjo, *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013),h 19.

- b. Pekerjaan Lingkungan pekerjaan dapat menjadikan seseorang memperoleh pengalaman dan pengetahuan baik secara langsung maupun secara tidak langsung
 - c. Umur Bertambahnya umur seseorang, tingkat kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berfikir dan bekerja. Dari segi kepercayaan masyarakat seseorang yang lebih dewasa lebih dipercaya dari orang yang belum tinggi kedewasaannya. Ini ditentukan dari pengalaman dan kematangan jiwa
2. Faktor Eksternal
 - a. Lingkungan Lingkungan merupakan seluruh kondisi yang ada disekitar manusia dan pengaruhnya yang dapat mempengaruhi perkembangan dan perilaku orang atau kelompok
 - b. Sosial budaya Sistem sosial budaya yang ada pada masyarakat dapat mempengaruhi dari sikap dalam menerima informasi

2.4.3. Indikator Pengetahuan

Terdapat tiga indikator yang dapat digunakan dalam mengukur pengetahuan yaitu sebagai berikut:⁴⁹

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk/jasa
2. Pengetahuan tentang manfaat produk/jasa
3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk/jasa bagi konsumen.

⁴⁹ Soekidjo Notoatmodjo, *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), h. 19.

2.4.4. Hubungan Antara Pengetahuan Terhadap Minat

Dalam tingkatan yang umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Sedangkan pengetahuan konsumen didefinisikan sebagai kumpulan dari keseluruhan informasi yang sesuai dengan fungsi konsumen dipasar. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan konsumen/masyarakat adalah semua informasi yang dimiliki masyarakat mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan dengan prosuk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen/masyarakat. Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi minat menabung. Jadi semakin tinggi pengetahuan konsumen atau masyarakat maka semakin tinggi minat menabung di bank Aceh Syariah syariah dan sebaliknya.

2.5. Lokasi

2.5.1. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah suatu ruang dimana berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk yang diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran. Faktor lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh pembeli dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Lokasi yang strategis bagi konsumen akan memperkecil pengorbanan energi dan waktu.⁵⁰

⁵⁰ Wahyu Ariani, *Manajemen Operasional Jasa*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, cet 1,2019), h 245

Lokasi memegang peranan yang penting dalam melakukan usaha. Karena berkaitan dengan dekatnya lokasi penjualan dengan pusat keramaian, mudah dijangkau (aksesibilitas), aman, dan tersedianya tempat parkir yang luas, pada umumnya lebih disukai konsumen. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Sehingga dengan demikian, ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik.⁵¹

Keputusan dalam pemilihan lokasi pelayanan cenderung merupakan bagian penting dari seluruh strategi pemasaran untuk menyampaikan produk atau pelayanan kepada pelanggan. Perusahaan tidak dapat menyederhanakan survei karakteristik demografi dan membangun fasilitas pada lokasi dengan tanda-tanda penting dari pelanggan atau adanya pertimbangan finansial yang merupakan bagian dari keputusan pemilihan lokasi konsumen untuk melakukan suatu produk.⁵²

2.5.2. Indikator Lokasi

Tjiptono menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor dalam pemilihan tempat atau lokasi, pada penelitian ini indikator lokasi yang digunakan dalam pemilihan tempat atau lokasi adalah:

1. Akses adalah kemudahan untuk menjangkau lokasi yang meliputi Lokasi yang mudah dijangkau, kondisi jalan menuju lokasi dan waktu yang ditempuh menuju lokasi.

⁵¹ Ibbid h, 246

⁵² Ibbid h, 247

2. Lalu lintas, banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impluse buying. Kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa juga menjadi hambatan.
3. Tempat parkir yang luas, aman, dan terjamin keamanannya⁵³.

2.5.3. Hubungan Antara Lokasi Terhadap Minat

Penentuan lokasi merupakan hal penting untuk dipertimbangkan dengan baik dan mendalam dengan memperhatikan sumber daya yang akan dipakai. Semakin luas area lokasi dan semakin dekat dengan sarana umum yang disediakan akan berpengaruh pada minat nasabah menabung. Faktor lokasi/letak perbankan syariah yang baik dan strategis akan meningkatkan minat menabung nasabah. Artinya semakin baik lokasi suatu perbankan syariah maka minat menabung di bank syariah akan semakin besar.

2.6. Bagi Hasil (Nisbah)

2.6.1. Pengertian Bagi Hasil (Nisbah)

Bagi hasil menurut terminologi asing *Profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara definitif profit sharing diartikan : distribusi beberapa bagian laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. Lebih lanjut dikatakan, hal itu dapat berbentuk suatu bonus uang tunai tahunan yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya atau dapat berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan.⁵⁴

⁵³ Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, (Yogyakarta : Andi, 2017), h. 219

⁵⁴ Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syariah*, (Yogyakarta. UII, Pres ,2010). h. 26

Prinsip bagi hasil umum dan landasan bagi operasional bank islam secara keseluruhan. Prinsip bagi hasil dalam simpanan/tabungan tersebut menetapkan tingkat keuntungan/pendapatan bagi tiap-tiap pihak. Pembagian keuntungan dilakukan melalui tingkat perbandingan rasio, bukan ditetapkan dalam jumlah yang pasti.⁵⁵ Secara syariah, prinsip bagi hasil berdasarkan kaidah al-mudharabah. Mudharabah merupakan kerja sama antara pemilik dana melakukan usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah.⁵⁶

Berdasarkan prinsip ini, bank syariah akan berfungsi sebagai mitra, baik dengan penabung maupun dengan pengusaha yang meminjam dana. Dengan penabung, bank akan bertindak sebagai *mudharib* “pengelola”, sedangkan penabung bertindak sebagai *shahibul maal* “penyandang dana”. Antara keduanya diadakan akad Mudharabah yang menyatakan pembagian keuntungan masing-masing pihak. pembagian keuntungan deposan/nasabah ditentukan diawal pembukaan rasio tabungan. Untuk menghitung pendapatan bagi hasil yang diterima oleh bank maupun nasabah, dimana bank sebagai mudharib, sedangkan nasabah sebagai shahibul maal dilakukan beberapa tahapan sebagai berikut :⁵⁷

1. Menentukan prinsip perhitungan bagi hasil.
2. Menghitung jumlah pendapatan yang akan di distribusikan untuk bagi hasil.

⁵⁵ Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta. Erlangga. 2012). h. 105

⁵⁶ Viethzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking : sebuah teori, konsep dan aplikasi*, Ed 2 Cet 1,(Jakarta, Bumi Aksara. 2010). h. 82

⁵⁷ Rizal Yaya, dkk, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta. Salemba Empat. 2010). h. 51

3. Menentukan sumber pendanaan yang digunakan sebagai dasar perhitungan bagi hasil.
4. Menentukan pendapatan bagi hasil untuk bank dan nasabah.

2.6.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nisbah Bagi Hasil

Terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi nisbah bagi hasil yang terdiri dari:⁵⁸

1. Presentase. Nisbah bagi hasil harus dinyatakan dalam persentase (%), bukan dalam nominal uang tertentu (Rp).
2. Bagi untung dan bagi rugi. Pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati, sedangkan pembagian kerugian berdasarkan porsi modal masing-masing pihak.
3. Jaminan. Jaminan yang akan diminta terkait dengan character risk yang dimiliki oleh mudharib karena jika kerugian diakibatkan oleh keburukan karakter mudharib, maka yang menanggungnya adalah mudharib. Akan tetapi, jika kerugian diakibatkan oleh business risk, maka shahibul mal tidak diperbolehkan untuk meminta jaminan pada mudharib.
4. Besaran nisbah. Angka besaran nisbah bagi hasil muncul sebagai hasil tawar menawar yang dilandasi oleh kata sepakat dari pihak shahibul mal dan mudharib.
5. Cara menyelesaikan kerugian. Kerugian akan ditanggung dari keuntungan terlebih dahulu karena keuntungan adalah pelindung modal. Jika kerugian melebihi keuntungan, maka akan diambil dari pokok modal.

⁵⁸ Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syariah*, (Yogyakarta. UII, Pres ,2010). h. 26

2.6.3. Indikator Nisbah Bagi Hasil

Menurut Melli Saputri indikator bagi hasil ada tiga yaitu :⁵⁹

1. Kejelasan besarnya nisbah, penentuan ini harus ditentukan pada awal kesepakatan dengan kemungkinan keuntungan dan rugi.
2. Manfaat bagi hasil, artinya nasabah akan mendapatkan manfaat dari bagi hasil yang diterima yang berupa investasi halal sehingga nasabah yang melakukan transaksi akan merasa aman dengan sistem bagi hasil yang diberikan. Hal ini karena sistem bagi hasil merupakan pembagian keuntungan yang menjauhi perbuatan riba.
3. Bagi hasil yang kompetitif, besarnya bagi hasil ditentukan berdasarkan keuntungan yang diperoleh, keadilan dalam pembagian merupakan salah satu prinsip dalam menghitung bagi hasil, sehingga nasabah merasa nyaman dengan sistem bagi hasil.

2.6.4. Hubungan Antara Nisbah Bagi Hasil terhadap Minat

Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak anggota dengan pihak Bank Aceh Syariah. Nisbah merupakan rasio bagi hasil yang akan diterima oleh tiap-tiap pihak yang melakukan akad kerjasama usaha, yaitu pemilik dana (shahibul māl) dan pengelola dana (mudhārib), dimana nisbah tertuang dalam akad yang disepakati dan ditanda tangani kedua belah pihak. Sistem bagi hasil pada produk tabungan merupakan salah satu faktor yang sangat penting, karena tingginya

⁵⁹ Melli Saputri, Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Bina Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung (studi pada Anggota Simpanan Wadi'ah Personal), *Jurnal Ekonomi*. 4 (2). 2017

minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan tergantung pada bagi hasil yang ditawarkan oleh Bank.

2.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang peneliti buat dalam penelitian ini berbentuk tabel meliputi nama peneliti, judul, metode dan hasil penelitian

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1	Nurul Saraswati (2016) ⁶⁰	Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Kcp Magelang (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Magelang)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Hal ini dibuktikan bahwa variabel pengetahuan konsumen dengan nilai t hitung untuk variabel pengetahuan diperoleh sebesar 12,100 sedangkan signifikansinya 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Dan dari hasil uji koefisien determinasi model summary diperoleh nilai R Square (R ²) adalah 0.599 atau 59,9%, jadi sebesar 59,9% pengambilan keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Magelang dipengaruhi oleh variabel pengetahuan

⁶⁰ Nurul Saraswati, Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Kcp Magelang, *Skripsi*, UIN Walisongo Semarang

				masyarakat
2	Edwin Prasetyo, 2016 ⁶¹	Pengaruh Tingkat Nisbah Bagi Hasil, Penerapan Akad, Citra Merk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Lembaga Keuangan Bank Syariah, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan variable tingkat nisbah bagi hasil dengan nilai p-value $0.554 > 0.05$ secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, variable penerapan akad dengan nilai p-value $0.435 > 0.05$ secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menabung, variable citra merk dengan p-value 0.000 (F-tabel) 2.31 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.
3	Melli Saputri, 2017 ⁶²	Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di Btm Bina Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung (studi pada Anggota Simpanan Wadi'ah Personal)	Kuantitatif	Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, (1) variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BTM Bina Masyarakat Utama, (2) variabel nisbah bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BTM Bina Masyarakat Utama, (3) variabel pelayanan positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BTM Bina Masyarakat Utama

⁶¹ Edwin Prasetyo. Pengaruh Tingkat Nisbah Bagi Hasil, Penerapan Akad, Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Lembaga Keuangan Perbankan Syariah, *Skripsi*, Uin Syarif Hidayatullah, 2017

⁶² Meli Saputri, Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Bina Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung (studi pada Anggota Simpanan Wadi'ah Personal), *Jurnal Ekonomi*. 4 (2). 2017

4	Khalina Halima Amar, 2019	Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, Dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BANK BRI Syariah Kcp Sudirman Lubuk Pakam	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan variable pelayanan thitung X1 3.404 > t tabel 1,989, yang artinya variable independen berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, promosi memiliki nilai t hitung X2 0,985 < t tabel 1,989, lokasi memiliki nilai t hitung X3 - 0,311 < t tabel 1,989 dan bagi hasil memiliki nilai t hitung X4 3.135 > t tabel 1,989
5	Akbar Sabani (2012) ⁶³	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Palopo	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa faktor minat (psikologis dan rasionalis) yang terdiri dari variabel motivasi (X1) sikap (X2), belajar (X3), persepsi (X4), dan tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis (X5) mempunyai hubungan yang kuat dan pengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat muslim di Kecamatan Wara Timur menabung pada bank syariah (Y). Variabel tingkat keuntungan (nisbah) dan perhitungan bisnis (X5) adalah merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap rendahnya minat masyarakat muslim di

⁶³ Akbar Sabani. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Palopo. Tesis. 2012. UIN ALAUDIN. h. 80

