MINAT NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH MANDIRI YOGYAKARTA

Dosen pengampu: Heri Sudarsono SE., MEc

Nama : Wida Ainina

NIM : 13313021

ILMU EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

MINAT NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH MANDIRI YOGYAKARTA

SKRIPSI



Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata-1
Jurusan Ilmu Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama	: Wida Ainina
Nomor Mahasiswa	: 13313021
Jurusan	: Ilmu Ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI YOGYAKARTA

2018

LEMBAR PENGESAHAN

MINAT NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH MANDIRI YOGYAKARTA

Disusun Oleh :

Wida Ainina

NIM : 13313021

Telah disetujui dengan baik
Yogyakarta, 27 September 2018

Dosen Pembimbing Utama	Dosen Pembimbing Pendamping
Heri Sudarsono, SE.,MEc	Akhsyim Afandi, Drs., MA., Ph.D.

Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi

Sahabudin sidiq, Dr., SE., MA.

MINAT NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH MANDIRI YOGYAKARTA

Disusun Oleh :

Wida Ainina

NIM : 13313021

Telah dipresentasikan di depan penguji pada tanggal 24 Juli 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Utama	Dosen Pembimbing Pendamping
Heri Sudarsono, SE.,MEc	Akhsyim Afandi, Drs., MA., Ph.D.
Dosen Penguji I	**Dosen Penguji II**
(Akhsyim Afandi, Drs., MA., Ph.D.)	(Heri Sudarsono, SE.,MEc)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

MINAT NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH MANDIRI YOGYAKARTA

Disusun Oleh : **WIDA AININA**

Nomor Mahasiswa : **13313021**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 24 Juli 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Heri Sudarsono, SE.,MEc .....

Penguji : Akhsyim Afandi, Drs., MA., Ph.D. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Dr. Drs. Agus Harjito, M.Si.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 05 Juni 2018

Penulis.



Wida Aminah

SURAT PERNYATAAN KEBENARAN NILAI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :.Wida Ainina
No. Mhs : 13313021
Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Ilmu Ekonomi

Dengan ini saya memberikan pernyataan bahwa :

1. Saya sudah menyelesaikan tugas akhir skripsi saya
2. Saya sudah melaksanakan siding skripsi dan dinyatakan lulus

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Apalagi di kemudian hari saya melanggar pernyataan tersebut di atas saya bersedia mendapatkan sanksi dari Fakultas Ekonomi.

Yogyakarta, 27 September 2018
Yang memberikan pernyataan,



Wida Ainina

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283
Telepon (0274) 881546 - 883087 - 885376 Fax. : 882589

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

Bismillahirrahmannirrahim

Pada Semester Genap 2017/2018, hari Selasa, tanggal 24 Juli 2018 Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama	:	**WIDA AININA**
No. Mahasiswa	:	**13313021**
JudulTugasAkhir	:	MINAT NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH MANDIRI YOGYAKARTA
Pembimbing	:	Heri Sudarsono, SE.,MEc

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir/Skripsi tersebut dinyatakan:

1. **Lulus Ujian Tugas Akhir** *)
   a. Tugas Akhir tidak direvisi
   b. Tugas Akhir perlu direvisi
2. **Tidak Lulus Ujian Tugas Akhir**

Nilai : A/B

Referensi : Layak/Tidak Layak *) ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji

Ketua Tim : Akhsyim Afandi, Drs., MA., Ph.D. .....

Anggota Tim : Heri Sudarsono, SE.,MEc .....

Yogyakarta, 24 Juli 2018
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi

Drs. Akhsyim Afandi, MA, Ph.D

Keterangan:
*) *Coret yang tidak perlu*
- *Bagi yang lulus Ujian Tugas Akhir dan Komprehensif segera konfirmasi ke Divisi Akademik*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dari awal titik, koma, dan bait yang kutulis ini, teriring sebuah harapan, dan penghargaan kepada mereka yang telah menjadikanku motivasi dan menyelesaikan skripsi ini untuk menggapai cita-cita. Semoga segala do'a yang terucap menjadi terwujud.

Persembahan untuk mereka :

- **My support system Kedua Orang Tuaku Tersayang**
- **Kakakku Tersayang**
- **Sahabat-sahabat yang selalu ada buat aku sampai saat ini**
- **Teman-teman FE UII**
- **Teman-teman KKN**
- **Almamaterku Universitas Islam Indonesia Yogyakarta**

HALAMAN MOTTO

“ Hari ini berjuang, besok raih kemenangan ”

“ Sambut masa depan cemerlang dengan berilmu ”

“ Pengalaman dan kegagalan akan membuat orang menjadi lebih bijak ”

“ Sukses adalah berani bertindak dan mempunyai prinsip ”

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ

الْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالْعَاقِبَةُ لِلْمُتَّقِيْنَ فَلاَ عُدْوَانَ إِلاَّ عَلَى الظَّالِمِيْنَ

وَالصَّلاَةُ وَالسَّلاَمُ عَلَى اَشْرَفِ الْاَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ إِمَامِ الْمُتَّقِيْنَ سَيِّدِ الْمُؤْمِنِيْنَ

سَيِّدِنَا وَمَوْلاَنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى اٰلِهِ وَأَصْحَابِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّيْنِ

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi yang berjudul "Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta" yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Ada banyak pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian tugas skripsi ini, untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Heri Sudarsono SE., MEc. sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahannya dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi.

4. Bapak Akhsyim Afandi, Drs., MA., Ph.D selaku Dosen penguji skripsi saya terimakasih atas masukan dan bimbingannya.

5. Bapak Sahabudin sidiq, Dr., SE., MA. Selaku Ketua Prodi Jurusan Ilmu Ekonomi.

6. Seluruh dosen yang telah menyampaikan ilmunya kepada penulis selama ini, semoga ilmu yang diberikan bermanfaat khususnya bagi penulis. Amin.

7. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia atas bantuannya selama penulis menjalani proses perkuliahan.

8. Dengan rasa cinta yang mendalam saya sampaikan terimakasih kepada my support system kedua orang tuaku. Bapak Suparwanta dan Ibu Tri Hartati yang selalu memberikan doa, dukungan tiada henti, dan kasih sayangnya dengan penuh kesabaran hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. I love you.

9. Kakakku Rafif Hartanto yang selalu mendukung ,membantu kesulitan-kesulitan dalam skripsi dan memberikan arahan sampai saat ini.

10. Terima kasih kepada Moch. Fahmi Aenurofik yang selalu memberikan semangat dan dukungan tiada henti sampai skripsi ini selesai.

11. Saudara-saudari yang tersayang Bernadeta Herlinda YL, Intan Puspitasari, Dina Martalina Mayasari, Fransisca Kumala Sari, Lusia Rosa, Luthfiana Nur Fitriani W, Yosa Angela W, Nadia Luvky P, Fairuza Cahyacaqti, Hima Fauzi, Wildan Taufik ,Heri Cahya Putra terimakasih yang selalu setia mendukung, mendoakan saya, meluangkan waktu buat bantuannya baik tenaga atau pikiran,

dan selalu ada buat menemani curhat sampai detik ini, akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini. I love you.

12. Sahabat Banana di kampus Nina Eliza Octaviani, Ratifa Vitriani, Alusi Retno Safitri, Aliva Rato, Adiana Okky. Terima kasih atas support dan doanya dan kebersamaannya selama di Fakultas Ekonomi UII ini ,satu persatu udah lulus, See you on top.

13. Teman-temanku KKN Unit 266 (Mas awang, Bondan, Wildan, Buyung, Luthfi, Bitta, Uza) yang selalu mendukung dan mendoakan saya. I miss you gengs.

14. Semua pihak yang ikut berpartisipasi dalam proses penyelesaian penelitian, yang telah membantu penulis baik responden yang telah mengisi kuesioner, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian, Aamiin.

Akhir kata, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak dengan harapan agar bermanfaat bagi yang berkepentingan. Semoga skripsi ini dapat dijadikan khasanah pustaka yang mampu membantu kemajuan ilmu pengetahuan dan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

WassalamualaikumWr. Wb.

Yogyakarta, 05 Juni 2018

Wida Ainina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN SAMPUL ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME iii
HALAMAN PERSETUJUAN iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
HALAMAN MOTTO vi
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
KATA PENGANTAR x
DAFTAR ISI xii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Batasan Masalah 4
C. Rumusan Masalah 4
D. Tujuan Penelitian 5
E. ManfaatPenelitian 5
BAB II LANDASAN TEOR 7
A. Telaah Pustaka 7
B. Landasan Teori 7
1. Pengertian Minat 13
2. Macam-macam Minat 15
3. Definisi Nasabah 16
4. Pengertian Tabungan 16
5. Sarana Penarikan Tabungan 18

6. Ketentuan Tabungan 20
7. Kualitas Pelayanan 24
8. Lokasi 28
9. Kepercayaan 34
10. Bank Syariah 37
C. Kerangka Berfikir 39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 40
A. Desain Penelitian 40
B. Setting Penelitian 40
C. Populasi dan Sample Penelitian 41
1. Populasi 41
2. Sample 41
D. Sumber Data 43
1. Sumber Data Primer 43
2. Sumber Data Sekunder 44
E. Definisi Operasional Variabel 44
1. Kepercayaan 44
2. Lokasi 44
3. Kualitas Pelayanan 45
4. Minat Menabung 45
F. Instrumen Penelitian yang digunakan 45
G. Teknik Analisis Data 47
1. Uji Instrumen Data 47
2. Uji Asumsi Klasik 48
3. Analisis Regresi Linear Berganda 49
4. Uji Hipotesis 50
5. Uji Koefisien Determinasi 51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 53
A. Hasil Penelitian 53
1. Analisis Deskriptif Responden 53
2. Analisis Deskriptif Variabel 56
B. Uji Kualitas Data 63
1. Uji Validitas 63
2. Uji Realibilitas 64
C. Hasil Uji Asumsi Klasik 64
1. Uji Normalitas 64
2. Uji Multikolinieritas 65
3. Uji Heteroskedastisitas ..... .66
4. Uji Autokorelasi 68
5. Uji Regresi Linear Berganda 69
D. Hasil Uji Hipotesis 70
1. Uji Koefisien Determinasi 70
2. Uji F 71
3. Uji T 72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 74
A. Simpulan 74
B. Saran 74
DAFTAR PUSTAKA 76
Lampiran-lampiran

ABSTRAK

Bank Syariah yang semakin banyak di kota Yogyakarta saat ini sangat menarik perhatian penulis. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah yaitu kepercayaan, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap nasabah di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Jenis penelitian ini menggunakan data primer dengan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Adapun metode pengambilan sample menggunakan teknik non probabilitas. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah. Variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah.

Kata Kunci :Lokasi, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Minat Nasabah.