			<p>Kecamatan Wara Timur Kota Palopo menabung pada bank syariah. Kemudian upaya yang harus dilakukan yaitu Bank Syariah/Muamalat Cabang Palopo hendaknya melakukan promosi untuk memberikan tambahan informasi dan pengetahuan agar dapat menarik minat masyarakat atau calon nasabah menabung di Bank Syariah/Muamalat Cabang Palopo bukan hanya sebatas melalui kyai atau ulama saja, tetapi melalui peran media baik itu media cetak atau maupun elektronik harus lebih gencar lagi dan juga melakukan penyebaran brosur yang menyertakan informasi persentase nisbah melalui door to door, kampus-kampus, dan instansi serta pemasangan spanduk di lokasi yang strategis sehingga informasi yang disampaikan dapat sampai pada semua lapisan masyarakat dan seluruh daerah cakupan di Kota Palopo khususnya di Kecamatan Wara Timur. Kemudian hendaknya Bank Syariah/Muamalat Cabang Palopo membuka cabang pembantu atau kantor khas potensial untuk</p>
--	--	--	---

				<p>lebih mengakomodir kebutuhan masyarakat khususnya di Kecamatan Wara Timur dan pada umumnya di Kota Palopo serta membumikan produk-produk funding yang berdasarkan syariah Islam dan memperluas market sharenya. Serta pelayanan dalam bentuk daya tarik fisik dan inovasi teknologi harus terus dikembangkan atau diperbaiki lagi oleh Bank Syariah/Muamalat Cabang Palopo karena tawaran yang diberikan masih dibawah harapan konsumen (nasabah), sehingga perlu diadakannya perbaikan. Seperti kecepatan pelayanan, menanyakan keperluan nasabah, dan pendirian ATM.</p>
6	Endah Nur Rahmawati, Nur Kafid, Taufiq Wijaya (2017). ⁶⁴	Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah	Kuantitatif	<p>Dari uji deskriptif yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan rata-rata setuju bahwa faktor-faktor mempengaruhi pegawai untuk tidak memilih produk pembiayaan di Bank Syariah dengan rentang nilai 75,5-16,8 persen. Dari hasil pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa</p>

⁶⁴ Endah Nur Rahmawati, Nur Kafid, Taufiq Wijaya. Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Bank Syariah. *Jurnal 'Anil Islam* Vol. 10 No. 1, Juni 2017

			<p>faktor-faktor (Lingkungan, Biaya, Produk, Proses, Pesaing, Personal Trait (People), Promotion, Margin, Minat) merupakan faktor-faktor dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pegawai untuk tidak memilih produk pembiayaan di Bank Syariah, di mana dari hasil analisis faktor menunjukkan bahwa nilai pengujian dari masing-masing pembentuk suatu konstruk, hasilnya menunjukkan setiap indikator-indikator atau dimensi pembentuk masing-masing variabel laten menunjukkan baik dan menunjukkan unidimensionalitas. Dari hasil reduksi atau pengelompokan dari masing-masing indikator terbentuk menjadi 6 komponen hasil dari penyetaraan nilai dari indikator 9 faktor, komponen pertama dengan nilai 26.389 dinamai menjadi komponen Produk Pembiayaan, komponen kedua dengan nilai 12.740 dinamai menjadi komponen Pelayanan, komponen ketiga dengan nilai 10.608 dinamai menjadi komponen Fasilitas (sarana/prasarana) bank</p>
--	--	--	--

				syariah, komponen keempat dengan nilai 6.723 dinamai menjadi komponen Prosedur (aturan-aturan), komponen kelima dengan nilai 5.274 dinamai menjadi komponen Promosi, komponen keenam dengan nilai 4.710 dinamai menjadi komponen Keuntungan.
7	Muh. Abdul Azis (2019). ⁶⁵	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang)	Kuantitatif	1) Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat remaja masjid menabung pada bank syariah. Artinya semakin baik tingkat pengetahuan remaja masjid tentang bank syariah maka akan meningkatkan minat menabung pada bank syariah. 2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat remaja masjid menabung pada bank syariah. Artinya semakin tinggi promosi yang dilakukan oleh bank syariah maka semakin tinggi tingkat minat remaja masjid menabung pada bank syariah. 3) Produk berpengaruh positif dan tidak

⁶⁵ Muh. Abdul Azis. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di bank Syariah (Studi Kasus Pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang)*. Skripsi. IAIN Salatiga. 2019. H 75

				<p>signifikan terhadap minat remaja masjid menabung pada bank syariah. Artinya masih sedikit remaja masjid yang mengetahui tentang produk-produk bank syariah.</p> <p>Reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat remaja masjid menabung pada bank syariah. Artinya semakin baik tingkat reputasi bank syariah maka semakin meningkatkan minat remaja masjid menabung pada bank syariah.</p>
8	M. Aminudin ⁶⁶	Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi dan Fasilitas perbankan Syariah Terhadap Minat memilih produk Bank Syariah	Kuantitatif menggunakan Regresi Liner Berganda	Secara simultan dan parsial antara variabel Independen dan Dependen bahwa Pengetahuan Santri, Lokasi dan Fasilitas di Perbankan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk di bank syariah.
9	Muh Rizky Adi Hirmawan	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah bertransaksi di Bank Syariah (Studi Kasus di Bank Jateng Syariah	Regresi Liner Berganda	Pelayanan dan perilaku karyawan bank, faktor bagi hasil, faktor variasi produk bank, faktor letak bank yang strategis, faktor tingkat keamanan bank, faktor pengetahuan nasabah tentang bank syariah, faktor persepsi tentang

⁶⁶ M. Aminudin, Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi dan Fasilitas perbankan Syariah Terhadap Minat memilih produk Bank Syariah, *Skipri*. 2017

		Cabang Surakarta).		bunga bank yang bertentangan dengan agama, faktor keuntungan, terhadap minat nasabah bertransaksi di bank syariah. Hasil kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank Syariah.
10	Nur Jannah. ⁶⁷	Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo).	Regresi Liner sederhana	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh variabel independen (Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah) terhadap variabel dependen (minat menjadi nasabah) mampu memberikan sumbangan sebesar 52,7 %, sedangkan 43,7% sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dari penelitian ini. Hasil uji emperis pengaruh antara pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menjadi nasabah, menunjukkan nilai t hitung sebesar -1700, nilai sig pada variabel pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah sebesar 0,000 dan nilai koefesien regresi, variabel pengetahuan mahasiswa bernilai

⁶⁷ Nur Jannah. Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo). *Skripsi*. 2018

				positif yakni 0,662. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif tidak signifikan antara pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menjadi nasabah.
--	--	--	--	---

2.8. Perbedaan dan Persamaan Penelitian

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Saraswati dengan peneliti adalah, peneliti terdahulu menggunakan analisis regresi sederhana dengan satu variabel bebas yaitu pengetahuan masyarakat sedangkan peneliti menggunakan 4 variabel bebas yaitu pelayanan, pengetahuan, lokasi dan nisbah bagi hasil dan menggunakan analisis regresi berganda. Perbedaan selanjutnya dapat dilihat dari lokasi dan waktu penelitian. Persamaan dapat dilihat dari variabel terikat yang digunakan yaitu minat dan sama sama menggunakan metode kuantitatif.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Edwin Prasetyo dengan peneliti adalah dapat dilihat dari lokasi dan waktu penelitian. Persamaan dapat dilihat dari variabel terikat yang digunakan yaitu minat dan sama sama menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Melli Saputri dengan peneliti adalah dapat dilihat dari lokasi dan waktu penelitian selanjutnya dapat dilihat dari variabel terikat yang digunakan, jika peneliti terdahulu menggunakan variabel keputusan sebagai variabel terikat maka peneliti menggunakan variabel minat. Persamaan dapat dilihat metode kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Khalina Halima Amar dengan peneliti adalah dapat dilihat dari lokasi dan waktu penelitian selanjutnya dapat dilihat dari variabel bebas yang digunakan jika peneliti terdahulu menggunakan variabel Pelayanan, Promosi, Lokasi, Dan Bagi Hasil Bank maka peneliti menggunakan variabel pelayanan, pengetahuan, lokasi dan bagi hasil. Persamaan dapat dilihat metode kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Akbar Sabani judul penelitian *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Palopo*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, hasil penelitian yaitu penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa faktor minat (psikologis dan rasionalis) yang terdiri dari variabel motivasi (X1) sikap (X2), belajar (X3), persepsi (X4), dan tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis (X5) mempunyai hubungan yang kuat dan pengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat muslim di Kecamatan Wara Timur menabung pada bank syariah (Y). Variabel tingkat keuntungan (nisbah) dan perhitungan bisnis (X5) adalah merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap rendahnya minat masyarakat muslim di Kecamatan Wara Timur Kota Palopo menabung pada Bank Syariah. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Laili Syahfitri berjudul *Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, Lokasi, dan Tingkat Keuntungan (Bagi Hasil) Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang (Study Kasus Masyarakat Desa Gedung Biara)*. Adapun yang menjadi rumusan dalam penelitian yaitu 1) Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap minat

masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. 2) Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh syariah Kuala Simpang. 3) Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. 4) Bagaimana pengaruh tingkat bagi hasil (nisbah) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. 5) Bagaimana pengaruh pelayanan, pengetahuan, lokasi dan tingkat bagi hasil secara simultan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Endah Nur Rahmawati, Nur Kafid, Taufiq Wijaya yang berjudul *Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah*. Peneliti ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian yaitu Dari uji deskriptif yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan rata-rata setuju bahwa faktor-faktor mempengaruhi pegawai untuk tidak memilih produk pembiayaan di Bank Syariah dengan rentang nilai 75,5-16,8 persen. Dari hasil pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor (Lingkungan, Biaya, Produk, Proses, Pesaing, Personal Trait (People), Promotion, Margin, Minat) merupakan faktor-faktor dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pegawai untuk tidak memilih produk pembiayaan di Bank Syariah, di mana dari hasil analisis faktor menunjukkan bahwa nilai pengujian dari masing-masing pembentuk suatu konstruk, hasilnya menunjukkan setiap indikator-indikator atau dimensi pembentuk masing-masing variabel laten menunjukan baik dan menunjukan

unidimensionalitas. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Laili Syahfitri berjudul Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, Lokasi, dan Tingkat Keuntungan (Bagi Hasil) Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang (Study Kasus Masyarakat Desa Gedung Biara). Adapun yang menjadi rumusan dalam penelitian yaitu 1) Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. 2) Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh syariah Kuala Simpang. 3) Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. 4) Bagaimana pengaruh tingkat bagi hasil (nisbah) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. 5) Bagaimana pengaruh pelayanan, pengetahuan, lokasi dan tingkat bagi hasil secara simultan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Muh. Abdul Azis, penelitian berjudul *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang)*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian yaitu Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat remaja masjid menabung pada bank syariah. Artinya semakin baik tingkat pengetahuan remaja masjid tentang bank syariah maka akan meningkatkan minat menabung pada bank syariah. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat remaja masjid menabung pada bank syariah. Artinya semakin tinggi promosi yang

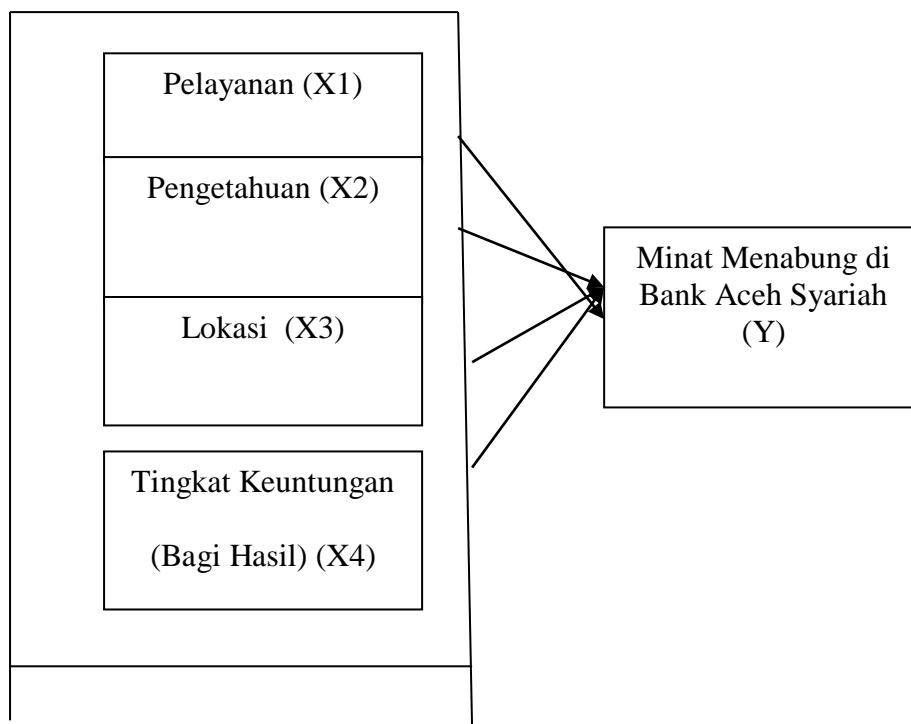
dilakukan oleh bank syariah maka semakin tinggi tingkat minat remaja masjid menabung pada bank syariah. Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat remaja masjid menabung pada bank syariah. Artinya masih sedikit remaja masjid yang mengetahui tentang produk-produk bank syariah. Reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat remaja masjid menabung pada bank syariah. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Laili Syahfitri berjudul Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, Lokasi, dan Tingkat Keuntungan (Bagi Hasil) Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang (Study Kasus Masyarakat Desa Gedung Biara). Adapun yang menjadi rumusan dalam penelitian yaitu 1) Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. 2) Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh syariah Kuala Simpang. 3) Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. 4) Bagaimana pengaruh tingkat bagi hasil (nisbah) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. 5) Bagaimana pengaruh pelayanan, pengetahuan, lokasi dan tingkat bagi hasil secara simultan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Kuala Simpang. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh M. Aminudin dengan peneliti dapat dilihat dari lokasi, waktu penelitian dan objek penelitian. Persamaan dapat dilihat dari variabel terikat yang digunakan yaitu minat dan sama sama menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nurjannah dengan peneliti dapat dilihat dari lokasi, waktu penelitian dan objek penelitian. Perbedaan selanjutnya dapat dilihat dari metode yang digunakan jika peneliti terdahulu menggunakan analisis regresi sederhana maka penelitian yang sedang peneliti lakukan menggunakan analisis regresi berganda. Persamaan dapat dilihat dari variabel terikat yang digunakan yaitu minat dan sama sama menggunakan metode kuantitatif.