ABSTRACT

Islamic banks or syaria-banks are increasingly crowded in Yogyakarta, they are currently attracting author attentions. Therefore, this study aims to determine the interest of customers which are trust, location, and quality of services to customers in syaria-Banks Mandiri Yogyakarta. The type of research that author used is primary data with quantitative research. Population in this study are customers in syaria-Banks Mandiri Yogyakarta. As for the sampling methods are using non probability technique. Data analysis using multiple linear regression. The result from this research are trust variable have positive and significant influence to interest of saving customers. Location variable have positive and significant influence to interest of saving customers. Subsequently , variable quality of service have positive and significant influence to interest of saving customers.

Keywords : Location, Trust, Quality of Service, Customer Interest

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lahirnya UU No 7 Tahun 1992 dan UU No 10 Tahun 1998 tentang eksistensi Bank Syariah Mandiri , menumbuhkan bank syariah di Indonesia, antara lain Bank Syariah Mandiri serta lebih memperjelas kegiatan perbankan syariah, pada tahun 1998 dikeluarkan UU No 10 Tahun 1998 sebagai amandemen UU No 7 Tahun 1992. Kesempatan ini dimanfaatkan oleh bank konvensional untuk mengkonversikan diri secara penuh menjadi bank umum syariah maupun membuka kantor cabang syariah (http://akuntansisyariah.multiply.com/journal/item/2)

Berdasarkan prinsip bank syariah seperti halnya bank konvensional, bank tersebut mempunyai fungsi sebagai lembaga intermediasi.Artinya, lembaga bank yang aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya kegiatan perdagangan.

Dengan tumbuhnya bank Islam yang beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil sebagai alternatif pengganti bunga di bank konvensional, berpeluang bagi umat Islam sebagai jasa bank seoptimal mungkin. Menjadikan peluang karena umat Islam berhubungan dengan perbankan dengan tenang, tanpa keraguan dan didasari oleh motivasikeagamaan yang kuat di dalam memobilisasi dana masyarakat untuk pembiayaan pembangunan ekonomi umat (Sumitro, 2004)

Peluang ini tidak hanya dirasakan oleh umat Islam saja, tetapi juga oleh umat non-muslim, karena bank Islam terbukti mampu menjadi sarana penunjang pembangunan ekonomi yang handal dan dapat beroperasi secara sehat, karena didalam operasinya terdapat misi kebersamaan antara nasabah dengan bank. Selain itu bank Islam dinilai mampu hidup sejahtera dan kompetisi secara sehat dan wajar dengan bank-bank konvensional yang telah lainnya , karena bank Islam tidak bersifat eksklusif untuk umat Islam saja, tidak ada larangan bagi umat non-muslim untuk melakukan hubungan dengan bank Islam.

Bank Islam dengan bagi hasilnya sebagai alternatif penganti dari penerapan sistem bunga ternyata dinilai telah berhasil menghindarkan dampak negatif dari penerapan bunga, seperti (a) pembebanan pada nasabah berlebih-lebihan dengan beban bunga berbunga bagi nasabah yang tidak mempu membayar pada saat jatuh tempo, (b) timbulnya pemerasan yang kuat terhadap yang lemah, (c) terjadinya konsentrasi kekuatan ekonomi ditangan kelompok elit, (d) kurangnya peluang bagi kekuatan ekonomi bawah untuk mengembangkan potensi usahanya (Sumitro, 2004)

Hal mendasar yang membedakan antara lembaga bank konven dan Ibank syariah adalah terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah.Sehingga terdapat istilah bunga dan bagi hasil.

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank syariah yang memiliki kinerja yang baik di Indonesia. Hal tersebut ditunjukkan atas

banyaknya penghargaan Bank Syariah Mandiri diantaranya *The Most Efficient Bank*Kategori Bank Syariah Aset di atas 10 Triliun, *Recognition for Best ICT Implementation in Sales & Marketing*, Penghargaan atas The Indonesia *MiddleClass Brand Champion 2015 Based on The Middle-Class Consumer Survey in 6 Cities in Indonesia*, Penghargaan untuk Marketing dari nasabah ke nasabah, Peringkat II Kategori Bank Umum Syariah, Penghargaan untuk loyalty index, Bank Syariah di Indonesia yang berpredikat Sangat Bagus atas kinerja keuangan tahun 2014 (Bank Mandiri Syariah, 2015). Produk yang ditawarkan oleh bank syariah mandiri juga banyak, diantaranya yaitu (1) tabungan bank syariah mandiri adalah produk tabungan harian, penarikan atau setoran dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka, baik melalui kantor cabang bank syariah mandiri ataupun ATM; (2) BSM Tabungan simpatik adalah tabungan Syariah berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat yang disepakati antara nasabah dan bank tersebut ; (3) BSM Tabunganku adalah tabungan untuk individu dengan persyaratan mudah yang diterbitkan bersama oleh bank-bank di Indonesia; (4) BSM Tabungan berencana yaitu tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan. (5) BSM Tabungan Investa Cendekia yaitu tabungan yang digunakan untuk pendidikan anak-anak dengan jumlah setoran bulanan tetap dengan; dan masih banyak lainnya. Bank Syariah mandiri juga menerapkan pelayanan 24 jam dengan adanya Bank Syariah Mandiri Net Banking, Bank Syariah Mobile Banking, Bank Syariah

Mandiri ATM,Bank Syariah Mandiri E-Money, Bank Syariah Mandiri SMS Banking dan masih banyak lainnya. Semua produk pelayanan bank syariah mandiri tersebut diberikan guna mempermudah nasabah dalam bertransaksi danmenjaga kamanan nasabah dalam bertransaksi (Bank Syariah Mandiri: 2017).

Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judulMinat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta.

B. Batasan Masalah

Agar penulisan skripsi ini dapat memberikan perhatian yang fokus dan terarah, maka penulis memberikan batasan pada meteri-materi yang bersangkutan dengan Mengembangkan Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta.Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kepercayaan (X1), Lokasi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) sebagai independent.Minat menabung (Y) sebagai variable dependent.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung nasabah di bank Syariah Mandiri Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat menabung nasabah di bank Syariah Mandiri Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di bank Syariah Mandiri Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung nasabah di bank Syariah Mandiri Yogyakarta
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap minat menabung nasabah di bank Syariah Mandiri Yogyakarta
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas terhadap minat menabung nasabah di bank Syariah Mandiri Yogyakarta

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain :

1. Bagi penulis

   Bagi penulis dengan harapan penelitian ini dapat menambah pengetahuan yang lebih mendalam tentang perbankan syariah mengenai minat nasabah menabung dibank syariah mandiri.

2. Bagi Masyarakat

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat agar lebih baik memahami dalam minat menabung di bank syariah mandiri.

3. Bagi Bank Terkait

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan pengembangan di dalam bank tersebut, khususnya pada minat nasabah yang menabung seperti lokasi ,kepercayan, dan kualitas pelayanannya.

4. Bagi Fakultas Ekonomi

   Hasil penelitian ini dapat memberi masukan pengetahuan dan wawasan tentang bank syariah mandiri, khususnya kepada Prodi Ilmu Ekonomi Pembangunan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh Roni Andespa pada tahun 2017 dengan judul Faktoryang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah. Tema penelitiannya adalahkeuangan dan perbankan. Penelitian dilakukan di Sumatera Barat. Tujuan penelitian adalah: untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelanggan untuk menyimpan uang dalam Islambank. Penelitian menggunakan analisis faktor. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 250 pelanggan. Hasil dariPenelitiannya adalah: Ada faktor-faktor yang terdiri dari 16 variabel yang memiliki nilai di atas 0,5, yaitu: Faktor 1(Usia dan Siklus Hidup, Keyakinan dan Sikap, Motivasi, Kepribadian dan Konsep Diri, Gaya Hidup dan Pembelajaran).Faktor 2 (Persepsi, Kelompok Referensi, Kelas Sosial, Peran dan Status). Faktor 3 (Produk, Harga, Promosi dan Tempat). Faktor 4 (Budaya dan Keluarga).

Penelitian yang dilakukan Dita Pertiwi dan Haroni Doli H. Ritonga pada tahun 2012 dengan judul Analisis Minat Menabung Masyarakat pada Bank Muamalat di Kota Kisaran.Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh layanan dalam medium dan transaksi.Sebaik faktor kepercayaan dan lokasi yang mempengaruhi orang untuk menyimpan uang mereka di Bank Muamalat Kisaran. Tujuan kedua adalah untuk mengetahui faktor apa yang dominan untuk mendorong orang untuk menjadi pelanggan.

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah dikumpulkan dari responden terpilih di Kisaran yang menyimpan uang mereka di Bank Muamalat di Jakarta Kisaran.Kuesioner dijawab oleh 100 responden yang dipilih secara acak. Itu data sekunder diperoleh dari dokumen Bank Muamalat Indonesia, situs web dan lainnya media. Metode analisis deskriptif didukung menggunakan grafik, tabulasi silang, tabel dan frekuensi.Hasilnya menunjukkan pelanggan memutuskan untuk menyimpan karena faktor kepercayaan relatif dominan di Bank Muamalat Indonesia Kisaran.

Penelitian selajutnya dilakukan oleh Ida Lailatul Qodriyah pada tahun 2016 dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menabungdi Bank Muamalat Cabang Madiun. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 4.474 perusahaan.Teknik pengambilan sampel dalampenelitian dengan menggunakan *sampling insidental* sehingga diperoleh sampel sebanyak 367responden.Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secaralangsung dari nasabah yang sedang bertransaksi di Bank Muamalat Cabang Madiun.Metodeanalisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.Hasil penelitian menunjukan bahwa: 1) Prinsip operasional perbankan syariah secara parsialberpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Muamalat CabangMadiun. 2) Lokasi secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap minat nasabah menabungdi Bank Muamalat Cabang Madiun. 3) Produk secara parsial berpengaruh positif signifikanterhadap minat nasabah untuk

menabung di Bank Muamalat Cabang Madiun. 4) Prinsip operasionalperbankan syariah, lokasi dan produk berpengaruh signifikan terhadap minatnasabah untuk menabung di Bank Muamalat Cabang Madiun. Pihak bank hendaknya dapat terusmeningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya menabung dengan sistem syariah,misalnya dengan menyebarkan buletin atau brosur tentang prinsip operasional dan produk perbankan syariah secara berkala.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Muhammad Abdallah dan Irsyad Lubis, SE, M.Soc.Sc, Ph.D dengan judul Analisis Minat Menabung pada Bank Syariah di Kalangan Siswa SMAdi Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui siswa Madrasah Aliyah Negeri di Kota Medan tertarik menabung bank syariah di Medan. Penelitian inipenelitian kuantitatif deskriptif menggunakan data primer. Variabel yang digunakandalam penelitian ini terdiri dari reputasi, kepercayaan, danlokasi sebagai variabel independen dan kepentingan untuk menabungsiswa sebagai variabel dependen. Teknik sampling dilakukan dengan sederhanarandom sampling dengan menggunakan 100 siswa di Madrasah Aliyah Negeri di IndonesiaMedan sebagai sampel. Metode pengumpulan data menggunakan darisurvei administrasi, dengan memberikan kuesioner. Metode yang digunakan dalam inipenelitian adalah analisis deskriptif. Berdasarkan hasil analisis, ituditemukan bahwa minat siswa Madrasah Aliyah Negeri dalam menabungBank syariah di Medan masih rendah. Berdasarkan data yang didapat itudiketahui bahwa variabel reputasi

bank, kepercayaan, dan lokasi mempengaruhi siswaminat di Madrasah Aliyah Negeri memutuskan untuk menyelamatkan bank Islamdi Medan. Kendala utama yang mempengaruhi Madrasah Aliyah Negeriminat siswa untuk menyimpan uang mereka di bank syariah adalah lokasinyajauh dari rumah.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Rizi Wahyudi, Rina Carmelina, Kuat Indartono, Sitaresmi Wahyu Handani pada 2017 yang berjudul Analisis Minat Menabung Masyarakat Terhadap Tabungan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Bukittinggi. Untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat menabung masyarakat terhadap Taplus digunakan metode penelitian menggunakan data primer yaitu data langsung diambil dari nasabah penabung dengan metode sampling random yang mengajukan pertanyaan dan pengisian questioner yang diberikan kepada sampel yang terpilih yang jumlahnya 35 orang yaitu 5% dari jumlah nasabah tabungan (Taplus) yang memiliki saldo di atas Rp 500.000.000,- .Data diolah dengan menggunakan program statistik yaitu perangkat lunak (software) SPSS (Statistica Product and Service Solutions) Versi 11,0 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel mana yang signifikan terhadap jumlah tabungan, Berdasarkan nilai koefisien regresi disimpulkan bahwa dari keenam variabel yang ada ternyata hanya pendapatan yang sangat signifikan dan berpengaruh terhadap jumlah tabungan. Pendapatan yaitu variabel yang dominan dan mempengaruhi minat menabung masyarakat pada BNI Cabang Bukittinggi. Besarnya minat menabung masyarakat (MPS) pada BNI Cabang Bukittinggi adalah sebesar 0,406 atau 40,6% dengan KoeffisienKorelasi (r)

sebesar 0,641 dan uji t sebesar 4,746 yang mempunyai pengaruh sangat signifikan.terhadap jumlah tabungan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Wyska Meylanti Dana Saputri pada tahun 2017 dengan judul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga untuk Menabung di Bank Syariah. Pada penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan kuesioner serta menggunakan random sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 UIN Sunan Kalijaga berjumlah 100 mahasiswa. Teknik yang dipakai adalah regresi linier berganda, uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu uji t-statistik untuk menguji koefisiensi regresi parsial, serta uji f-statistik untuk menguji pengaruh secara simultan atau bersama-sama dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Selain itu juga dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastitas, dan uji normalitas. Hasil penelitianmenunjukan bahwa variabel literasi keuangan, bagi hasil, reiguisitas dan pendapat secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Kemampuan dari keempat variabel tersebut terhadap minat menabung dalam penelitian ini adalah 56,6%, sedangkan 43,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel dalam penelitian ini.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Imam Jalaludin pada tahun 2013 dengan judul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung (Survey pada Nasabah Bank BRI Syari'ah Cabang Cirebon). Penelitian tersebut merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan tekhnik pengambilan sampelnya adalah secara

acak .Jumlah sampel sebanyak 50 dari total populasi 5.283 menggunakan rumus slovin.Instrumen penelitian yang berupa kuesioner.Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabelnya sebagai berikut : motivasi (X1), belajar (X2), sikap (X3), persepsi (X4), nisbah/tingkat keuntungan (X5) dan perhitungan bisnis (X6), secara bersama-sama mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menabung (Y) dengan koefisien regresi linier berganda (R Square) 0,935 (93,5%) dan tingkat signifikan 0,000 serta nilai F hitung sebesar 16,805. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap minat nasabah menabung di BRI syariah cabang Cirebon (Y) yaitu variabel nisbah/tingkat keuntungan (X5) dengan angka koefisien regresi (B) sebesar 0,531, nilai thitung sebesar 2,608 dan nilai faktor sebesar 0,881. Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel nisbah/tingkat keuntungan (X6) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap minat nasabah menabung di BRI syariah cabang Cirebon (Y).

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Faradilla Novita Asri pada tahun 2017 dengan judul Analisis Faktor Pertimbangan dan Pengetahuan Masyarakat Surakarta terhadap Minat Menabung di Bank Syari'ah Mandiri. Subyek penelitian adalah konsumen individu yang menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri di kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan sampel 170 responden yang diambil dengan teknik Purposive Sampling.Metode analisis

data menggunakan statistik deskriptif dan analisis faktor. Hasil analisis menyimpulkan bahwa ada enam faktor yang menjadi pertimbangan konsumen memilih menabung di Bank Syariah Mandiri antara lain: factor compliance,factor assurance,factor reliability,factor tangible,factor empathy, dan faktor responsiveness. Faktor empathy merupakan faktor yang paling dipertimbangkan konsumen dalam memilih bank syariah.Pengetahuan konsumen terhadap bank syariah masih terbatas, sebagian besar responden hanya mengetahui tentang bagi hasil dan prosedur pembukaan rekening/ tabungan di Bank Syariah Mandiri.Sedangkan istilah-istilah dan macam produk perbankan syariah seperti mudharabah, musyarakah, murabahah dan ijarah masih belum diketahui dan dimengerti oleh konsumen.

B. Landasan Teori

1. Pengertian Minat

Minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada sesuatu, dari dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat (Ahmadi, 1998).Sedangkan Menurut Andi Mappiare (1997) ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu

Dari kedua definisi minat di atas dapat ditarik kesimpulan, bahwa minat merupakan sikap seseorang yang mempunyai keinginan yang

tinggi terhadap sesuatu atau suatu rasa kemauan yang kuat untuk melakukan suatu hal untuk mencapai tujuan tertentu.

Peneliti mengambil dari pengertian minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada sesuatu, dari dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat. (dari bukunya Abu Ahmadi "Psikologi Umum") yang digunakan sebagai acuan indikator dalam penelitian ini.

Berikut ini penjelasan mengenai ketiga indikasi yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut:

a. Kognisi (Gejala pengenalan) : proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan, dsb) atau usaha mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri (Artikata.com)Gejala pengenalan dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan yang melalui akal (Wardiana, 2004).
b. Konasi (kemauan) : yaitu salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan (Ahmadi, 1998).
c. Emosi : kecenderungan disini memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya (Wardiana, 2004).

2. Macam-Macam Minat

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhbib Abdul Wahab (2004), minat dapat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya, dan cara mengungkapkanya) yaitu sebagai berikut:

a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitifyaitu minat yang timbul adanya kebutuhan biologis atau jaringan tubuh. Sedangkan minat kulturalatau minat socialyaitu minat yang timbul karena proses belajar.

b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik yaitu minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik yaitu minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat di bedakan menjadi empat yaitu: a) expressed interest*;* minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk kenyatakan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya, b)manifestinterest;minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung, c) tested interest;minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif, dan d) inventoried interest;minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distadarisasikan.

3. Definisi Nasabah

Menurut Peraturan pemerintah No. 7/7/PBI/2005 nasabah yaitu pihak yang menggunakan jasa bank, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi uang.

Nasabah terdapat dua yaitu nasabah debitur dan nasabah penyimpan (Dendawijaya, 2001). Nasabah debitur yaitu nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian antara bank dan nasabah yang bersangkutan. Sedangkan nasabah penyimpanan yaitu nasabah yang mendapatkan dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian antara bank dan nasabah yang bersangkutan.

Nasabah adalah orang yang paling bentik dalam suatu bank. Nasabah tidak tergantung pada bank, tetapi bank yang tergantung pada nasabah. Bank yang mampu membuat hati nasabah, yang akan diuntungkan dengan peningkatan dana yang diterima dari masyarakat.

4. Pengertian Tabungan

Tabungan merupakan jenis simpanan yang dilakukan oleh pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu sesuai perjanjian antara bank dan pihak nasabah. Dalam perkembangannya, penarikan tabungan dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan

sarana penarikan berupa slip penarikan, ATM, surat kuasa, dan saran lainnya yang dipersamakan dengan itu (Ismail, 2011).

Tabungan merupakan simpanan yang paling populer dikalangan masyarakat umum lain dari masyarakat kota sampai pedesaan. Menurut Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998, Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 yang memberikan rumusan pengertian tabungan, yaitu Tabungan yaitu simpanan yang berdasar akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad yang lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu (Rianto, 2010)

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

Persyaratan untuk dapat membuka rekening tabungan, masing-masing bank berbeda. Akan tetapi, pada umumnya bank memberikansyarat yang sama pada setiap bank yaitu setiap masyarakat

yang ingin membuka rekening tabungan, perlu menyerahkan fotocopy identitas, misalnya KTP, SIM, paspor, dan identitas lainnya. Setiap bank akan memberikan syarat tentang setoran awal, minimal, serta saldo minimal yang harus disisakan. Saldo minimal diperlukan apabila tabungan akan ditutup, maka terdapat saldo yang akan digunakan untuk membayar biaya administrasi penutupan tabungan.

5. Sarana Penarikan Tabungan

Untuk menarik dana yang ada direkening tabungan dapat digunakan berbagai sarana atau alat penarikan. Terdapat beberapa penarikan yang digunakan, hal ini tergantung bank masing-masing, mau menggunakan sarana yang mereka inginkan. Alat-alat yang sering digunakan sebagai berikut (Kasmir, 2014):

a. Buku Tabungan

Buku tabungan merupakan salah satu bukti bahwa nasabah tersebut adalah nasabah penabung di bank tertentu. Setiap nasabah tabungan akan diberikan buku tabungan, yaitu merupakan buku yang menggambarkan mutasi setoran, penarikan, dan saldo atas setiap transaksi yang terjadi, sehingga mengurangi atau menambah saldo yang ada dibuku tabungan tersebut.

b. Slip Penarikan

Merupakan formulir untuk menarik sejumlah uang darirekening tabungannya. Di dalam formulir penarikan ini nasabah

cukupmenulis nama, nomor rekening, jumlah uang, serta tanda tangannasabah. Formulir penarikan ini disebut juga slip penarikan dan biasanya digunakan bersamaan dengan buku tabungan.

c. Kwitansi

Kwitansi merupakan formulir penarikan dan merupakan bukti penarikan yang dikeluarkan oleh bank yang fungsinya sama dengan slip penarikan. Di dalam kwitansi tertulis nama penarik, nomor penarik, jumlah uang, dan tanda tangan penarik. Alat ini juga dapat digunakan secara bersamaan dengan buku tabungan

d. *Automated Teller Machine* (ATM)

Sarana lain yang dapat digunakan untuk rekening tabungan adalah ATM.Dalam perkembangan ATM dunia modern ini merupakan sarana yang perlu diberikan oleh setiap bank untuk dapat bersaing dalam menawarkan produk tabungannya.Hampir semua bank memberikan fasilitas ATM dalam menawarkan produk tabungan kepada masyarakat. Keuntungan lain dengan adanya ATM ini adalah bank memperoleh fee bulanan atas ATM yang dinikmati oleh nasabah tersebut. Fee ATM bulanan ini beragam, tergantung pada bank masing-masing. Pada umumnya bank membebankan fee atau penggunaan ATM ini sebesar Rp.5000,- per bulan. Fee terebut merupakan fee based income (Ismail, 2011).

e. Sarana Lainnya

Sarana lain oleh bank ialah adanya formulir transfer. Formulir transfer merupakan sarana pemindah bukuan yang disediakan untuk nasabah dalam melakukan transfer baik ke bank sendiri, maupun bank yang lain. Beberapa bank melayani nasabah yang ingin menarik atau memindahkan dananya dari rekening tabungan tanpa harus membawa buku tabungan. Fasilitas tersebut diberikan oleh bank kepada nasabah yang sudah dikenal memiliki loyalitas yang tinggi kepada bank.