2.9. Kerangka Teori

Kerangka teori dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Keterangan Gambar :

1. Variabel independent (bebas dalam penelitian ini adalah Pelayanan (X1), Pengetahuan (X2), Lokasi (X3) dan Tingkat Keuntungan (Bagi Hasil) (X4).
2. Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kota Kuala Simpang (Y).

Penelitian ini meneliti tentang seberapa besar atau tidaknya pengaruh variable independent (pelayanan, pengetahuan, lokasi dan tingkat keuntungan) terhadap variable dependen (minat menabung di bank Aceh Syariah cabang Kota Kuala Simpang).

2.10. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan sementara terhadap suatu masalah penelitian yang harus dibuktikan kebenarannya karena masih bersifat lemah sehingga harus diuji secara empiris.⁶⁸ Sesuai dengan teori dan kerangka pemikiran, maka hipotesis di bawah ini pada dasarnya merupakan jawaban sementara terhadap suatu masalah yang harus dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran teoritis yang ada, maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

1. H_{01} : Pelayanan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah.

H_{a1} : Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah.

⁶⁸ Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. h. 27

2. H₀₂ : Pengetahuan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah.
Ha₂ : Pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah.
3. H₀₃ : Lokasi tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah.
Ha₃ : Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah.
4. H₀₄ : Bagi Hasil tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah.
Ha₄ : Bagi Hasil memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah.
5. H₀₅ : Pelayanan, pengetahuan, lokasi dan bagi hasil tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah.
Ha₅ : Pelayanan, pengetahuan, lokasi dan bagi hasil memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah

\

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan, Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu metode *positivistik* karena berlandaskan pada filsafat *positivisme*. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.⁶⁹ Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*). Jika dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat *deskriptif analisis*, yaitu penelitian yang memaparkan data yang didapatkan di lapangan dan selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan pendekatan landasan teori yang ada sebagai pijakan dalam menganalisis.

Selain itu peneliti menggunakan penelitian kepustakaan guna membantu melengkapi data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Penelitian itu juga bersifat asosiatif, yaitu penelitian yang memiliki sifat hubungan antara dua variable atau lebih.⁷⁰

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Gedung Biara Kecamatan Seruway Aceh Tamiang. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara Langsung yang akan diisi oleh responden. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Mei 2020 sampai dengan selesai.

⁶⁹ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta. 2014), h. 7

⁷⁰ Ibid.,

3.3. Populasi dan Teknik pengambilan sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.⁷¹ Berdasarkan data yang telah diperoleh bahwa jumlah populasi pada penelitian ini adalah masyarakat desa Gedung Biara Kecamatan Seruway Aceh Tamiang sebanyak 1922 orang.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Adapun teknik pengambilan sampel yang akan digunakan penulis pada penelitian ini yaitu teknik *probability sampling*, teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan kepada setiap elemen dari populasi untuk dipilih sebagai sampel. Untuk menentukan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin.⁷²

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1+N(d^2)} \\
 &= \frac{1922}{1+1992(0,01)} \\
 &= \frac{1922}{1+19,22} \\
 &= \frac{1922}{20,22} \\
 &= 95,05 \approx 95 \text{ sampel}
 \end{aligned}$$

Keterangan :

N = Besar populasi

n = Besar sampel

⁷¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. h. 80

⁷² Husein Umar, “ *Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*”. Jakarta: Rajawali Press. 2010. h 78

d = Tingkat kepercayaan/ ketepatan yang diinginkan (0,1)

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 95 responden dengan cara menyebar angket.

3.4. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer, data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memerhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.⁷³ Data yang diperoleh langsung dari penelitian lapangan, yang sumbernya dari responden, dan hasil kuesioner dengan pihak yang bersangkutan.
2. Data sekunder, data yang dapat diperoleh dari sumber internal maupun eksternal. Data sekunder internal ada yang tersedia dalam format siap pakai. (seperti yang diperoleh dari *management dicision support system*) maupun dalam bentuk yang masih harus diolah lebih lanjut (Informasi-informasi yang tersedia dalam faktur penjualan),⁷⁴ yaitu data yang diperoleh dari, buku-buku, jurnal, teks, majalah brosur, dan referensi lainnya yang berkaitan dengan pelayanan, pengetahuan, lokasi dan tingkat keuntungan terhadap minat.

⁷³ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif* (Jakarta: Rajawali pers, 2013), h. 103

⁷⁴ Ibid.,

3.5. Teknik dan Instrumen Pengumpulan data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, digunakan beberapa metode antara lain :

3.5.1. Observasi

Observasi yaitu melakukan penelitian menggunakan pengamatan dan ingatan dari kejadian dilapangan yang terjadi. Observasi dilakukan pada saat pra survey dengan mengamati kejadian yang terjadi sesuai dengan kejadian di lapangan. Observasi yang dilakukan penelitian adalah observasi berperan serta (*Participant Observation*),⁷⁵ yaitu penelitian yang terlibat dari kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

3.5.2. Kuesioner

Kuesioner merupakan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁷⁶ Menurut Bachtiar, kuesioner atau angket merupakan alat pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan kepada responden, peneliti dapat menghimpun data relevan dengan tujuan penelitian dan memiliki tingkat reliabilitas serta validitas yang tinggi.⁷⁷ Maka dari sampel yang telah dipilih untuk menjadi sebagai responden adalah berjumlah 95 orang dari penelitian ini.

⁷⁵ Ibid., h. 145

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. h. 142

⁷⁷ Azuar Julianda & Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: CitaPustaka Media Perintis, 2013). h.67

3.6. Identifikasi dan Definisi Operasional

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasional variable penelitian. Seara lebih rinci, operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut :

3.6.1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam SEM (*structural Equation Modeling*/pemodelan) persamaan structural, variabel independen disebut sebagai variabel eksogen.⁷⁸ Variabel independen dalam penelitian ini ada yaitu, Pelayanan (X1), Pengetahuan (X2), Lokasi (X3) dan Tingkat Keuntungan Nisbah (Bagi Hasil) (X4).

3.6.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, criteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁷⁹ Variabel minat pada penelitian adalah sebagai variabel dependen atau variabel terikat. Secara ringkas operasionalisasi kelima variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1.

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung:Alfabet, 2016), h. 61

⁷⁹ Ibid., h. 61

Tabel 3.1
Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Definisi variabel	Referensi	Indikator
1	Dependen Minat (Y)	Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu.	Ahmad Abdilla Reza, Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Studi pada Bank Syariah Mandiri Payment Point UIN Raden Intan Lampung. (Lampung, 2017), h. 16	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca membeli
2	Independen Pelayanan (X2)	Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.	Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa, h. 6	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti langsung 2. Keandalan (<i>Reability</i>) 3. Keandalan (Daya tanggap (<i>Responsivinnes</i>)) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>)
	Pengetahuan	Pengetahuan adalah merupakan hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu	Nurul Indarti, Manajemen Pengetahuan : Teori dan Praktik, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014, h. 14	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk/jasa 2. Pengetahuan tentang manfaat produk/jasa 3. Pengetahuan

				tentang kepuasan yang diberikan produk/jasa bagi konsumen
	Lokasi	Lokasi adalah suatu ruang dimana berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk yang diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran. ⁸⁰	Tjiptono, <i>Strategi Pemasaran</i> , Edisi 2, (Yogyakarta : Andi, 2017), hal. 219	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Lalu lintas 3. Tempat parkir
	Tingkat Keuntungan nisbah	Bagi hasil menurut terminologi asing Profit sharing. Profit sharing dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. ⁸¹	Lukman Hakim, <i>Prinsip-prinsip Ekonomi Islam</i> , Jakarta. Erlangga. 2012. hlm. 105	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejelasan besarnya nisbah 2. Manfaat nisbah 3. Nisbah yang kompetitif

3.7. Metode Analisis Data

3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi). Analisis ini merupakan teknik deskripsi yang memberikan informasi tentang data yang dimiliki dan tidak bermaksud menguji hipotesis.⁸²

⁸⁰ Wahyu Ariani, *Manajemen Operasional Jasa*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, cet 1, 2019), h 245

⁸¹ Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syariah*, (Yogyakarta. UII, Pres, 2010).h. 26

⁸² Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 19

Dalam penelitian ini metode deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengkaji dan mengukur nilai rata-rata variabel Pelayanan, Pengetahuan, Lokasi dan Tingkat Keuntungan Nisbah (Bagi Hasil) Terhadap Minat. Untuk mengukurnya dilakukan dengan cara menyebarkan angket/kuesioner serta memberi skor dengan menggunakan skala likert.

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini yang mana menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner, penulis menggunakan metode skala *Likert*.⁸³ Adapun jawaban angket yang diisi oleh masyarakat desa Gedung Biara, adalah sebagai berikut:

- | | | | | |
|----|---------------------------|-------------|---|---|
| 1. | Sangat Setuju (SS) | bobot nilai | : | 5 |
| 2. | Setuju (S) | bobot nilai | : | 4 |
| 3. | Kurang Setuju (KS) | bobot nilai | : | 3 |
| 4. | Tidak Setuju (TS) | bobot nilai | : | 2 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju (STS) | bobot nilai | : | 1 |

3.7.2 Analisis Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.⁸⁴ Pembuktian uji validitas dilihat dari pengujiannya yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor individu masing-masing pernyataan

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 146

⁸⁴ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”, (Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 52

dengan skor total dari variabel. Suatu pengujian dikatakan valid atau shahih apabila:

- Jika r hasil positif, setara r hasil $> r$ tabel, maka variabel valid.
- Jika r hasil negatif, setara r hasil $< r$ table, maka variabel tidak valid.⁸⁵

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel atau konstruk. Untuk menganalisis reliabilitas, pengukuran dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan dengan menggunakan SPSS yaitu uji *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.⁸⁶ Penelitian ini menggunakan pengukuran sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel model regresinya terdapat kesalahan. Berikut macam-macam uji asumsi klasik :

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.⁸⁷

Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

⁸⁵ *Ibid.*, h. 53

⁸⁶ *Ibid.*, h. 47-48

⁸⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, h. 156

- a) jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi telah memenuhi normalitas.
- b) jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka regresi tidak memenuhi normalitas.⁸⁸

Tabel uji normalitas juga digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mengujinya, dilakukan dengan uji stastitik *Non Parametric Kolmoglov Smirnov*. Variabel tersebut normal jika Kolmogorof-Smirnov dan Untandardized residual Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05 bearti lolos uji normalitas. Sebaliknya jika nilai Kolmogrof Smirnov dan Untandardized Residual Asymp. Sig (2-tailed) < 0,05 bearti tidak lolos uji normalitas.⁸⁹

b. Uji Multikolinearitas

Multikoliniearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi di temukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen.⁹⁰ 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 < 0.1 atau sama dengan VIF > 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Jika nilai VIF tidak ada yang

⁸⁸ Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi, Multivariate dengan SPSS*, (Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2013), h. 56

⁸⁹ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.(Bandung: Alfabeta, 2008). h 160

⁹⁰Azuar Juliandi, Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung, Citapustaka, 2013). h 170

melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).⁹¹

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan keperiode pengamatan lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat pola gambar scatterplot regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika.⁹²

- a) Titik-titik data yang menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- b) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- c) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d) Penyebaran titik-titik data tidak berpola. Jika hasil output scatterplot demikian, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. 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

⁹¹*Ibid.* h. 95.