Sarana penarikan lainnya, misalnya bagi nasabah prima, penarikan dana dari tabungan dapat diantar oleh bank. Nasabah tidak harus datang ke bank dan membawa buku tabungan untuk menarik dananya,tetapi cukup telepon ke bank dan pegawai bank yang akan mengantarkan dana sesuai dengan penarikan yang diharapkan oleh nasabah. Nasabah menandatangani slip penarikan di rumah atau di tempat di mana nasabah berbeda. Fasilitas ini juga hanya diberikan kepada nasabah tertentu yang loyal kepada bank dan bank sudah mengenal baik.

6. Ketentuan Tabungan

Untuk memberikan kemudahan pelayanan kepada nasabah tabungan, maka terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon nasabah. Persyaratan tersebut di samping untuk meningkatkan pelayanan, juga untuk menjaga keamanan dan keuntungan bagi nasabah.

Ketentuan tentang tabungan diatur oleh Bank Indonesia, akan tetapi masing-masing bank diberikan kewenangan peraturan BI (Ismail, 2011).

Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh nasabah antara lain (Ismail, 2011):

a. Pembukaan Tabungan

Pembukaan tabungan adalah awal nasabah tersebut akan menjadi nasabah tabungan. Sebelum pembukaan tabungan dilaksanakan, bank akan memberikan formulir isian yang harus dilengkapi . Pada umumnya, bentuk formulir pembukaan rekening tabungan sama setiap bank. Setelah formulir diisi lengkap, maka bank tersebut membuka rekening tabungan dengan melaksanakan setoran pertama kepada nasabah.

b. Jumlah Setoran

Bank akan mensyaratkan tentang setoran minimal pada saat pembukaan. Jumlah setoran pertama besarnya tergantung pada masing-masing bank. Beberapa Bank mensyaratkan setoran awal sebesar Rp 500.000,- beberapa bank lain mensyaratkan setoran pertama sebesar Rp 50.000.-.

Di samping itu, biasanya bank juga membuat ketentuan tentang setoran minimal untuk setoran berikutnya, misalnya minimal setoran sebesar Rp 10.000,-.

c. Saldo Tabungan

Bank menentukan kebijakan tentang saldo minimal tabungan yang harus teredia. Adapun besarnya saldo minimal terebut tergantung pada bank masing-masing. Kebijakan tentang saldo minimal tersebut diperlukan untuk berjaga-jaga untuk membayar biaya administrasi atas penutupan rekening tabungannya apabila nasabah ingin menutupnya.

d. Penarikan Tabungan

Penarikan tabungan yaitu pengambilan dana yang dilakukan oleh nasabah yang berasal dari tabungan. Bank memiliki kebijakan yang berbeda tentang penarikan dana dari rekening tabungan, baik dilihat dari segi jumlah penarikan, maupun frekuensi penarikan dalam sehari. Jumlah penarikan secara langsung, artinya nasabah datang membawa buku tabungan, biasanya tidak dibatasi oleh bank. Penarikan dengan nominal besar, meskipun sebenarnya bank tidak membatasi, akan tetapi nasabah perlu memberitahukan sebelumnya. Perediaan uang di bank jumlahnya terbatas, sehingga penarikan dengan jumlah besar, kemungkinan tidak dapat dilayani karena persediaan uang tidak mencukupi. Nasabah perlu memberitahukan terlebih dahulu kepada bank untuk penarikan dengan jumlah besar.

e. Bagi Hasil

Bagi hasil digunakan pada bank syariah sedangkan untuk bank konvensional dinamakan dengan suku bunga. Sebagaijasa yang diberikan oleh bank kepada nasabah pemegang reening tabungan, bank membeikan balas jasa berupa bagi hasil. Penentuan besarnya bagi hasil dan cara perhitngan tergantung masing-masing bank. Bagi hasil tergantung kesepakatan antara nasabah investor dan nasabah pembiayaan.

f. Insentif

Dalam era persaingan yang ketatmenghimpun dana pihak ketiga, setiap bank berusaha menarik nasabah dengan memberikan berbagai macam keuntungan dan fasilitas antara lain, hadiah, undian, dan cendramata. Beberapa bank memberikan hadiah untuk menarik dana tabungan sebesar-besarnya.

g. Penutupan

1) Penutupan tabungan atas permintaan nasabah
2) Penutupan tabungan karena tidak aktif
3) Penutupan tabungan karena faktor lain
    a) Perubahan nama tabungan
    b) Bank merger
    c) Dan lain-lain

7. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan Bank

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 744), kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu. Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif yang baik.

Goetsch Davis dalam Zulian Yamit (2002) "Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebih harapan".

American Society for Quality Control (Philip Kotler, 2007) "kualitas jasa adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat".

Kasmir (2004) pengertian yang terkait dengan kualitas jasa pelayanan sebagai berikut :

1) Excellent: standar kinerja yang diperoleh.
2) Customer: perorangan, kelompok, departemen yang menerima, membayar out put pelayanan (jasa atau sistem).
3) Service: kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk tetapi lebih menentukan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.

4) Quality: sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimilki produk atau jasa.
5) Consistens: tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan dengan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
6) Levels: suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi
7) Delivery: memberikan pelayanan yang benar dengan cara dan waktu yang tepat.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatannya untuk mengimbangi harapan pelaggan.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Pada penelitian awal, Parasuraman tahun 1985 dalam Fandy Tjiptono (2011), telah berhasil mengidentifikasikan sepuluh faktor atau dimensi utama yang menentukan kualitas jasa, antara lain:

1) reliability(reliabilitas), merupakan kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal.
2) responsiveness(daya tanggap), merupakan kesediaan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.

3) competence(kompetensi), merupakan penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
4) acces(akses), merupakan kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
5) courtesy(kesopanan), merupakan sikap santun, respek, perhatian, dan keramahan para staf lini depan.
6) communication(komunikasi), merupakan memberikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mereka.
7) credibility(kredibilitas), merupakan sifat jujur dan dapat dipercaya.
8) security,(keamanan), merupakan babas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
9) understanding know the customer,(kemampuan memahami pelanggan), yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan mereka.
10) tangible, (bukti fisik) merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan komunikasi.

Namun pada penelitian berikutnya tahun 1988, Parasuraman dalam Fandy Tjiptono (2011) menyempurnakan dan merangkum sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi kualitas jasa. “Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan

menjadi jaminan (*assurance*), sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*empathy*)". Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama kualitas jasa, diantaranya:

1) Reliabilitas *(reliability)*, yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
2) Daya tanggap *(responseveness)*, yaitu keinginan para staf untukmembantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
3) Jaminan *(assurance)*, yakni mencangkup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat diercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
4) Empati *(emphaty)*, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan.
5) Bukti Langsung *(tangibles)*, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

c. Pengukuran Kualitas Pelayanan

Pengukuran kualitas produk dan jasa pelayanan, pada dasarnya hampir sama dengan pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu ditentukan oleh variabel harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan.

Pengukuran kualitas dapat dilakukan melalui perhitungan biaya kualitas dan melalui penelitian pasar mengenai persesi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas jasa pelayanan. Pengukuran kualitas melalui penelitan pasar tersebut dapat menggunakan berbagai cara, seperti: menemui konsumen; survey; sistem pengaduan dan panel konsumen. Selain itu dapat pula digunakan tekhnik yang lebih inovatif, seperti: *Quality Function Deployment* (QFD); *structured brainstorming*; dan analisis kesenjangan kualitas jasa pelayanan.

Pengukuran kualitas melaui perhitungan biaya kualitas dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu (a) biaya kualitas diukur berdasarkan biaya kerusakan perjam dari tenaga kerja langsung. (b) biaya kualitas diukur berdasarkan biaya produksi termasuk biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku dan biaya *overhead* pabrik. (c) biaya kualitas diukur berdasarkan penjualan bersih, dan (d) biaya kualitas diukur berdasarkan satuan unit seperti kilogram, meter dan lain sebagainya. Pengukuran biaya kualitas berdasarkan keempat cara tersebut, dapat dianalisis dengan menggunakan analisis trend dan analisis pareto agar ditemukan konsep biaya kerusakan yang optimal.

8. Lokasi

Teori lokasi adalah suatu teori yang dikembangkan untuk melihat dan memperhitungkan pola lokasional kegiatan ekonomi termasuk

industri dengan cara yang konsisten dan logis, dan untuk melihat dan memperhitungkan bagaimana daerah-daerah kegiatan ekonomi itu saling berhubungan.

Teori lokasi biaya rendah yang dikembangkan oleh Weber berasumsikan bahwa permintaan adalah konstan dan tidak dipengaruhi oleh perusahaan yang berdekatan. Dengan demikian, secara implisit teori ini juga mengasumsikan persaingan bebas tanpa ada kemungkinan timbulnya kekuatan monopoli yang ditawarkan oleh lokasi perusahaan lain. Namun demikian lokasi biaya minimum perlu menjamin keuntungan maksimum. Keuntungan dapat saja meningkat bila lokasi perusahaan yang bersangkutan pindah ke daerah konsentrasi permintaan sekalipun biaya bertambah. Gejala ini disebabkan oleh penjualan yang meningkat persatuan produk lebih rendah.