⁹²*Ibid.*, h. 186-187

kelinearitas 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.⁹³

e. Uji Autokorelasi

Autokorelasi berarti terdapatnya korelasi antar anggota sampel atau data pengamatan yang diurutkan berdasarkan waktu, sehingga munculnya suatu datum dipengaruhi oleh datum sebelumnya.⁹⁴ Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (periode sebelumnya).⁹⁵ salah satu cara mengidentifikasi adalah melihat nilai Durbin Watson (D-W):

- a) Jika nilai D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b) Jika nilai D-W di antara D-W sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- c) Jika nilai D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.⁹⁶

f. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah sebuah teknik yang bertujuan untuk mengetahui dari satu atau dua variabel bebas (Independen) dan variabel terikat. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti karena peneliti menguji bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen bila

⁹³ Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta), h. 132-133

⁹⁴ Hasan, 2010, *Marketing*, (Yogyakarta: Media Presindo), h. 285

⁹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 110

⁹⁶ Dr. Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), h. 144-182

dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi, persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.⁹⁷

Rumus untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Menabung

α = Konstanta

β_i (I = 1,2) = Koefisien regresi

X₁ = Pelayanan

X₂ = Pengetahuan

X₃ = Lokasi

X₄ = Nisbah (bagi hasil)

e = Kesalahan Prediksi/ *error team*

3.7.2. Uji Hipotesis

1. Uji T (Regresi Secara Parsial)

Menunjukkan nilai signifikan dari tiap-tiap koefisien regresi terhadap kenyataan yang ada.⁹⁸ Untuk menguji pengaruh pelayanan, pengetahuan, lokasi dan nisbah bagi hasil terhadap minat dalam penelitian ini dapat mengambil kesimpulan dengan melihat nilai signifikan yang dibandingkan dengan nilai α (5%) dengan ketentuan sebagai berikut:

⁹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), h. 110

⁹⁸ *Ibid.*, h. 187

- a. Jika nilai $\text{Sig.} < \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a ditolak.
- b. Jika nilai $\text{Sig.} > \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a di terima.

2. Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)

Digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh antara 4 variabel bebas (pelayanan, pengetahuan, lokasi dan nisbah) terhadap variabel terikat (minat) secara bersama-sama. Sehingga bisa diketahui apakah dengan yang sudah ada dapat diterima atau ditolak.⁹⁹ Untuk menguji fasilitas pelayanan, pengetahuan, lokasi dan nisbah terhadap minat dalam penelitian ini dilakukan dengan cara, membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih kecil dari pada F tabel maka H_a diterima. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan probability sebesar 5% (0,05). Jika $\text{sig} > 0,05$, maka H_0 diterima H_a ditolak. Jika $\text{sig} > 0,05$, maka H_0 ditolak H_a diterima.

3. Uji Model R^2 (Uji Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable independen. Secara umum koefisien determinan untuk data silang (*cross*

⁹⁹ *Ibid.*, h. 187

section) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Untuk menjelaskan aplikasi dengan menggunakan program SPSS.¹⁰⁰

¹⁰⁰ *Ibid.*, h. 200

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Kecamatan Seruway Aceh Tamiang

Kecamatan Seruway yang beribu kota Pulo Tiga. Seruway memiliki luas wilayah 188,49 Km² , kecamatan ini terdiri dari 86 dusun, 24 kampung, dan 4 mukim. Secara geografis Kecamatan Seruway berbatasan dengan Kecamatan Bendahara dan Kecamatan Banda Mulia dibagian Utara, Laut Selat Malaka dibagian Timur, Provinsi Sumatera Utara dibagian Selatan dan Kecamatan Rantau dibagian Barat. Letak astronomis Kecamatan Seruway adalah 04°43'32,00" - 05°06'57,00" LU dan 97°31'28,00" - 97°39'34,00" BT, dengan ketinggian 20 – 900 meter di atas permukaan laut. musim hujan dan musim kemarau. Suhu rata-rata di Kecamatan Seruway berkisar antara 260 C sampai dengan 300 C. Jika dilihat menurut penggunaan lahan, Seruway didominasi dengan perkebunan, sekitar 104,48 Km² , sedangkan tempat tinggal dan padang rumput masing-masing hanya 4,92 Km² dan 0,21 Km

Kecamatan Seruway terdiri dari 24 desa, 86 dusun, dan 4 mukim. Masing-masing Pemerintahan Desa dipimpin oleh Kepala Desa atau Datok Penghulu yang bertanggung jawab kepada Camat. Untuk membantu agar terlaksana kegiatan administrasi di desa, maka Datok Penghulu dibantu oleh Sekretaris Desa dan Kepala Dusun. Adapun jumlah Sekretaris Desa di Seruway 24 orang dan Kepala Dusun 86 orang. Secara administrasi seluruh kecamatan di Seruway mempunyai peran sebagai pengguna anggaran. Setiap tahunnya, kecamatan dan kelurahan

memperoleh anggaran untuk operasional dan pelayanan kepada masyarakat. Sejak terbentuknya Kecamatan Seruway, sudah 15 Camat yang bertugas di kecamatan ini. Untuk saat ini, Camat yang bertugas adalah Bapak M. Ilham Malik, S.STP. Jumlah Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kantor Camat Seruway tahun 2018 berjumlah 21 orang dan tenaga honor daerah 12 orang. Dengan 33 pegawai ini, diharapkan bisa meningkatkan pelayanan pada masyarakat.

Pada tahun 2018, jumlah penduduk Kecamatan Seruway mencapai 27.492 jiwa dan terdapat 6.467 rumah tangga. Dikarenakan luas wilayah 188,49 Km², berarti setiap 1 Km² ditempati sebanyak 146 penduduk. Jumlah penduduk laki-laki lebih banyak daripada penduduk perempuan. Hal ini ditunjukkan oleh sex ratio yang nilainya 101. Artinya, dalam setiap 100 penduduk perempuan, terdapat 101 penduduk laki-laki. Penduduk usia produktif (15-64 tahun) memiliki potensi yang terbesar yaitu 62,99 persen. Sedangkan untuk usia tidak produktif sekitar 37,01 persen untuk usia 0- 14 tahun dan usia 65 tahun ke atas. Sehingga, tingkat ketergantungan (dependency ratio) di Kecamatan Seruway adalah sebesar 58,77 persen. Artinya, dalam setiap 100 penduduk usia produktif menanggung sekitar 58-59 orang usia tidak produktif.¹⁰¹

4.1.2. Analisis Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden masyarakat Desa Gedung Biara berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar berikut ini:

¹⁰¹Statistik Daerah Kecamatan Seruway, (Aceh Tamiang : BPS Aceh Tamiang, 2019)

Gambar 4.1
Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

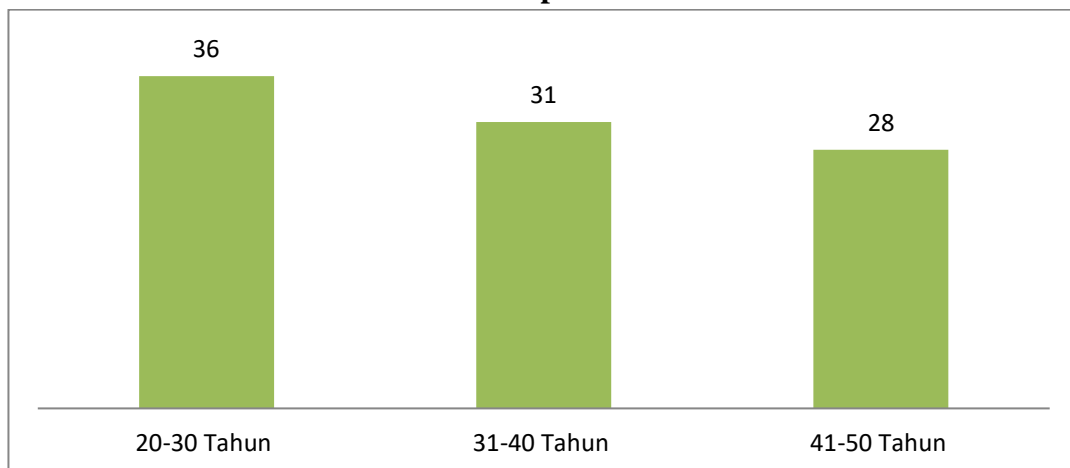


Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu sebanyak 80 (76%) .

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik usia responden yang peneliti jumpai pada saat melakukan pembagian kuesioner dapat dilihat pada bagan dibawah ini :

Gambar 4.2
Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



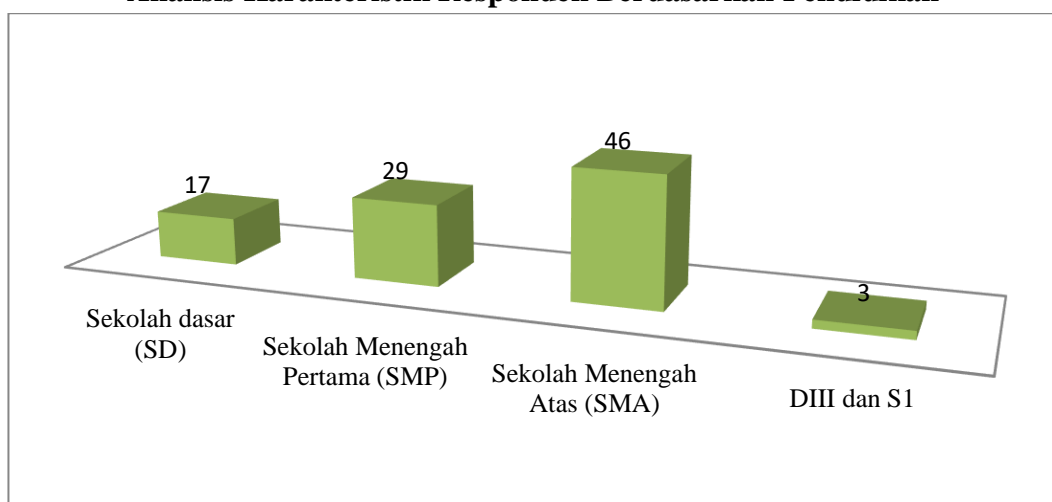
Berdasarkan gambar 4.2 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas usia responden dalam penelitian ini adalah 20-30 tahun yaitu sebanyak 36 (37,8%),

kemudian disusul responden dengan usia 31-40 tahun yaitu sebanyak 31 (32,6%) dan yang terakhir berusia 41-50 tahun sebanyak 28 (30).

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden masyarakat Desa Gedung Biara berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada bagan berikut ini:

Gambar 4.3
Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

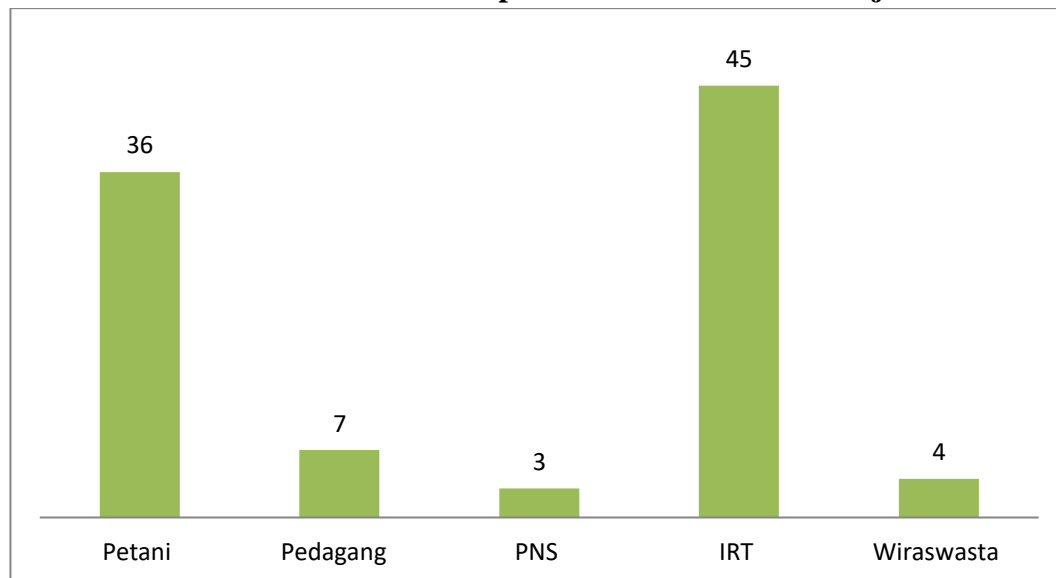


Berdasarkan gambar 4.3 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas pendidikan responden yang ada di Desa Gedung Biara penelitian ini adalah Sekolah Menengah Atas (SMA) yaitu sebanyak 36 (37,8%), Responden yang berpendidikan SMP sebanyak 29 (30,5%), responden yang berpendidikan SD sebanyak 17 (17,8%) dan responden yang berpendidikan DIII dan S1 sebanyak 3 (3,1%).

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden masyarakat Desa Gedung Biara berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada bagan berikut ini:

Gambar 4.4
Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Berdasarkan gambar 4.4 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas pekerjaan responden yang ada di Desa Gedung Biara penelitian ini adalah Ibu Rumah Tangga yaitu sebanyak 45 (47,3%), Responden yang bekerja sebagai petani sebanyak 36 (37,8), responden yang bekerja sebagai pedagang sebanyak 7 (7,3%), responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 4 (4,2%) dan responden yang bekerja sebagai pedagang sebanyak 7 (7,3%).

4.1.3. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan SPSS Versi 20,00 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, 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 $N = 95$ didapat r tabel 0.201. Dari uji validitas diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Uji validitas

No. Butir	r hitung	Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
Pelayanan (X₁)			
x.1.1	0,858	0.201	Valid
x.1.2	0,913	0.201	Valid
x.1.3	0,933	0.201	Valid
x.1.4	0,904	0.201	Valid
Pengetahuan (X₂)			
x.2.1	0,896	0.201	Valid
x.2.2	0,983	0.201	Valid
x.2.3	0,930	0.201	Valid
Lokasi (X₃)			
x.3.1	0,897	0.201	Valid
x.3.2	0,923	0.201	Valid
x.3.3	0,873	0.201	Valid
Nisbah (Bagi Hasil) (x₄)			
x.4.1	0,907	0.201	Valid
x.4.2	0,953	0.201	Valid
x.4.3	0,911	0.201	Valid
Minat (y)			
y.1	0,808	0.201	Valid
y.2	0,866	0.201	Valid
y.3	0,886	0.201	Valid
y.4	0,889	0.201	Valid
y.5	0,860	0.201	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari hasil perhitungan korelasi seluruhnya mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel ($r \text{ tabel} = 0,201$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dan pernyataan pada instrument baik dari variabel pelayanan, pengetahuan, lokasi, nisbah bagi hasil dan minat seluruhnya valid.

2. Uji Reabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS

memberikan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan uji stastitik Cronbach Alpha diatas 0,60 sehingga instrument dapat dikatakan valid.¹⁰²

Tabel 4.2
Hasil uji Reliabilitas Kuesioner

Nama Variabel	Koefisien Alpha	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Pelayanan X ₁	0,923	0,60	Reliabel
Pengetahuan X ₂	0,911	0,60	Reliabel
Lokasi X ₃	0,879	0,60	Reliabel
Bagi hasil (nisbah) X ₄	0,913	0,60	Reliabel
Minat Y	0,913	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 hasil analisis uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk variabel pelayanan, pengetahuan, lokasi, bagi hasil dan minat memiliki nilai $> 0,60$, sehingga instrumen pada pelitian ini dinyatakan reliabel.

4.1.4. Uji Asumsi Klasik

1. Uji normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji stastitik non parametric Kolmogrof-Sminov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan menggunakan hipotesis :

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

¹⁰² Imam Ghozali, *Aplikasi Anaalisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005)., h48

Jika signifikansi pada nilai Kolmogorof < 0.05 , maka H_0 ditolak, jadi data residual berdistribusi tidak normal. Jika signifikansi pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* > 0.05 , maka H_0 diterima, jadi data residual berdistribusi normal. Jika signifikansi pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* < 0.05 , maka H_0 diterima, jadi data residual berdistribusi tidak normal.¹⁰³

Tabel 4.3
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Pelayanan	Pengetahuan	Lokasi	Bagi Hasil	Minat
N	95	95	95	95	95
Normal Mean	13,43	10,65	10,45	10,16	17,45
Parameters Std. Deviation ^{a,b}	5,121	4,057	3,861	3,737	5,761
Most Absolute	,207	,218	,211	,189	,169
Extreme Positive	,119	,142	,119	,120	,095
Differences Negative	-,207	-,218	-,211	-,189	-,169
Kolmogorov-Smirnov Z	2,021	2,128	2,059	1,844	1,646
Asymp. Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,002	,009

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Sumber ; Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 hasil uji Output diketahui bahwa :

1. Nilai signifikansi pelayanan (X_1) lebih dari nilai diperoleh sebesar 2,021 atau dengan kata lain nilai signifikansi $2,021 > 0,05$. Maka data tersebut berdistribusi normal.
2. Nilai signifikansi pengetahuan (X_2) lebih dari nilai diperoleh sebesar 2,128 atau dengan kata lain nilai $2,128 > 0,05$. Maka data tersebut berdistribusi normal.

¹⁰³ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000). h 147

3. Nilai signifikansi lokasi (X_3) lebih dari nilai diperoleh sebesar 2,059 atau dengan kata lain nilai $2,059 > 0,05$. Maka data tersebut berdistribusi normal.
4. Nilai signifikansi bagi hasil (X_4) lebih dari nilai diperoleh sebesar 1,844 atau dengan kata lain nilai $1,844 > 0,05$. Maka data tersebut berdistribusi normal.
5. Nilai signifikansi variabel minat (Y) lebih dari nilai diperoleh sebesar 1,646 atau dengan kata lain nilai signifikansi $1,646 > 0,05$. Maka data tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas garis regresi merupakan suatu pembuktian apakah model garis linear yang ditetapkan benar-benar sesuai dengan keadaanya atau tidak. Untuk menguji linearitas suatu model dapat digunakan uji linearitas dengan melakukan regresi terhadap model yang ingin diuji. Aturan untuk keputusan linearitas dapat dengan membandingkan nilai signifikan dari *deviation from linearity* yang dihasilkan dari uji linearitas dengan nilai alpha yang digunakan. Jika nilai signifikan dari *deviation from linearity* $>$ alpha (0,05) maka nilai tersebut linear.¹⁰⁴ Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. *Out put* analisis dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

¹⁰⁴ R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*, (Bandung: Graha Ilmu, 2004). H 80.

Tabel 4.4
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Pelayanan	(Combined)	1622,981	14	115,927	6,197	,000
	Between Groups	1483,563	1	1483,563	79,305	,000
	Linearity					
	Deviation from Linearity	139,419	13	10,725	,573	,868
	Within Groups	1496,556	80	18,707		
Total		3119,537	94			

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Pengetahuan	(Combined)	1528,609	11	138,964	7,250	,000
	Between Groups	1251,982	1	1251,982	65,317	,000
	Linearity					
	Deviation from Linearity	276,628	10	27,663	1,443	,176
	Within Groups	1590,927	83	19,168		
Total		3119,537	94			

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Lokasi	(Combined)	1408,346	11	128,031	6,210	,000
	Between Groups	1036,947	1	1036,947	50,296	,000
	Linearity					
	Deviation from Linearity	371,400	10	37,140	1,801	,073
	Within Groups	1711,191	83	20,617		
Total		3119,537	94			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Bagi Hasil	(Combined)		1317,932	11	119,812	5,520	,000
	Between Groups	Linearity	1200,301	1	1200,301	55,298	,000
		Deviation from Linearity	117,630	10	11,763	,542	,855
	Within Groups		1801,605	83	21,706		
	Total		3119,537	94			

Sumber : Data Diolah 2021

Berdasarkan Tabel 4.4 output Spss diatas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas yaitu pelayanan, pengetahuan, lokasi dan bagi hasil (nisbah) terhadap variabel terikat yaitu minat. Nilai signifikan tersebut dapat dilihat sebagai berikut

1. Variabel pelayanan (X_1) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0,868. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0,868 > 0.05$) yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel pelayanan (X_1) terhadap minat (Y).
2. Variabel pengetahuan (X_2) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0,176. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0,176 > 0.05$) yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel pengetahuan (X_2) terhadap minat (Y).
3. Variabel lokasi (X_3) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0,073. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0.05

($0,073 > 0,05$) yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel lokasi (X_3) terhadap minat (Y).

4. Variabel bagi hasil (nisbah) (X_4) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0,855. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0,855 > 0,05$) yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel bagi hasil (nisbah) (X_4) terhadap minat (Y).

3. 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.¹⁰⁵ Adapun Hasil pengujian Multikoloniaritas dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,652	1,301		2,038	,044		
Pelayanan	,377	,101	,335	3,731	,000	,525	1,905
Pengetahuan	,354	,120	,249	2,944	,004	,592	1,689
Lokasi	,266	,122	,178	2,175	,032	,632	1,583
Bagi Hasil	,313	,134	,203	2,343	,021	,564	1,774

¹⁰⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005). Hal 95

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa nilai Tolerance variabel pelayanan (X_1) sebesar 0,525 lebih besar dari 0,1 sementara nilai VIF 1,905 lebih kecil dari 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas.

Nilai Tolerance variabel pengetahuan (X_2) sebesar 0,592 lebih besar dari 0,1 sementara nilai VIF 1,689 lebih kecil dari 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas

Nilai Tolerance variabel lokasi (X_3) sebesar 0,632 lebih besar dari 0,1 sementara nilai VIF 1,583 lebih kecil dari 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas

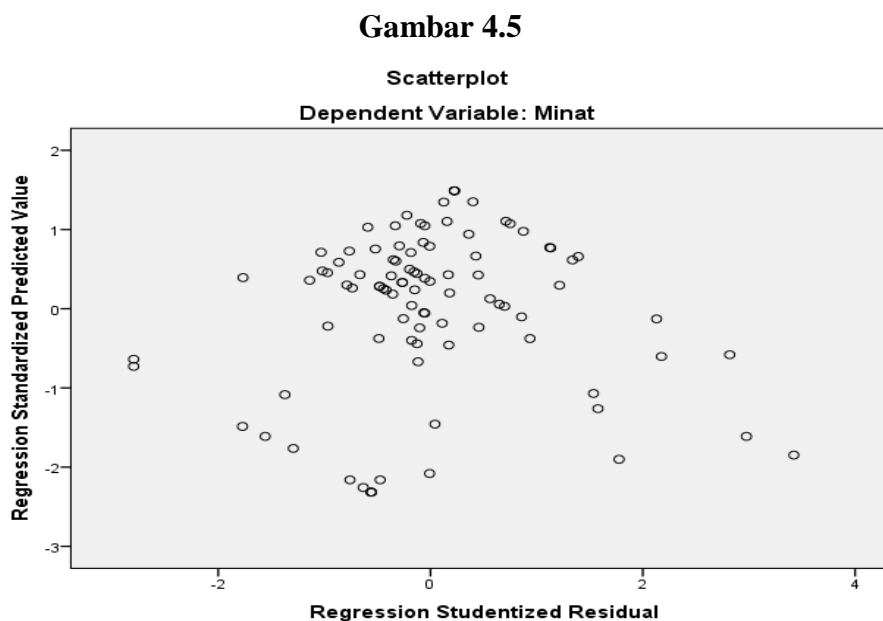
Nilai Tolerance variabel bagi hasil (nisbah) (X_4) sebesar 0,564 lebih besar dari 0,1 sementara nilai VIF 1,774 lebih kecil dari 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas.

4. 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.¹⁰⁶

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar:

¹⁰⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h.125-126



Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Gambar 4.5 terlihat titik-titik pada grafik plot menyebar atau tidak membentuk pola tertentu. Artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

5. Uji Autokorelasi

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:¹⁰⁷

- a. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$).
- b. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada di antara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$.
- c. Terjadi autokorelasi negatif, jika DW di atas +2 atau $DW > +2$

¹⁰⁷ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Bandung: PT.Rafika, 2016).h, 97

Tabel 4.6
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,786 ^a	,618	,601	3,638	1,858

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Pengetahuan, Lokasi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat

c. Sumber ; Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.6 output spss diatas nilai durbin watson yaitu 1,858. nilai durbin watson berada di antara -2 dan +2 atau $-2 > DW < +2$ ($-2 < 1,858 < +2$), artinya tidak terjadi autokorelasi.

6. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.¹⁰⁸ Hasil analisis regresi berganda antara variabel pelayanan, pengetahuan, lokasi, bagi hasil (nisbah) terhadap minat adalah sebagai berikut:

$$Y' = \text{Minat}$$

$$X_1 = \text{Pelayanan}$$

$$X_2 = \text{Pengetahuan}$$

$$X_3 = \text{Lokasi}$$

$$X_4 = \text{Bagi hasil (nisbah)}$$

¹⁰⁸ Tim Dosen Ekonometrika dan Tim Asisten Praktikum, *Buku Pedoman Praktikum Ekonometrika*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2015).h, 6-7

Tabel 4.7
Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,652	1,301		2,038	,044
Pelayanan	,377	,101	,335	3,731	,000
1 Pengetahuan	,354	,120	,249	2,944	,004
Lokasi	,266	,122	,178	2,175	,032
Bagi Hasil	,313	,134	,203	2,343	,021

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Berdasarkan pada tabel ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y' = 2,652_{Constant} + 0,377_{(X1)} + 0,354_{(X2)} + 0,266_{(X3)} + 0,313_{(X4)}$$

Keterangan :

1. Konstanta (a) sebesar 2,652 skala, dapat dijelaskan bila pelayanan, pengetahuan, lokasi dan bagi hasil atau X1, X2, X3 dan X4 ==0 dianggap konstan, maka nilai minat sebesar 2,652 skala.
2. Nilai variabel pelayanan sebesar 0,377 skala, artinya jika variabel pelayanan meningkat 1 skor maka nilai minat akan meningkat sebesar 0,377 skala dengan asumsi pengetahuan, lokasi dan bagi hasil tetap.
3. Nilai variabel pengetahuan sebesar 0,354 skala, artinya jika variabel pengetahuan meningkat 1 skor maka nilai minat akan meningkat sebesar 0,354 skala dengan asumsi pelayanan, lokasi dan bagi hasil tetap.
4. Nilai variabel lokasi sebesar 0,266 skala, artinya jika variabel lokasi meningkat 1 skor maka nilai minat akan meningkat sebesar 0,266 skala dengan asumsi pelayanan, pengetahuan dan bagi hasil tetap.