Beberapa unsur ketergantungan lokasi telah dikemukakan dalam teori Palander dan Hoover. Teori ketergantungan lokasi berpangkal tolak dari kesamaan biaya bagi semua perusahaan dan menjual produknya di pasar yang tersebar. Teori biaya minimum dan ketergantungan lokasi(*Theory Least Cost and Place Interdependence*) dikemukakan oleh Melvin Greenhut pada tahun 1956 dalam bukunya *Plant Location in Theory and in Practice* dan *Microeconomics and The Space Economy*.

a. Penentuan secara umum letak lokasi suatu bank

Pemilihan lokasi pada dasarnya menentukan suatu tempat atau lokasi yang tepat untuk suatu bank, bank dengan tujuan tertentu

yang memperhitungkan kelebihan dan kekurangan lokasi tersebut. Lokasi bank adalah suatu tempat dimana bank melakukan aktivitasnya. Hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah pertimbangan sebagai berikut (Kasmir, 2010):

1) Jenis bank yang dijalankan;
2) Dekat dengan keramaian;
3) Dekat tenaga kerja;
4) Tersedia sarana dan prasarana;
5) Dekat pemerintahan;
6) Di kawasan perkotaan;
7) Kemudahan untuk ekspansi;
8) Adat istiadat/ budaya/ sikap masyarakat;

b. Penentuan secara khusus letak lokasi suatu bank

Pemilihan lokasi berarti menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif dan mendapatkan lokasi dengan palingbanyak faktor-faktor positif. Tanpa perencanaan lokasi yang tepat, bank dapat "tergelincir" ke dalam perangkap-perangkap yang merugikan. Ada dua faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan secara khusus letak lokasi suatu bank adalah pertimbangan sebagai berikut:

1) Faktor utama (primer), yaitu:
    a) Dekat dengan pasar;

b) Dekat dengan perumahan;

c) Tempat ibadah yang banyak jamaahnya seperti mesjid raya utama, islamic center;

d) Tersedia tenaga kerja, baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan;

e) Terdapat fasilitas pengangkutan, seperti jalan raya atau kereta api atau pelabuhan laut atau bandara;

f) Tersedia saran dan prasarana seperti listrik, telepon, dan sarana lainnya;

g) Sikap masyarakat.

2) Faktor pendukung (sekunder), yaitu:

a) Biaya untuk investasi dilokasi seperti biaya pembelian tanah, atau pembangunan gedung;

b) Prospek perkembangan harga tanah, gedung atau kemajuan dilokasi tersebut;

c) Kemugkinan untuk perluasan lokasi

d) Terdapat fasilitas penunjang lain seperti pusat perbelanjaan atau perumahan;

e) Masalah pajak dan peraturan perburuhan di daerah setempat;

f) Dekat dengan kantor BI

c. Penentuan lokasi kantor cabang pembantu

Pemilihan lokasi berada di posisi strategis pada suatu kota yang dapat memiliki akses cukup banyak kepada nasabah tergantung kepada segmen pasar yang akan dipilih. Menurut Rianto (2010)hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi kantor cabank pembantu adalah pertimbangan sebagai berikut:

1) Dekat dengan pasar

Keputusan pembukaan kantor cabang pembantu atau kas di wilayah yang dekat dengan pasar dapat dilakukan apabila terget pasar yang ingin di raih adalah para pedagang pasar tersebut. Misalnya agar dapat mempermudah proses transaksi bisnis mereka. Ukuran pasar yang dijadikan pilihanpun biasanya adalah yang berukuran besar, Baik dalam hitungan jumlah transaksi maupun jumlah pengunjung. hal ini dilakukan agar para pedagang dapat semakin mudah dalamproses transaksi bisnisnya sehingga tidak perlu terlalu khawatir dengan uang tunai.

2) Dekat dengan perumahan ataumasyarakat

Apabila suatu perbankan memilih untuk dekat dengan perumahan adalah pada perbankan yang fokus kepada sektor ritel. Hal ini sebagai upaya mendekatkan diri bank kepada masyarakat. Sehingga tidak perlu kesulitan untuk mencari kantor cabang pembantu bank yang jauh apabila ingin bertransaksi.

3) Dekat dengan kawasan industri danpabrik

Hal ini bisa menjadi pertimbangan, apabila segmen yang akan dijadikan terget pasar bagi bank adalah pabrik atau karyawan pabrik. Misalnya bank akan menawarkan fasilitas pembiayaan ekspor bagi pabrik yang beroperasi di kawasan industri, maka dengan dekat kepada kawasan industri atau pabrik dapat menjadi pertimbangan dalam membuka kantor di kawasantersebut.

4) Dekat denganperkantoran

Pilihan ini dapat diambil jika target pasar yang akan diraih oleh bank adalah kantor serta karyawankantor tersebut, sehingga dengan membuka kantor yang dekat dengan lokasi perkantoran atau bahkan di gedung perkantoran tersebut menjadi salah satu pertimbanganutama.Misalkan salah satu bank syariah ingin menawarkan sistem pambayaran gaji karyawan secara otomatis (*payroll*) kepada perusahaan, maka dengan membuka kantor di wilayah tersebut akan memberikan kemudahan baik kepada perusahaan maupun karyawan perusahaan tersebut dalam mengakses fasilitas perbankan.

5) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi

Jumlah pesaing yang telah membuka kantor perwakilandi suatu wilayah harus turut pula menjadi pertimbangan. Meskipun lokasi yang dipilih sangat strategis,

tetapi jumlah pesaingnya banyak maka hal ini harus dipertimbangkan pula. Sebab perhitungan *market share* yang ingin di capai harus dapat dihitung secara tepat. Apabila sudah terlalu banyak pesaing maka akan mengurangi jumlah pendapatan bank. Apabila suatu daerah sudah terlalu padat, maka sebaiknya suatu bank tidak membuka kantor di daerah tersebut.

9. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang dimiliki seseorang bahwa kata janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya (Barnes, 2003). Beberapa elemen penting dari kepercayaan yaitu:

1) Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan dimasa lalu.
2) Watak yang diharapkan dari mitra seperti dapat dipercaya dan dapat dihandalkan.
3) Kepercayan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam resiko.

4) Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri mitra.

Menurut Kotler (2002) “kepercayaan adalah gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu”. Kepercayaan mungkin didasarkan pada pengetahuan dan opini. Kepercayaan merupakan tingkat kepastian konsumen ketika pemikirannya diperjelas dengan mengingat yang berulang-ulang dari pelaku pasar dan teman-temanya. Kepercayaan bisa mendorong maksud untuk membeli atau menggunakan produk dengan cara menghilangkan keraguan.

Menurut Ganesan dan Shankar dalam Farida Jasfar (2009) menjelaskan bahwa kepercayaan itu merupakan refleksi dari dua komponen, yaitu:

1) *Credibility*, yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektifitas dan kehandalan pekerjaan.
2) *Benevolence*, yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah rasa aman dalam interaksinya terhadap sesuatu

yang diinginkan dan diharapkan sehingga akan memberikan hasil yang positif bagi konsumen.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan

Kepercayaan sangat bermanfaat dan penting untuk membangun kepuasan walaupun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha berasama. Menurut Pappers dan Roggers (2004) faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan, antara lain:

1) Nilai merupakan hal mendasar untuk mngembangkan kepercayaan. Pihak-pihak dalam *relationship* yang memiliki perilaku, tujuan dan kebijakan yang sama akan mempengaruhi kemampuan mengembangkan kepercayaan.
2) Ketergantungan pada pihak lain mengimplikasikan kerentanan. Untuk mengurangi risiko pihak yang tidak percaya akan membina *relationship* dengan pihak yang dapat dipercaya
3) Komunikasi yng terbuka dan teratur. Komunikasi yang dilakukan untuk menghasilkan kepercayaan harus dilakukan secara teratur dan berkualitas tinggi atau dengan kata lain harus relevan dan tepat waktu. Komunikasi masa lalu yang positif akan menimbulkan kepercayaan dan pada gilirannya menjadi komunikasi yang lebih baik.

c. Indikator Kepercayaan

Menurut Fandy Tjiptono (2000) indikator kepercayaan pelanggan antara lain:

1) *Brand Reliability*, meliputi jasa yang sesuai dengan harapan, kepercayaan pada produk dan jaminan kepuasan.
2) *Brand intentions*, kejujuran dalam menyelesaikan masalah, konsumen yang mengandalkan produk yang digunakan dan jaminan ganti rugi dari pihak perusahaan.

Menurut Flavian dan Giunaliu (2007), kepercayaan terbentuk dari tiga hal yaitu:

1) Kejujuran (*honesty*)

   Kejujuran adalah percaya pada kata-kata orang lain, percaya bahwa mereka akan menepati janjinya dan bersikap tulus pada kita.

2) Kebajikan (*benevolence*)

   Kebajikan adalah tindakan yang mendahulukan kepentingan umum dari pada kepentingan pribadi.

3) Kompetensi (*competence*)

   Kompetensi adalah persepsi atas pengetahuan, kemampuan untuk menyelesaikan masalah, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pihak lain yang dimiliki suatu pihak.

10. Bank Syariah

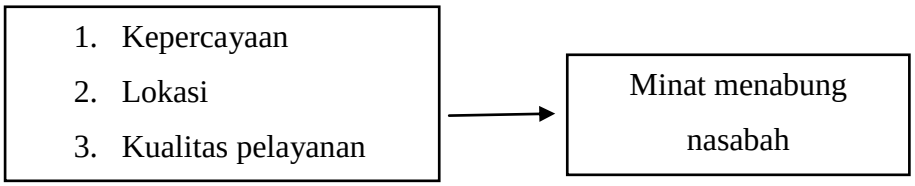
Bank syariah adalah Sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum islam (syariah). Pembentukan sistem ini berdasarkan

adanya larangan dalam agama islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan bunga pinjaman (riba'), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha kategori terlarang (haram). Perbankan Islam atau yang lebih dikenal di Indonesia sebagai perbankan syariah telah menjadi lokomotif terdepan bagi proyek ilmu ekonomi Islam dan Islamisasi ilmu ekonomi, yang telah dirintis mulai empat dekade yang lalu. Pengakuan dan penerimaan terhadap perbankan Islam dalam sistem keuangan global telah memberikan energi positif bagi para penggiat ekonomi Islam untuk melanjutkan upaya Islamisasi ilmu ekonomi dan juga institusi ekonominya.

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam atau bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadist (Antonio, 2001). Sedangkan Bank Indonesia (2003) mendefinisikan bank syariah ialah bank yang berasaskan antara lain pada asas kemitraan, keadilan, transportasi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah serta memiliki fungsi sebagai manajemen investasi, menyediakan jasa-jasa keuangan, dan memberikan jasa-jasa sosial.

C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan atas beberapa variabel yang mendorong keputusan nasabah menabung di bank Syariah Mandiri, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field study research*) yakni pengamatan langsung ke obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan.Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif di mana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari obyek yang diteliti kemudian dapat membuat instrumen untuk mengukurnya (Tanzeh dan Suyitno, 2006).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis pendekatan penelitian kuantitatif yaitu pendekatan yang datanya diperoleh dari kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan berdasarkan dari sempel orang-orang yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan presensi tangggapan mereka.Pendekatan kuantitatif lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh.

B. Setting penelitian

Penelitian ini dilaksanakan diYogyakarta, pada bulan januari 2018 sampai dengan bulan April 2018.

C. Populasi dan sampel penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007) Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang mempunyai tabungan di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu nonprobabilitas sampling. Teknik pengambilan sampel nonprobabilitas memiliki ciri bahwa tidak diberikan kesempatan yang sama bagi setiap populasi untuk dijadikan sampel.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan tekknik *simple random sampling.* Pengambilan sampel dilakukan dengan cara memberikan nomor-nomor pada seluruh anggota populasi, lalu secara acak dipilih nomor-nomor sesuai dengan banyaknya jumlah sampel yang dibutuhkan. Pengambilan sampel dilakukan tanpa pengembalian, yang berarti sampel yang pernah terpilih tidak akan dipilih lagi.

Oleh karena jumlah nasabah di bank Syariah Mandiri Yogyakarta selalu bertambah, maka jumlah populasi yang tidak selalu pasti, maka jumlah sampel yang dibutuhkan akan dipengaruhi oleh maksimum error

(i) dan derajat kepercayaan dalam penaksiran jumlah populasi tersebut. Maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

a. Besarnya sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{(1)^2}$$

Dimana n adalah jumlah sample, p adalah proporsi populasi dan Z adalah skor Z pada derajad kepercayaan tertentu serta adalah sampling error. Nilai p selalu berkisar antara 0 - ~ maka besar p (1-p) dapat dicari sebagai berikut :

Jika p = p(1-p)

p = p - p2

p maksimum jika,

$$\frac{dp}{dp} = 0$$

1 – 2p = 0

p = 0,5

Subtitusikan nilai p tersebut kerumus sampel persamaan maka diperoleh:

$$n = \frac{Z^2 0,5(1-0,5)}{\mu^2}$$

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

Persamaan diatas merupakan rumus baku umum manakala jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti.

b. Jika derajat kepercayaan ditentukan 95% dan sampling error adalah 10% nilai Z adalah 1,96 maka jumlah sampel adalah

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$= \frac{3,8146}{4(0,01)}$$

$$= 96,04 \Rightarrow 100$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 96,04 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

D. Sumber data

Sumber data menurut Suharsimi Arikunto (2002) adalah subjek dari mana data itu diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Sumber data primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama baik dari individu atau perseorangan di lokasi penelitian atau objek penelitian seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian angket yang biasa dilakukan oleh peneliti (Sugiyono, 2007).Pada penelitian ini data primer diperoleh dari memberikan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada nasabah penabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta sebagai subyek penelitian yang dipilih.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data yang berasal dari sumber kedua yang dapat diperoleh melalui buku-buku, brosur dan artikel yang didapat dari*website* yang berkaitan dengan penelitian ini (Bungin, 2005).Untuk memperoleh data ini, peneliti mengambil sejumlah buku-buku, brosur, *website*, dan contoh penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

E. Definisi operasional variabel

1. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang dimiliki seseorang bahwa kata janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya (Barnes, 2003).

2. Lokasi

Lokasi merupakan keputusan yang dibuat oleh perusahaan terkait operasi dan staffnya akan ditempatkan (Rambat Lupiyoadi, 2001). Lokasi suatu bank akan mempengaruhi kelancaran dari usaha perbankan tersebut. Indikator empirisnya meliputi:

a. Lokasi bank strategis
b. Lokasi bank yang nyaman dan luas

c. Lokasi bank dekat dengan tempat tinggal

d. Loakasi ATM mudah di akses

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2004). Indikator empirisnya meliputi:

a. Karyawan bersikap ramah dan sopan.

b. Karyawan berpenampilan rapi

c. Pelayanan yang cepat dalam menanggapi keluhan

d. Karyawan memberikan penjelasan yang mudah dimengerti

e. Pelayanan yang baik dan tepat waktu.

4. Minat menabung

Minat merupakan sikap seseorang yang mempunyai keinginan yang tinggi terhadap sesuatu atau suatu rasa kemauan yang kuat untuk melakukan suatu hal untuk mencapai tujuan tertentu

F. Instrumen penelitian yang digunakan

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, disini alat yang digunakan adalah angket. Angket atau kuesioner adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat dijawab di bawah pengawasan peneliti (Sugiyono, 2007).Angket digunakan

untuk mendapatkan keterangan dari sampel atau sumber yang beraneka ragam yang lokasinya sering tersebar di daerah yang luas, nasional ada kalanya internasional (Sugiyono, 2007)

Tabel 3.1
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Item Pernyataan
Kepercayaan	Nisbah bagi hasil yang diberikan Bank Syariah Mandiri Yogyakarta lebih kompetitif dibandingkan bank lain
	Dengan sistem bagi hasil nasabah akan yakin keadilan pembagian keuntungan lebih terjamin
	Kejelasan bagi hasil yang diberikan telah mendorong nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta ini
	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada para nasabah Bank Syariah Mandiri Yogyakarta
	Nasabah yakin sitem bagi hasil itu memberikan kenyamanan
Variabel	Item Pernyataan
Lokasi	Lokasi Bank Syariah Mandiri Yogyakarta sangat strategis
	Lokasi Bank Syariah Mandiri Yogyakarta dekat dengan pemukiman
	Lokasi Bank Syariah Mandiri Yogyakarta yang nyaman dan luas
	Kemudahan akses melalui ATM
Variabel	Item Pernyataan
Kualitas Pelayanan	Karyawan Bank Syariah Mandiri Yogyakarta memberikan informasi mengenai produk yang jelas dan mudah di mengerti

	Pelayanan yang diberikan tepat waktu dan sesuai prosedur yang diberikan
	Karyawan Bank Syariah Mandiri Yogyakarta menunjukan sikap yang simpatik, murah senyum, dan bersahabat
	Tindakan cepat dan tanggap oleh karyawan Bank Syariah Mandiri Yogyakarta saat nasabah membutuhkan bantuan
	Karyawan Bank Syariah Mandiri Yogyakarta berpakaian sopan dan rapi
Variabel	Item Pernyataan
Minat Menabung	Pelayanan untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta menyenangkan
	Bank Syariah Mandiri Yogyakarta memberikan kemudahan untuk menabung
	Informasi menabung Bank Syariah Mandiri Yogyakarta ini cukup baik dan cukup simpatik
	Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta ini karena mudah di jangkau

G. Teknik analisis data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji validitas

Uji validitas adalah pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan ukuran suatu instrumen terhadap konsep yang

diteliti.Suatu instrumen adalah tepat untuk digunakan sebagai ukuran suatu konsep jika memiliki tingkat validitas yang tinggi, dan sebaliknya (Suharso, 2009).Uji validitas ini digunakan untuk menguji kevalidan instrumen penelitian. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur. Metode yang digunakan yaitu dengan korelasi produk momen. Jika nilai *corrected item-total correlation* > 0,3 maka seluruh item merupakan valid (Sujianto, 2009).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya.Reliabilitas diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Dalam bukunya, Sujianto mengemukakan bahwa: Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.

2. Uji asumsi klasik

a. Normalitas data

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametric (Sujianto, 2009).Berdasarkan definisi tersebut

maka tujuan dari uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak.Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan *Kolmogrov-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *P-Plots*.

Menurut Sujianto (2009) Kriteria pengambilan keputusan dengan *Kolmogrov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

1) Nilai Sig. atau signifikasi atau probabilitas < 0,05 distribusi data adalah tidak normal.
2) Nilai Sig. atau signifikasi atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi data adalah normal

b. Uji multikolinearitas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkolerasi.Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat.Di antara variabel independen terdapat kolerasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas (Sujianto, 2009)

c. Heterokedastitas

Uji heterokedastisitas pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* dari pada *time series*.

Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heterokedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*.Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas.Menurut Sujianto (2009) asumsinya adalah:

1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0
3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

3. Analisis regresi linier berganda

Dalam penelitian ini, variabel terikat dipengaruhi oleh dua variabel bebas.Maka untuk menguji atau melakukan estimasi dari suatu permasalahan yang terdiri dari lebih dari satu variabel bebas tidak bisa dengan regresi sederhana.Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Menurut Sugiyono, (2007) Persamaan umum regresi linier berganda adalah:

$Y = a + b1X1 + b2X2+...bnXn$

Keterangan :

Y = *variable dependent* (minat menabung nasabah)

X1 = *variable independent* (kepercayaan)

X2 = *variable independent* (lokasi)

X3 = *variable independent* (kualitas pelayanan)

a = Harga Konstanta (Harga Y bila X=0)

b1, b2, bn = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan *variable dependent* yang didasarkan pada perubahan *variable independent*. Bila (+) maka terjadi kenaikan dan bila (-) maka terjadi penurunan.

4. Uji Hipotesis

Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik yang didukung oleh uji ekonometrika sebagai berikut:

a. Uji T (T-test)

Untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel kepercayaan (X1), lokasi (X2) dan kualitas pelayanaan (X3) terhadap minat menabung (Y), signifikan atau tidak. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu :

1) Apabila thitung < ttabel maka H0 diterima, artinya masing-masing variabel kepercayaan, lokasi, dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah.
2) Apabila thitung > ttabel maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya masing-masing variabel kepercayaan, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah.

b. Uji F (F-test)

Digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara persepsi, citra merek, dan periklanan terhadap minat menabung nasabah.

1) Apabila Fhitung < Ftabel maka keputusannya menerima H0, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah.
2) Apabila Fhitung > Ftabel, maka keputusannya menolak H0 dan menerima H1, artinya ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah secara simultan.

5. Uji koefisien determinasi (R^2)

Analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (persepsi, citra merek, dan periklanan) terhadap variabel dependen (minat menabung nasabah).

Rumus:

R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrument sampai dengan uji koefisien determinasi maka peneliti menggunakan software pengolahan data dengan SPSS 21.0

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pada bab ini akan diuraikan analisis penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat pada Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan satu variabel terikat dan tiga variabel bebas, yaitu : minat menabung masyarakat (Y), kepercayaan (X1), lokasi (X2), dan kualitas pelayanan (X3).

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif data yang diperoleh dengan cara memberikan pertanyaan kepada nasabah sebanyak 100 orang responden yang dijadikan sampel. Selanjutrnya data yang diperoleh ditabulasikan untuk dilakukan analisa secara kuantitatf. Hasil penelitian meliputi karakteritik responden, uji realibilitas dan validitas kuesioner setiap variable, uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda.