5. Nilai variabel bagi hasil sebesar 0,313 skala, artinya jika variabel bagi hasil meningkat 1 skor maka nilai minat akan meningkat sebesar 0,313 skala dengan asumsi pelayanan, pengetahuan dan lokasi tetap.

4.1.5. Uji Hipotesis

1. Uji T (Uji Parsial)

Pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial fasilitas dan pelayanan terhadap minat 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. 4.8
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,652	1,301		2,038	,044
Pelayanan	,377	,101	,335	3,731	,000
1 Pengetahuan	,354	,120	,249	2,944	,004
Lokasi	,266	,122	,178	2,175	,032
Bagi Hasil	,313	,134	,203	2,343	,021

a. Dependent Variable: Minat (Y)

- a. Pengaruh pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang

H_{a1} : Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah.

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari pelayanan sebesar 3,731 $>$ dari t_{tabel} sebesar 1,661, dengan nilai signifikansi

sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ maka H_{01} ditolak. Artinya pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat menabung di Bank Aceh Syariah dengan demikian hipotesis diterima.

- b. Pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang

H_{a2} : Pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah.

Nilai t_{hitung} dari pengetahuan sebesar $2,944 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,661$, dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka H_{02} ditolak. Artinya pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat menabung di Bank Aceh Syariah dengan demikian hipotesis diterima.

- c. Pengaruh lokasi terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang

H_{a3} : Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah.

Nilai t_{hitung} dari lokasi sebesar $2,175 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,661$, dengan nilai signifikansi $0,032 < 0,05$ maka H_{03} ditolak. Artinya lokasi memiliki pengaruh terhadap minat menabung di Bank Aceh Syariah dengan demikian hipotesis diterima.

- d. Pengaruh bagi hasil terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang

H_{a4} : Bagi hasil memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah.

Nilai t_{hitung} dari bagi hasil sebesar $2,343 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,661$, dengan nilai signifikansi $0,021 < 0,05$ maka H_{04} ditolak. Artinya bagi hasil memiliki pengaruh terhadap minat menabung di Bank Aceh Syariah dengan demikian hipotesis diterima.

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (pelayanna, pengetahuan, lokasi dan bagi hasil) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (minat).¹⁰⁹ Untuk menganalisis hipotesis diterima atau ditolak, maka dapat dilihat nilai F yakni nilai probabilitasnya, berpengaruh signifikan jika nilai probabilitas yang dihitung $< 0,05$ (signifikansi yang ditetapkan).¹¹⁰

Tabel 4.9
Hasil Analisis Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1928,135	4	482,034	36,413	,000 ^b
1 Residual	1191,402	90	13,238		
Total	3119,537	94			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Pengetahuan, Lokasi, Pelayanan

Berdasarkan Tabel 4.9 pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara simultan (keseluruhan) pelayanan, pengetahuan, lokasi dan bagi hasil terhadap minat dapat dilihat dari hasil uji F, dengan nilai $F_{hitung} = 36,413 >$ dari $F_{tabel} 2,31$ dengan nilai signifikansi = 0.000 . Dengan demikian nilai signifikansi

¹⁰⁹ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), h 239

¹¹⁰ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian*, . . . h, 175.

($0.000 < 0.05$), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan (X1), pengetahuan (X2), lokasi (X3) dan bagi hasil (X4) terhadap minat (Y).

3. Uji koefisien determinasi (R^2)

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 4.10
Hasil Uji Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,786 ^a	,618	,601	3,638

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Pengetahuan, Lokasi, Pelayanan

Dari Tabel 4.10 terlihat bahwa nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,618 atau 61,8%, yang menunjukkan keterangan pelayanan (X1), pengetahuan (X2), lokasi (X3) dan bagi hasil (X4) dalam menyelesaikan variasi yang terjadi pada minat sebesar 61,8%, sedangkan sisanya 39,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti fasilitas, promosi dan lain sebagainya.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kota Kuala Simpang.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh

Syariah Cabang Kuala Simpang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ maka H_{01} ditolak. Artinya pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dengan demikian hipotesis diterima. Peneliti menyimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh seluruh karyawan dapat menimbulkan kepuasan sehingga masyarakat akan tertarik untuk menabung di Bank Aceh Syariah.

Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan/nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon.¹¹¹ Definisi yang lain, menjelaskan Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.¹¹²

Hasil penelitian sejalan dilakukan oleh Meli Saputri mengenai Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Bina Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung (studi pada Anggota Simpanan Wadi'ah Personal). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BTM Bina Masyarakat Utama, variabel nisbah bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di

¹¹¹Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 15

¹¹²Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, h. 6

BTM Bina Masyarakat Utama, variabel pelayanan positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BTM Bina Masyarakat Utama dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 pada setiap variabel.¹¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Abdilla Reza dengan judul Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Studi pada Bank Syariah Mandiri Payment Point UIN Raden Intan Lampung). Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dengan nilai t hitung $2,336 > t$ tabel $1,98$. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dengan nilai t hitung $5,232 > t$ tabel $1,98$.¹¹⁴

Sejalan teori yang dikemukakan oleh Kasmir bahwa pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan dan secara langsung akan meningkatkan minat. Artinya kualitas pelayanan yang baik sangat berpengaruh terhadap banyak atau sedikitnya masyarakat yang berminat untuk menabung di Bank Aceh Kuala Simpang. Pelayanan disini dapat dilihat dari bukti langsung langsung yang diberikan oleh para pegawai, kehandalan para pegawai, daya tanggap dari para pegawai serta jaminan kenyamanan yang diberikan oleh para pegawai kepada para nasabah dapat menanamkan persepsi positif di benak para nasabah, sehingga nasabah dapat menceritakan hal-hal positif tersebut kepada teman dan keluarga sehingga masyarakat yang belum menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah akan berminat untuk menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah tersebut.

¹¹³ Meli Saputri, Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Bina Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung (studi pada Anggota Simpanan Wadi'ah Personal), *Jurnal Ekonomi*. 4 (2). 2017

¹¹⁴ Ahmad Abdilla Reza. Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Studi pada Bank Syariah Mandiri Payment Point UIN Raden Intan Lampung). *Skripsi*. UIN Raden Intan Lampung. 2017

4.2.2. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kota Kuala Simpang

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dengan demikian hipotesis diterima. Peneliti menyimpulkan pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat terhadap produk-produk dan keunggulan yang dimiliki oleh Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang dapat menimbulkan minat masyarakat untuk menabung di Bank Aceh Syariah.

Pengetahuan adalah merupakan hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indra manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba.¹¹⁵

Pengetahuan sangat erat hubungannya dengan pendidikan, dimana diharapkan bahwa dengan pendidikan yang tinggi maka orang tersebut akan semakin luas pula pengetahuannya. Akan tetapi perlu ditekankan, bukan berarti seseorang yang berpendidikan rendah mutlak berpengetahuan rendah pula. Pengetahuan seseorang tentang suatu objek mengandung dua aspek yaitu aspek positif dan aspek negatif.¹¹⁶ Kedua aspek ini akan menentukan sikap seseorang, semakin banyak aspek positif dan objek yang diketahui, maka akan menimbulkan

¹¹⁵ Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), h. 27.

¹¹⁶ *Ibid*, h 27-28

sikap positif terhadap objek tertentu. Menurut teori WHO (*word health organization*), salah satu bentuk objek kesehatan dapat dijabarkan oleh pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman sendiri.

Penelitian sejalan dilakukan oleh Nurul Saraswati mengenai Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Kcp Magelang (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Magelang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Hal ini dibuktikan bahwa variabel pengetahuan konsumen dengan nilai t hitung untuk variabel pengetahuan diperoleh sebesar 12,100 sedangkan signifikansinya 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Dan dari hasil uji koefisien determinasi model summary diperoleh nilai R Square (R^2) adalah 0.599 atau 59,9%, jadi sebesar 59,9% pengambilan keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Magelang dipengaruhi oleh variabel pengetahuan masyarakat.¹¹⁷

Hasil penelitian sejalan dilakukan oleh Meli Saputri mengenai Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Bina Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung (studi pada Anggota Simpanan Wadi'ah Personal). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BTM Bina Masyarakat Utama, variabel nisbah bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BTM Bina Masyarakat Utama, variabel pelayanan positif dan signifikan terhadap

¹¹⁷ Nurul Saraswati, Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Kcp Magelang, *Skripsi*, UIN Walisongo Semarang

keputusan menjadi anggota di BTM Bina Masyarakat Utama dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 pada setiap variabel.¹¹⁸

Semakin baik dan semakin banyak pengetahuan yang dimiliki masyarakat tentang Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang maka akan semakin meningkatkan minat masyarakat. Pengetahuan merupakan hal terpenting dalam menentukan sebuah keputusan, masyarakat akan membandingkan Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang dengan Bank lainya sebelum memutuskan untuk menjadi nasabah. Masyarakat akan mencari tahu tentang produk-produk apa saja yang ada di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang, manfaat dari produk tersebut dan apakah produk-produk yang ada di Bank Aceh Syariah dapat menimbulkan kepuasan bagi para nasabah. Jadi diharapkan bagi para pegawai yang ada di Bank Aceh Syariah Cabang Kota Kuala Simpang dapat terus memberikan sosialisasi kepada masyarakat Desa Gedung Biara agar meningkatkan pengetahuan masyarakat sehingga dapat menimbulkan minat masyarakat dalam menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang

4.2.3. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,032 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dengan demikian hipotesis diterima. Peneliti

¹¹⁸ Meli Saputri, Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Bina Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung (studi pada Anggota Simpanan Wadi'ah Personal), *Jurnal Ekonomi*. 4 (2). 2017

menyimpulkan bahwa semakin strategis lokasi Bank Aceh Cabang Kuala Simpang maka akan semakin meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di Bank Aceh Syariah.

Lokasi adalah suatu ruang dimana berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk yang diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran. Faktor lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh pembeli dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Lokasi yang strategis bagi konsumen akan memperkecil pengorbanan energi dan waktu.¹¹⁹

Lokasi memegang peranan yang penting dalam melakukan usaha. Karena berkaitan dengan dekatnya lokasi penjualan dengan pusat keramaian, mudah dijangkau (aksesibilitas), aman, dan tersedianya tempat parkir yang luas, pada umumnya lebih disukai konsumen. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Sehingga dengan demikian, ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik.¹²⁰

Hasil penelitian sejalan dilakukan oleh M. Aminudin dengan judul Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi dan Fasilitas perbankan Syariah Terhadap Minat memilih produk Bank Syariah. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan parsial antara variabel independen dan dependen bahwa pengetahuan santri,

¹¹⁹ Wahyu Ariani, *Manajemen Operasional Jasa*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, cet 1,2019), hal 245

¹²⁰ Ibbid hal, 246

lokasi dan fasilitas di perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk di bank syariah dengan nilai sig. 0,000.¹²¹

Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh seluruh masyarakat akan menimbulkan minat masyarakat. Penentuan lokasi merupakan hal penting untuk dipertimbangkan dengan baik dan mendalam dengan memperhatikan sumber daya yang akan dipakai. Semakin luas area lokasi dan semakin dekat dengan sarana umum yang disediakan akan berpengaruh pada minat nasabah menabung. Lokasi yang berada ditengah-tengah tempat pelayanan umum, misalnya pasar, sekolah, sarana umum dapat memberikan kenyamanan baik dari segi waktu dan biaya.

4.2.4. Pengaruh Bagi Hasil (nisbah) Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial bagi hasil (nisbah) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,021 < 0,05$ maka H_{04} ditolak. Artinya nisbah (bagi hasil) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dengan demikian hipotesis diterima. Peneliti menyimpulkan bahwa bagi hasil yang dinilai lebih baik itu menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah untuk bermitra, karena selain bersifat menguntungkan baik bagi nasabah maupun pihak bank, bagi hasil juga sistem yang tertulis dalam Al-Qur'an/kita-kitab dan ajaran agama.