1. Analisis Deskriptif Responden

Dalam hal ini deskripsi karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan.

a. Karakteristik responden menurut Jenis Kelamin

Berdasarkah dari hasil penelitian yang dilakukan maka diketahui jenis kelamin responden terbanyak adalah perempuan.Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.1.dibawah ini :

Tabel 4.1.
Distribusi Responden
Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Perempuan	52	52%
Laki-Laki	48	48%
Jumlah	100	100%

Sumber: data olahan hasil penelitian

Dari table 4.1. diatas menunjukkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 52 orang (52%) dan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 48 orang (48%).

b. Karakteristik responden menurut Usia

Berdasarkah dari hasil penelitian yang dilakukan maka diketahui tingkat usia responden pada umumnya 20-30 tahun. Untuk jelasnya dapat dilihat pada table 4.2 dibawah ini :

Tabel 4.2.
Distribusi Responden
Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	%
<20	8	8%
20-30	56	56%
31-40	24	24%
>40	12	12%
Jumlah	100	100%

Sumber: data olahan hasil penelitian

Dari table 4.2. diatas menunjukkan responden yang berusia antara <20 tahun sebanyak 8 orang (8%), yang berusia 20 – 30 tahun sebanyak 56 orang (56%), yang berusia 31 – 40 tahun sebanyak 24 orang (24%), yang berusia 40 tahun keatas sebanyak 12 orang (12%).

c. Karakteristik responden menurut Pekerjaan

Berdasarkah dari hasil penelitian yang dilakukan maka diketahui bahwa responden pada umumnya bekerja sebagai PNS. Untuk jelasnya dapat dilihat pada table 4.3. dibawah ini :

Tabel 4.3.
Distribusi Responden
Berdasarkan Pekerjaan

Usia	Frekuensi	%
Pelajar	14	14%
Karyawan Swasta	32	32%
Wiraswasta	17	17%
PNS	36	36%
TNI/Polri	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: data olahan hasil penelitian

Dari table 4.3. diatas menunjukkan responden yang masih berstatus pelajar sebanyak 14 orang (14%), yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 32 orang (32%), yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 17 orang (17%), yang bekerja sebagai PNS sebanyak 36 orang (36%), dan yang bekerja sebagai TNI/Polri sebanyak 1 orang (1%).

d. Karakteristik responden menurut Jumlah Pendapatan Perbulan

Berdasarkah dari hasil penelitian yang dilakukan maka diketahui bahwa responden pada umumnya memiliki pendapatan perbulan antara Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000. Untuk jelasnya dapat dilihat pada table 4.4. dibawah ini :

Tabel 4.4.
Distribusi Responden
Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Usia	Frekuensi	%
500.000-1.000.000	27	27%
1.000.001-2.000.000	28	28%
2.000.001-3.000.000	12	12%
3.000.001-4.000.000	11	11%
>4.000.000	22	22%
Jumlah	100	100%

Sumber: data olahan hasil penelitian

Dari table 4.4. diatas menunjukkan bahwa responden dengan pendapatan antara Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000/perbulan sebanyak 27 orang (27%), responden dengan pendapatan antara Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000/perbulan sebanyak 28 orang (28%), responden dengan pendapatan antara Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000/perbulan sebanyak 12 orang (12%), responden dengan pendapatan antara Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000/perbulan sebanyak 11 orang (11%), dan responden dengan pendapatan diatas Rp. 4.000.000/perbulan sebanyak 22 orang (22%).

2. Analisis Deskriptif Variabel

a. Minat Menabung

Minat adalah perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu objek baik peristiwa maupun benda.Pada variable minat menabung masyarakat (Y) diwakili oleh empat pertanyaan yang mencerminkan indikator. Dalam variable ini diajukan

pertanyaan kepada responden, sedangkan frekuensinya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5.
Tanggapan Responden TentangPelayanan Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta

Tanggapan Responden	Frekuensi	%
Sangat Tidak Menyenangkan	0	0%
Tidak Menyenangkan	7	7%
Ragu-Ragu	19	19%
Menyenangkan	45	45%
Sangat Menyenangkan	29	29%
Jumlah	100	100%

Sumber: data olahan hasil penelitian

Dari table 4.5. diatas menunjukkan bahwa responden yang memberikan tanggapan tidak menyenangkan sebanyak 7 orang (7%), ragu-ragu 19 orang (19%), menyenangkan 45 orang (45%) dan sangat menyenangkan 29 orang (29%). Dengan demikian, sebagian besar responden menyatakan bahwa pelayanan menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta adalah menyenangkan.

Tabel 4.6.
Tanggapan Responden Tentang KemudahanMenabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta

Tanggapan Responden	Frekuensi	%
Sangat Sulit	0	0%
Sulit	6	6%
Ragu-Ragu	15	15%
Mudah	50	50%
Sangat Mudah	29	29%
Jumlah	100	100%

Sumber: data olahan hasil penelitian

Dari table 4.6. diatas menunjukkan bahwa responden yang memberikan tanggapan bahwa menabung di Bank Syariah Mandiri

Yogyakarta adalah sulit sebanyak 6 orang (6%), yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 15 orang (15%), yang menjawab mudah sebanyak 50 orang (50%) dan yang menjawab sangat mudah sebanyak 29 orang (29%). Dengan demikian, sebagian besar responden memberikan tanggapan tentang menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta adalah mudah.

Tabel 4.7.
Tanggapan Responden Tentang Informasi Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta

Tanggapan Responden	Frekuensi	%
Sangat Tidak Baik	0	0%
Tidak Baik	18	18%
Ragu-Ragu	29	29%
Baik	42	42%
Sangat Baik	11	11%
Jumlah	100	100%

Sumber: data olahan hasil penelitian

Dari table 4.7. diatas menunjukkan bahwa responden yang memberikan tanggapan bahwa informasi yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Yogyakarta tidak baik sebanyak 18 orang (18%), yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 29 orang (29%), yang menjawab baik sebanyak 42 or.ang (42%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 11 orang (11%). Dengan demikian, sebagian besar responden memberikan tanggapan baik terhadap informasi yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Yogyakarta.

Tabel 4.8.
Tanggapan Responden Tentang Kemudahan Bank Syariah Mandiri Yogyakarta Untuk Dijangkau

Tanggapan Responden	Frekuensi	%
Sangat Sulit Dijangkau	0	0%
Sulit Dijangkau	10	10%
Ragu-Ragu	27	27%
Mudah Dijangkau	51	51%
Sangat Mudah Dijangkau	12	12%
Jumlah	100	100%

Sumber: data olahan hasil penelitian

Dari table 4.8. diatas menunjukkan bahwa responden yang memberikan tanggapan bahwa Bank Syariah Mandiri Yogyakarta sulit dijangkau sebanyak 10 orang (10%), ragu-ragu sebanyak 27 orang (27%), mudah dijangkau sebanyak 51 orang (51%), dan sangat mudah dijangkau sebanyak 12 orang (12%). Dengan demikian sebagian besar responden memberikan tanggapan bahwa menabung diBank Syariah Mandiri Yogyakarta mudah dijangkau.

b. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang dimiliki seseorang bahwa kata janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya (Barnes, 2003).

Pada variable kepercayaan (X1) diwakili oleh lima pertanyaan yang mencerminkan indikator. Dalam variable ini

diajukan pertanyaan kepada respondon, sedangkan frekuensinya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9.
Distribusi Tanggapan Responden Tentang Kepercayaan Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta

Tanggapan Responden	Interval Kelas			Frekuensi	%
Tinggi	22	-	25	41	41%
Sedang	18	-	21	51	51%
Rendah	13	-	17	8	8%
Jumlah				100	100%

Sumber: data olahan hasil penelitian

Dari table 4.9. diatas menunjukkan bahwa responden yang memberikan tanggapan rendah terhadap kepercayaan menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta sebanyak 8 orang (8%), yang memberikan tanggapan sedang sebanyak 51 orang (51%) dan yang memberikan tanggapan tinggi sebanyak 41 orang (41%). Dengan demikian sebagian besar responden memliki kepercayaan yang cukup untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta.

c. Lokasi

Lokasi merupakan keputusan yang dibuat oleh perusahaan terkait operasi dan staffnya akan ditempatkan (Rambat Lupiyoadi, 2001). Lokasi suatu bank akan mempengaruhi kelancaran dari usaha perbankan tersebut. Indikator empirisnya meliputi: Lokasi bank strategis, lokasi bank yang nyaman dan luas, lokasi bank dekat dengan tempat tinggal, lokasi ATM mudah di akses.

Pada variable lokasi (X2) diwakili oleh empat pertanyaan yang mencerminkan indikator. Dalam variable ini diajukan

pertanyaan kepada respondon, sedangkan frekuensinya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10.
Distribusi Tanggapan Responden Tentang Lokasi Bank Syariah Mandiri Yogyakarta

Tanggapan Responden	Interval Kelas			Frekuensi	%
Strategis	17	-	20	23	23%
Cukup	13	-	16	69	69%
Tidak Strategis	8	-	12	14	14%
Jumlah				106	106%

Sumber: data olahan hasil penelitian

Dari table 4.10. diatas menunjukkan bahwa responden yang memberikan tanggapan tentang lokasi Bank Syariah Mandiri Yogyakarta adalah sebagai berikut: sebanyak 14 orang (14%) menyatakan tidak strategis, sebanyak 69 orang (69%) memberikan tanggapan cukup strategis, dan sebanyak 23 orang (23%) memberikan tanggapan sangat strategis. Dengan demikian sebagian besar responden memberikan tanggapan bahwa lokasi Bank Syariah Mandiri Yogyakarta cukup strategis.

d. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2004). Indikator empirisnya meliputi: karyawan bersikap ramah dan sopan, karyawan berpenampilan rapi, pelayanan yang cepat dalam menanggapi keluhan, karyawan memberikan penjelasan yang mudah dimengerti, pelayanan yang baik dan tepat waktu.

Pada variable kualitas pelayanan (X3) diwakili oleh lima pertanyaan yang mencerminkan indikator. Dalam variable ini diajukan pertanyaan kepada respondon, sedangkan frekuensinya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11.
Distribusi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Yogyakarta

Tanggapan Responden	Interval Kelas			Frekuensi	%
Baik	22	-	25	25	25%
Sedang	17	-	21	66	66%
Rendah	12	-	16	9	9%
Jumlah				100	100%

Sumber: data olahan hasil penelitian

Dari table 4.11. diatas menunjukkan bahwa responden yang memberikan tanggapan tentang kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri Yogyakarta adalah sebagai berikut: responden yang memberikan tanggapan rendah sebanyak 12 orang (12%), yang memberikan tanggapan sedang sebanyak 66 orsng (66%), dan yang memberikan tanggapan baik sebanyak 25 orang (25%). Dengan demikian sebagian besar responden memberikan tanggapan bahwa kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri Yogyakarta cukup baik.

B. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Pada uji validitas, dengan sampel sebanyak 100 responden.Untuk mengukur valid atau tidak yaitu dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, jika r hitung > r tabel maka dikatakan valid.