Bagi hasil menurut terminologi asing Profit sharing. Profit sharing dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara definitif profit sharing diartikan

¹²¹M. Aminudin. Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi dan Fasilitas perbankan Syariah Terhadap Minat memilih produk Bank Syariah. *Skripsi*. IAIN Salatiga. 2016

: distribusi beberapa bagian laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. Lebih lanjut dikatakan, hal itu dapat berbentuk suatu bonus uang tunai tahunan yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya atau dapat berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan.¹²²

Prinsip bagi hasil umum dan landasan bagi operasional bank islam secara keseluruhan. Prinsip bagi hasil dalam simpanan/tabungan tersebut menetapkan tingkat keuntungan/pendapatan bagi tiap-tiap pihak. Pembagian keuntungan dilakukan melalui tingkat perbandingan rasio, bukan ditetapkan dalam jumlah yang pasti.¹²³ Secara syariah, prinsip bagi hasil berdasarkan kaidah al-mudharabah. Mudharabah merupakan kerja sama antara pemilik dana melakukan usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah.¹²⁴

Hasil penelitian sejalan dilakukan oleh Meli Saputri mengenai Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Bina Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung (studi pada Anggota Simpanan Wadi'ah Personal), variabel nisbah bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BTM Bina Masyarakat Utama, variabel pelayanan positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BTM Bina Masyarakat Utama dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 pada setiap variabel.¹²⁵

¹²² Muhammad, Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syariah, Yogyakarta. UII, Pres ,2010. hlm. 26

¹²³ Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta. Erlangga. 2012. hlm. 105

¹²⁴ Viethzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking : sebuah teori, konsep dan aplikasi*, Ed 2 Cet 1,(Jakarta, Bumi Aksara. 2010). hlm. 82

¹²⁵ Meli Saputri, Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Bina Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung (studi pada Anggota Simpanan Wadi'ah Personal), *Jurnal Ekonomi*. 4 (2). 2017

Bunga bank (riba) sudah mulai ditinggalkan karena lebih memberatkan pada nasabah. Ketidak transparan pihak bank konvensional dan tingginya bunga membuat nasabah kini beralih kepada bank syariah yang dinilai lebih menguntungkan dan transparansi. Bagi hasil yang merupakan prinsip syariah akhir-akhir ini merupakan suatu fenomena aktual yang menarik. Pembagian nisbah bagi hasil yang menguntungkan dan tidak memberatkan nasabah yang ada pada bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang akan meningkatkan minat nasabah menabung pada bank tersebut. Karena apabila nasabah merasa diuntungkan dalam pembagian nisbah bagi hasil diyakini nasabah akan melakukan akad atau transaksi ulang dilain waktu bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk datang pada bank tersebut.

4.2.5. Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, Lokasi dan Bagi Hasil (Nisbah) Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang

Hasil penelitian menunjukkan secara simultan (keseluruhan) pelayanan, pengetahuan, lokasi dan bagi hasil terhadap minat dapat dilihat dari hasil uji F, dengan nilai signifikansi = 0.000. Dengan demikian nilai signifikansi ($0.000 < 0.05$), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan (X1), pengetahuan (X2), lokasi (X3) dan bagi hasil (X4) terhadap minat (Y). Artinya jika semakin baik pelayanan yang diberikan oleh para karyawan, karyawan dapat memberikan edukasi kepada masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan, lokasi bank Aceh Syariah yang strategis dapat dijangkau dengan mudah oleh seluruh masyarakat Kuala Simpang dan bagi hasil yang jelas dan transparan maka akan semakin meningkatkan minat menabung masyarakat.

Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,618 atau 61,8%, yang menunjukkan keterangan pelayanan (X1), pengetahuan (X2), lokasi (X3) dan bagi hasil (X4) dalam menyelesaikan variasi yang terjadi pada minat sebesar 61,8%, sedangkan sisanya 39,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti fasilitas, promosi dan lain sebagainya

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

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

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari pelayanan sebesar $3,731 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,661$, dengan nilai signifikan dari variabel pelayanan sebesar $0,000 <$ α $0,05$ maka H_0 ditolak.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai t_{hitung} dari pengetahuan sebesar $2,944 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,661$, dengan nilai signifikan dari variabel pengetahuan $0,004 <$ $0,05$ maka H_0 ditolak.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari lokasi sebesar $2,175 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,661$, dengan nilai signifikan dari lokasi sebesar $0,032 <$ $0,05$ maka H_{03} ditolak.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari bagi hasil sebesar $2,343 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,661$, dengan nilai signifikan dari variabel bagi hasil sebesar $0,021 <$ $0,05$ maka H_{04} ditolak.
5. Hasil penelitian menunjukkan nilai $F_{hitung} = 36,413 >$ dari F_{tabel} $2,31$ dengan nilai signifikansi = 0.000 . Dengan demikian nilai signifikansi ($0.000 <$ 0.05), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan (X1), pengetahuan (X2), lokasi (X3) dan bagi hasil (X4) terhadap minat (Y).

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 disarankan menambah variabel independen yang dapat mempengaruhi pendapatan. Seperti promosi dan fasilitas.
 - b. Penelitian selanjutnya sebaiknya dirancang lebih mendalam lagi, khususnya mengenai analisis deskripsi karakteristik responden.
2. Kepada pihak Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang

Diharapkan dapat terus meningkatkan pelayanan dan terus memberikan edukasi kepada masyarakat agar dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai akad-akad yang ada di Bank Aceh Syariah, karena pelayanan dan pengetahuan merupakan faktor tertinggi dalam meningkatkan minat masyarakat menabung pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- AA. Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Remaja Rosdakarya, Bandung.2013.
- Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Penganta Dalam Prespektif Islam*. 2015
- Antonio, Syrafi'i Muhammad. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Cetakan Pertama. Jakarta: Gema Insani Press. 2011
- Arbi Syarif, *Mengenal Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank*, Jakarta : Djambatan, 2002
- Atanasius Hardian Permana Yogiarto, “ *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah*” (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), h. 17-18.
- Azuar Julianda & Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: CitaPustaka Media Perintis, 2013.
- Azwar S. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2013
- Chiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. “ *Perilaku Konsumen*”. Jakarta: Indeks 2008.
- Djoko Muljono, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: ANDI. 2015
- Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* , Yogyakarta: Andi, 2017.
- Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Total Media,2009.
- Eva Vasiska Wijayanti, *Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo*, *Skripsi*. IAIN Ponorogo. 2019
- Ginandjar Kartasasmita, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2010.
- Hessel Nogi, *Manajemen Publik*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Grassendo, 2005.

- Imam Ghozali, “ *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* ”, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Ismail, *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana purnada Media Group, 2011.
- Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keperilakuan*, Yogyakarta: Andi, 2017.
- Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: Pt.Raja Grafindo, 2015.
- Komarudin. *Manajemen Kantor Teori dan Praktek*. Bandung: Triyenda Karya. 2013
- Kotler, Philip dan Keller. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Bahasa Indonesia), Jakarta: Indeks, 2017.
- Lamb, *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2011
- Malayu Hasibuan, *Perbankan Islam*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2002.
- Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Dan Ancaman* Yogyakarta:Ekonisia, 2004.
- Muhammad, *Kebijakan Moneter dan Fiskal Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta : Salemba Empat , 2012.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif* (Jakarta: Rajawali pers, 2013.
- Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syariah*, Yogyakarta. UII, Pres ,2010.
- Nurul Saraswati, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Kcp Magelang (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Magelang) Tugas Akhir, Jurnal Ekonomi*, 8 (1), 2016.
- Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi, Multivariate dengan SPSS*, Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Supian Sauri ”*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Al-Kamil Jawa Timur*” (Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017

- Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Kepraktik*, Jakarta : Gema Insani Press, 2001.
- Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Wahyu Ariani, *Manajemen Operasional Jasa*, Yogyakarta : Graha Ilmu, cet 1, 2019.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : KUEISIONER

PENGARUH PELAYANAN, PENGETAHUAN, LOKASI DAN TINGKAT

KEUNTUNGAN NISBAH (BAGI HASIL) TERHADAP MINAT

MASYARAKAT MENABUNG DI BANK ACEH SYARIAH

CABANG KUALA SIMPANG

(Studi Kasus Masyarakat Desa Gedung Biara)

PETUNJUK PENGISISAN

1. Mohon ditulis identitas anda secara lengkap
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat
3. Isilah sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, angket ini bertujuan untuk kepentingan penelitian

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki () Perempuan ()
3. Usia :
4. Pendidikan :
5. Pekerjaan :

Berilah Tanda Checklist (√) pada daftar pertanyaan di bawah ini dengan memperhatikan bobot kategori sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Pelayanan (X1)

NO	Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Bukti Langsung						
1	Gedung Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang memiliki fasilitas yang lengkap, bersih dan tertata dengan baik..					
Kehandalan						
2	Customer Service Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang memberikan informasi kepada calon nasabahnya dengan jelas.					
Daya Tangap						
3	Pegawai Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang memberikan pelayanan dengan jelas dan sopan dalam melayani nasabah					
Jaminan						
4	Pegawai mampu berkomunikasi dengan baik dengan nasabah sehingga nasabah merasa nyaman ketika melakukan transaksi					

Pengetahuan (X2)

NO	Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Karakteristik atau atribut produk/jasa						
1	Saya mengetahui tentang produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang					
Manfaat produk/jasa						
2	Dalam kontrak pembiayaan yang ada di Bank Aceh Kota Kuala Simpang tidak menggunakan keuntungan yang ditentukan di muka.					
Kepuasan yang diberikan produk/jasa bagi konsumen						
3	Dengan menjadi nasabah di Bank Aceh saya mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi.					

Lokasi (X3)

NO	Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Akses						
1	Akses menuju Bank Aceh Kota Kuala Simpang sangat mudah dijangkau					
Lalu Lintas						
2	Lalu lintas disekitar Bank Aceh Kota Kuala Simpang ramai dilalui kendaraan umum maupun kendaraan pribadi					
Tempat Parkir						
3	Bank Aceh Kota Kuala Simpang menyediakan tempat parkir yang luas.					

Bagi Hasil (X4)

NO	Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Kejelasan besarnya nisbah						
1	Penghitungan Besarnya Tingkat Return Nisbah Bagi Hasil Berdasarkan Modal Yang Dimiliki					
Manfaat nisbah						
2	Nisbah Bagi Hasil Lebih Baik Jika Dibandingkan Dengan Bunga Bank					
Nisbah yang kompetitif						
3	Return Atau Pengembalian Yang Didapat Tergantung Kepada Hasil Kinerja Bisnis					

Minat (Y)

NO	Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Pengenalan masalah						
1	Saya memiliki keinginan bertansaksi untk memenuhi kebutuhan bertransaksi di Bank Aceh Kota Kuala Simpang					
Pencarian Informasi						
2	Sebelum saya tertarik bertransaksi di Bank Aceh Kota Kuala Simpang saya terlebih dahulu mencari informasi mengenai produk-produk apa saja yang ada di Bank Aceh Kota Kuala Simpang					
Evaluasi Alternatif						
3	Saya memilih Bank Aceh Kota Kuala Simpang setelah mengevaluasi antara bank syariah dengan bank konvensional					
Keputusan Pembeli						
4	Saya memutuskan memilih bertransaksi di Bank Aceh Kota Kuala Simpang karena manfaat yang sesuai dengan kebutuhan saya					
Prilaku Pasca Membeli						
5	Saya akan terus bertransaksi di Bank Aceh Kota Kuala Simpang karena memenuhi harapan dan kebutuhan saya					

Lampiran 2 : Uji Validitas dan Reabilitas

1. (X1)

Correlations

		item X1	item X1	item X1	item X1	Total item
item X1	Pearson Correlation	1	,743**	,662**	,684**	,858**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95
item X1	Pearson Correlation	,743**	1	,842**	,712**	,913**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95
item X1	Pearson Correlation	,662**	,842**	1	,867**	,933**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	95	95	95	95	95
item X1	Pearson Correlation	,684**	,712**	,867**	1	,904**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	95	95	95	95	95
Total item	Pearson Correlation	,858**	,913**	,933**	,904**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	95	95	95	95	95

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

2. Uji Validitas (x2)

Correlations

		item X2	item X2	item X2	Total item
item X2	Pearson Correlation	1	,748**	,730**	,896**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	95	95	95	95
item X2	Pearson Correlation	,748**	1	,842**	,938**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	95	95	95	95
item X2	Pearson Correlation	,730**	,842**	1	,930**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	95	95	95	95
Total item	Pearson Correlation	,896**	,938**	,930**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	95	95	95	95

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

3. Uji Validitas (x3)

Correlations

		item X3	item X3	item X3	Total item
item X3	Pearson Correlation	1	,751**	,647**	,897**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	95	95	95	95
item X3	Pearson Correlation	,751**	1	,729**	,923**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	95	95	95	95
item X3	Pearson Correlation	,647**	,729**	1	,873**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	95	95	95	95
Total item	Pearson Correlation	,897**	,923**	,873**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	95	95	95	95

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

4. Uji Validitas (x4)

Correlations

		item X4	item X4	item X4	Total item
item X4	Pearson Correlation	1	,804**	,698**	,907**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	95	95	95	95
item X4	Pearson Correlation	,804**	1	,835**	,953**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	95	95	95	95
item X4	Pearson Correlation	,698**	,835**	1	,911**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	95	95	95	95
Total item	Pearson Correlation	,907**	,953**	,911**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	95	95	95	95

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

5. Uji Validitas (Y)

Correlations

		item Y1	item Y2	item Y3	item Y4	item Y5	Total item
item Y1	Pearson Correlation	1	,651**	,639**	,609**	,577**	,808**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95
item Y2	Pearson Correlation	,651**	1	,734**	,686**	,666**	,866**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95
item Y3	Pearson Correlation	,639**	,734**	1	,746**	,691**	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95
item Y4	Pearson Correlation	,609**	,686**	,746**	1	,788**	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95
item Y5	Pearson Correlation	,577**	,666**	,691**	,788**	1	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	95	95	95	95	95	95
Total item	Pearson Correlation	,808**	,866**	,886**	,889**	,860**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	95	95	95	95	95	95

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

Realibilitas (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	4

Realibilitas (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,911	3

Realibilitas (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,879	3

Realibilitas (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,913	3

Realibitas (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,913	5

Lampiran 3: Uji Normalitas

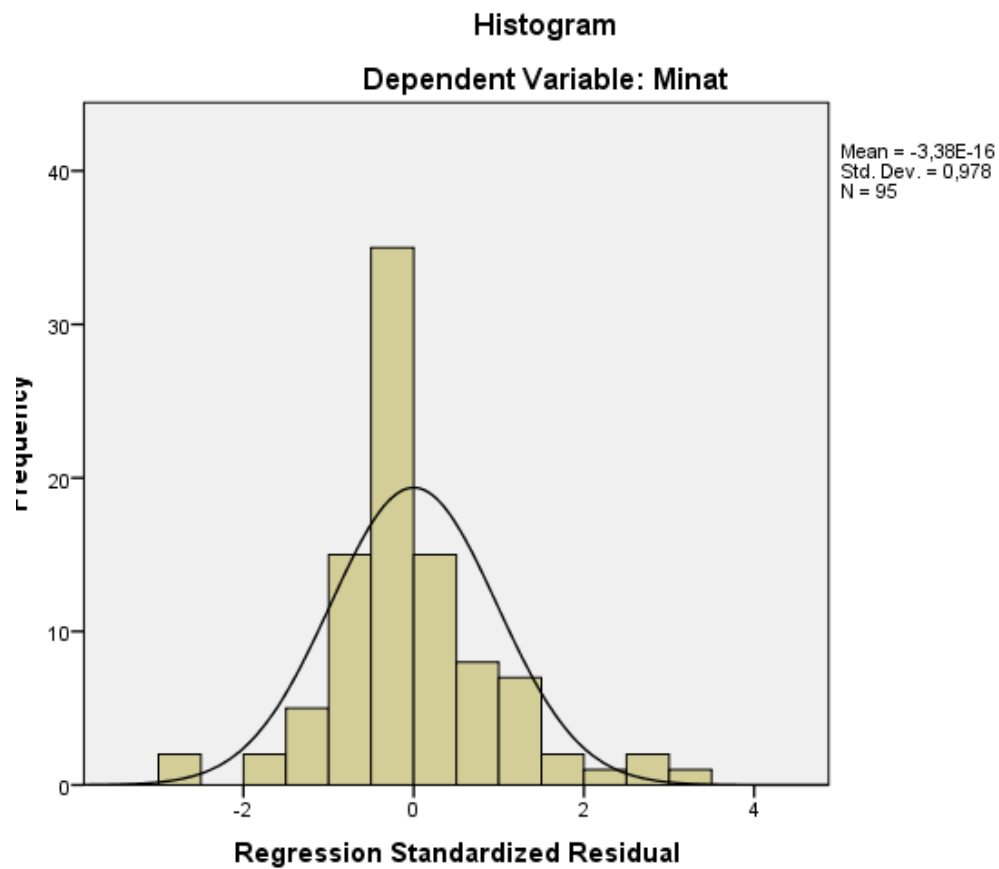
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

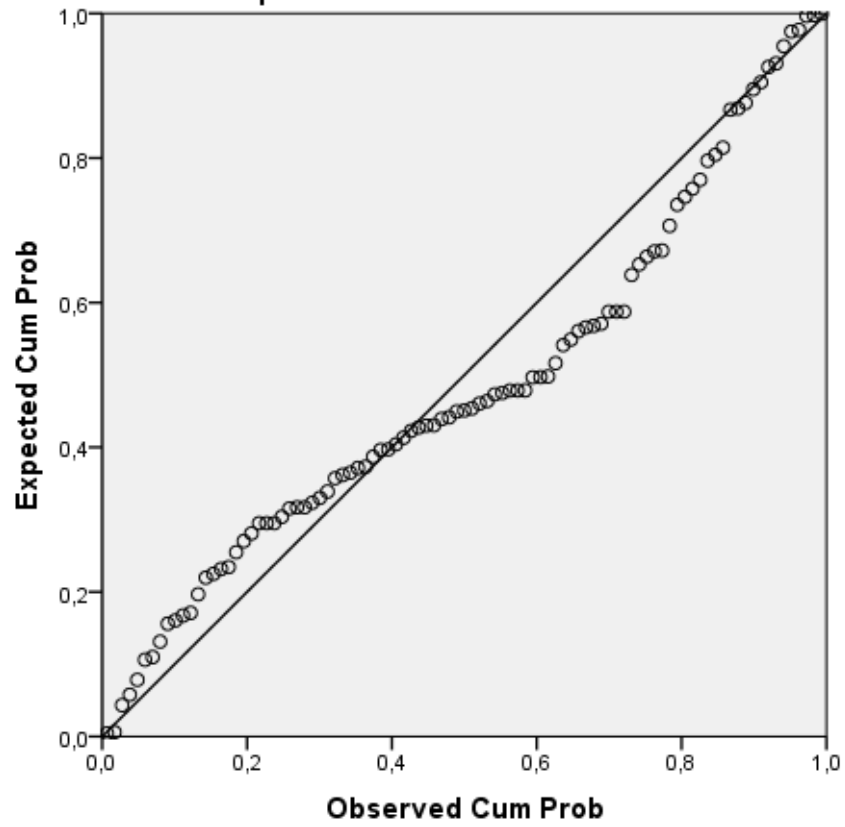
		Pelayanan	Pengetahuan	Lokasi	Bagi Hasil	Minat
N		95	95	95	95	95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	13,43	10,65	10,45	10,16	17,45
	Std. Deviation	5,121	4,057	3,861	3,737	5,761
Most Extreme Differences	Absolute	,207	,218	,211	,189	,169
	Positive	,119	,142	,119	,120	,095
	Negative	-,207	-,218	-,211	-,189	-,169
Kolmogorov-Smirnov Z		2,021	2,128	2,059	1,844	1,646
Asymp. Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,002	,009

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Sumber ; HasilPenelitian, 2021 (Data Diolah)



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**Dependent Variable: Minat**

Lampiran 4 : Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Pelayanan		(Combined)	1622,981	14	115,927	6,197	,000
	Between	Linearity	1483,563	1	1483,563	79,305	,000
	Groups	Deviation from Linearity	139,419	13	10,725	,573	,868
		Within Groups	1496,556	80	18,707		
		Total	3119,537	94			

ANOVA Table

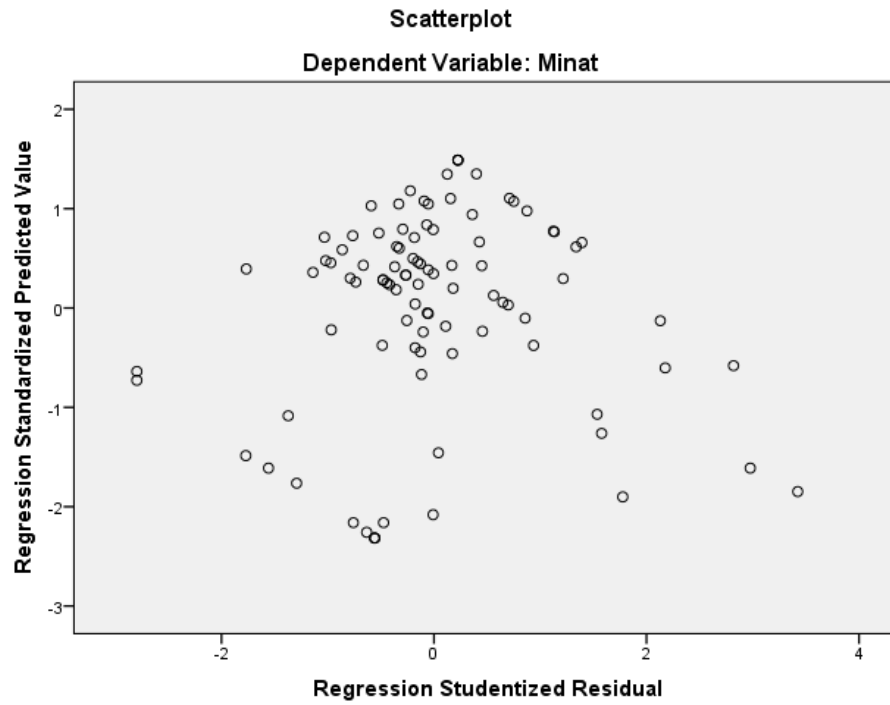
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Pengetahuan		(Combined)	1528,609	11	138,964	7,250	,000
	Between	Linearity	1251,982	1	1251,982	65,317	,000
	Groups	Deviation from Linearity	276,628	10	27,663	1,443	,176
		Within Groups	1590,927	83	19,168		
		Total	3119,537	94			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Lokasi		(Combined)	1408,346	11	128,031	6,210	,000
	Between	Linearity	1036,947	1	1036,947	50,296	,000
	Groups	Deviation from Linearity	371,400	10	37,140	1,801	,073
		Within Groups	1711,191	83	20,617		
		Total	3119,537	94			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			1317,932	11	119,812	5,520	,000
Minat * Bagi Hasil	Between Groups	Linearity	1200,301	1	1200,301	55,298	,000
		Deviation from Linearity	117,630	10	11,763	,542	,855
	Within Groups		1801,605	83	21,706		
Total			3119,537	94			

Lampiran 5 : Uji Heterokedastisitas

Lampiran 6 : Uji Autokorelasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,786 ^a	,618	,601	3,638	1,858

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Pengetahuan, Lokasi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat

C. Sumber ; Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Lampiran 7 : Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,652	1,301		2,038	,044		
1 Pelayanan	,377	,101	,335	3,731	,000	,525	1,905
1 Pengetahuan	,354	,120	,249	2,944	,004	,592	1,689
Lokasi	,266	,122	,178	2,175	,032	,632	1,583
Bagi Hasil	,313	,134	,203	2,343	,021	,564	1,774

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 8 : Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,652	1,301		2,038	,044
1 Pelayanan	,377	,101	,335	3,731	,000
1 Pengetahuan	,354	,120	,249	2,944	,004
1 Lokasi	,266	,122	,178	2,175	,032
1 Bagi Hasil	,313	,134	,203	2,343	,021

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 9 : Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,652	1,301		2,038	,044
1 Pelayanan	,377	,101	,335	3,731	,000
1 Pengetahuan	,354	,120	,249	2,944	,004
1 Lokasi	,266	,122	,178	2,175	,032
1 Bagi Hasil	,313	,134	,203	2,343	,021

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 10 : Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1928,135	4	482,034	36,413	,000 ^b
Residual	1191,402	90	13,238		
Total	3119,537	94			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Pengetahuan, Lokasi, Pelayanan

Lampiran 11: Uji Determinasi (R^2)**Hasil Uji Determinasi (R^2)****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,786 ^a	,618	,601	3,638

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Pengetahuan, Lokasi, Pelayanan

Lampiran 13: Dokumentasi

RIWAYAT HIDUP



I. IDENTITAS DIRI

Nama : Laili Syahfitri
Tempat/Tanggal Lahir : Gedung Biara 1 September 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Anak ke : 4 dari 4 bersaudara

II. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Amiruddin S.Pd
Pekerjaan : PNS
Nama Ibu : Lijah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

III. RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SDN Sungai Kuruk III
SMP : SMPN 1 Seruway
SMA : SMKN 1 Bendahara
Perguruan Tinggi : IAIN Langsa

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 177 TAHUN 2020

T E N T A N G

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

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

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa Prodi Perbankan Syariah 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 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2020, Tanggal 12 November 2019.
- Memperhatikan: Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 19 Mei 2020.

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : **Abdul Hamid, MA** sebagai Pembimbing I dan **Ade Fadillah FW Pospos, M.A** sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama **Laili Syahfitri**, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) :4012017150, dengan Judul Skripsi : "Pengaruh Pelayanan, Pengetahuan, Lokasi, dan Tingkat Keuntungan *Nisbah* (Bagi Hasil) Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Kuala Simpang (Study Kasus Masyarakat Desa Gedung Biara)".
- Ketentuan : a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun terhitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqasyah 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. Prodi Perbankan Syariah 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.



Tembusan :

1. Ketua Jurusan/Prodi Perbankan Syariah FEBI IAIN Langsa;
2. Pembimbing I dan II;
3. Mahasiswa yang bersangkutan