Tabel 4.12.
Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	Nilai r	Sig	Keterangan
1	Item1	0,597	0,000	Valid
2	Item2	0,675	0,000	Valid
3	Item3	0,835	0,000	Valid
4	Item4	0,708	0,000	Valid
5	Item5	0,809	0,000	Valid
6	Item6	0,729	0,000	Valid
7	Item7	0,673	0,000	Valid
8	Item8	0,686	0,000	Valid
9	Item9	0,608	0,000	Valid
10	Item10	0,639	0,000	Valid
11	Item11	0,718	0,000	Valid
12	Item12	0,542	0,000	Valid
13	Item13	0,783	0,000	Valid
14	Item14	0,625	0,000	Valid
15	Item15	0,843	0,000	Valid
16	Item16	0,857	0,000	Valid
17	Item17	0,504	0,000	Valid
18	Item18	0,583	0,000	Valid

Sumber: data olahan hasil penelitian

Berdasarkan pengolahan data diketahui bahwa nilai rhitung bergerak dari 0,504 sampai 0,857, sementara nilai rtabel adalah sebesar 0,1966. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai rhitung > rtabel (0,1966) maka seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.13.
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
1	Kepercayaan (X1)	0,780	Reliable
2	Lokasi (X2)	0,601	Reliable
3	Kualitas Pelayanan (X3)	0,682	Reliable
4	Minat Menabung (Y)	0,640	Reliable

Sumber: data olahan hasil penelitian

Dari penjelasan diatas dihasilkan nilai alpha variable Kepercayaan (X1) adalah 0,780, Lokasi (X2) adalah 0,601, Kualitas Pelayanan (X3) adalah 0,682, dan Minat Menabung (Y) adalah 0,640. Hal ini berarti seluruh nilai alpha variable besar dari 0,60. Dengan demikian, seluruh variabel dinyatakan reliable.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik untuk menguji kesahihan atau keabsahan hasil estimasi model regresi. Beberapa asumsi klasik yang terpenuhi agar kesimpulan dari hasil regressi tersebut tidak bias, diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi mempunyai distribusi data yang normal atau tidak.Model regresi yang baik adalah distribusi data yang normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi ada tidaknya pelanggaran asumsi

normalitas dapat dilihat dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.14. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kepercayaan	Lokasi	Kualitas Pelayanan	Minat Menabung
N		100	100	100	100
Normal Parameters[a,b]	Mean	20,95	14,92	19,86	15,09
	Std. Deviation	2,645	2,312	2,543	2,387
Most Extreme Differences	Absolute	,121	,145	,122	,144
	Positive	,086	,094	,077	,122
	Negative	-,121	-,145	-,122	-,144
Kolmogorov-Smirnov Z		1,205	1,454	1,220	1,440
Asymp. Sig. (2-tailed)		,110	,092	,102	,062

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data olahan hasil penelitian

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dari tabel yang disajikan di atas terlihat bahwa nilai signifikansi variabel kepercayaan (X1) sebesar 0,110, variabel lokasi (X2) sebesar 0,092, kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,102, dan minat menabung (Y) sebesar 0,62. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi seluruh variabel > 0,05 maka distribusi dari data memenuhi asumsi normalitas

2. Uji Multikolinieritas

Uji miltikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen.Pada model regresi yang baik seharusnya tidak

terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas, yaitu dengan melihatangka VIF (Variance Inflation Factor) harus kurang dari 10 dan angka tolerance lebih dari 0,1.

Tabel 4.15. Hasil Uji Normalitas Data

Coefficients[a]

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
,255	3,918
,391	2,560
,192	5,219

Dependent Variable: Minat Menabung[a]

Sumber: data olahan hasil penelitian

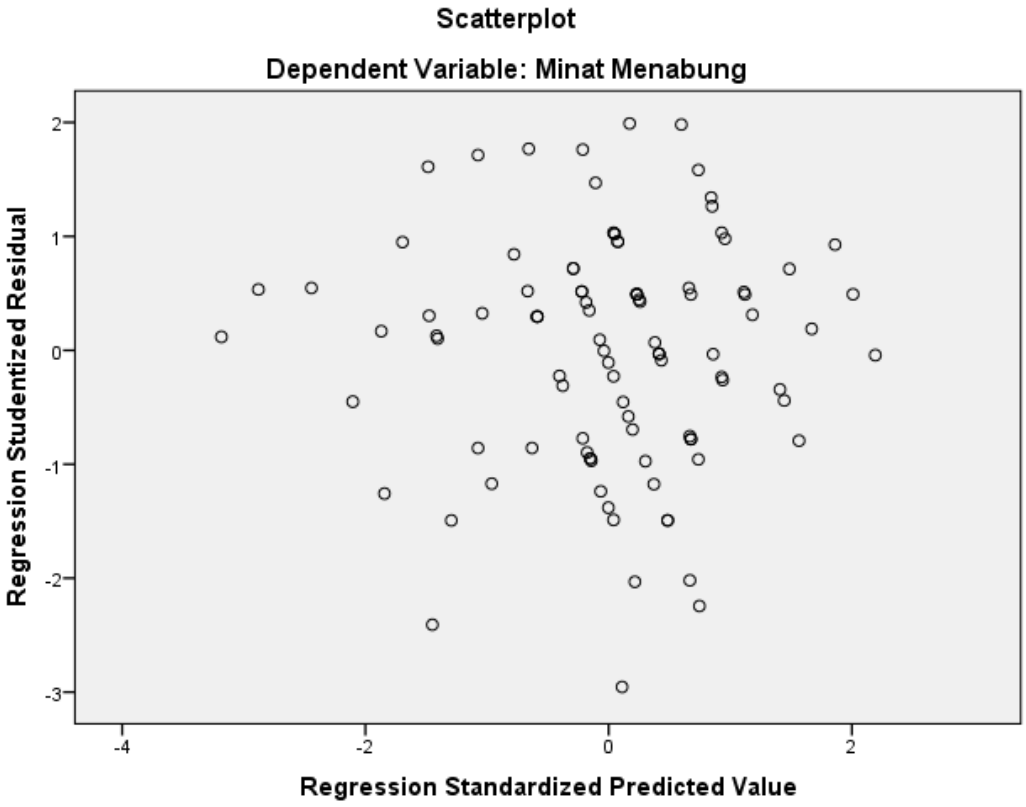
Berdasarkan nilai VIF yang diperoleh seperti terlihat pada tabel di atas, nilai tolerance untukseluruh variabel bebas > 0,1 dan nilai VIF seluruh variabel bebas < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut ini dilampirkan grafik *scatterplot* untuk menganalisis apakah terjadi heterokedaktisitas atau terjadi heterokedaktisitas, adapun alat pengujian yang digunakan oleh penulis adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (SDRESID) dengan redsidualnya (ZPRED).



Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar merata baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan kata lain error dari observasi tahun berjalan dipengaruhi oleh error dari observasi tahun sebelumnya.Pada pengujian autokorelasi digunakan uji Durbin-Watson.Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada model regresi dan berikut nilai Durbin-Watson yang diperoleh melalui hasil estimasi model regressi.

Tabel 4.16.
Nilai Durbin-Watson Untuk Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,944[a]	,892	,888	,798	1,835

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: data olahan hasil penelitian

Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan DW (Durbin Watson).Ada kriteria autokorelasi ada 3, yaitu:

a. Nilai D-W di bawah -2 berarti diindikasikan ada autokorelasi positif.

b. Nilai D-W di antara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.

c. Nilai D-W di atas 2 berarti diindikasikan ada autokorelasi negatif.

Dari nilai-nilai di atas, diketahui bahwa nilai DW (1,992) berada di antara -2 sampai 2.Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi baik autokorelasi positif maupun autokorelasi negatif dalam model.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan variabel terikat ketika variabel bebas dinaikkan atau diturunkan. Dari pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.17.
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,072	,659		-3,143	,002
	Kepercayaan	,158	,060	,175	2,636	,010
	Lokasi	,589	,055	,571	10,626	,000
	Kualitas Pelayanan	,255	,072	,271	3,536	,001

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: data olahan hasil penelilian

Dari tabel di atas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = -2,072 + 0,158X^1 + 0,589X^2 + 0,255X^3$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 2,072 menyatakan bahwa jika minat menabung bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka kepercayaan, lokasi, dan kualitas pelayanan akan bernilai sebesar 2,072.
b. Nilai variabel X1 yaitu kepercayaan memiliki koefisien regresi sebesar 0,158, artinya jika kepercayaan meningkat satu, sementara lokasi dan kualitas pelayanan bernilai konstan, maka minat menabung akan meningkat sebesar 0,158.
c. Nilai variabel X2 yaitu lokasi memiliki koefisien regresi sebesar 0,589, artinya jika lokasi meningkat satu, sementara kepercayaan dan kualitas pelayanan bernilai konstan, maka minat menabung akan meningkat sebesar 0,589.
d. Nilai variabel X3 yaitu kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,255, artinya jika kualitas pelayanan meningkat satu, sementara kepercayaan dan lokasi bernilai konstan, maka minat menabung akan meningkat sebesar 0,255

D. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ketepatan perkiraan model dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan regresi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.18.
Hasil Uji R^2

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,944[a]	,892	,888	,798

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: data olahan hasil penelilian

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan besarnya adjusted R sebesar 0,888. Hal ini berarti seluruh variabel independen dan model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikat sebesar 88,8%. Sementara 11,2% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diikut sertakan dalam model regresi.

2. Uji F

Pengujian ini sering pula disebut pengujian signifikansi keseluruhan variabel terhadap garis regresi yang ingin menguji variabel dependen (Y) secara linear berhubungan dengan variabel (X^1,X^2,X^3)

Tabel 4.19.
Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	503,131	3	167,710	263,682	,000[b]
	Residual	61,059	96	,636		
	Total	564,190	99			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepercayaan

Sumber: data olahan hasil penelilian

Berdasarkan hasil uji Anova atau F pada tabel diatas diperoleh nilai F sebesar 263,682 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai F-hitung signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Dengan kata lain, variabel kepercayaan (X1), Lokasi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) secara bersama-sama mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta.

3. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap varibel dependen.Pengujian ini dilakukan dengan uji T pada tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%.

Berdasarkan tabel Regresi diatas hasil uji t menunjukkan bahwa:

a. Nilai t hitung variabel kepercayaan (X1) = 2,636 melebihi nilai t table = 1.660 (t hitung > t table), maka dapat disimpulkan bahwa variable kepercayaan (X1) secara parsial berpengaruh nyata terhadap minat menabung pada Bank Syariah Mandiri Yogyakarta.
b. Nilai t hitung variabel lokasi (X2) = 10,626 melebihi nilai t table = 1,6605 (t hitung > t table), maka dapat disimpulkan bahwa variable lokasi (X2) secara parsial berpengaruh nyata terhadap minat menabung pada Bank Syariah Mandiri Yogyakarta.

c. Nilai t hitung variabel kualitas pelayanan (X3) = 3,536 melebihi nilai t table = 1,6605 (t hitung > t table), maka dapat disimpulkan bahwa variable 96 pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh nyata terhadap minat menabung pada Bank Syariah Mandiri Yogyakarta.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

1. Variabel kepercayaan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah (Y). Sehingga semakin tinggi kepercayaam pada bank Syariah Mandiri Yogyakarta maka akan semakin tinggi jumlah nasabah yang berminat untuk menabung.
2. Variabel Lokasi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah (Y). Sehingga semakin strategis loakasi bank Syariah Mandiri Yogyakarta maka akan semakin tinggi jumlah nasabah yang berminat untuk menabung.
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah (Y). Sehingga semakin baik dan bagus kualitas pelayanan di bank Syariah Mandiri Yogyakarta maka akan semakin tinggi jumlah nasabah yang berminat untuk menabung.

B. Saran

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontibusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1. Dari Sisi Akademis

   Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mahasiswa dalam melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang lebih banyak (jumlah variabel bebas) serta dalam melakukan penelitian hendaknya dilakukan di berbagai tempat.

2. Dari sisi perusahaan (Bank Syariah Mandiri Yogyakarta)

   Untuk perkembangan dalam Bank Syariah Mandiri sendiri ini sangat diperlukan, karena tidak ada batas teritorial dalam perdagangan, dengan demikian kegiatan operasional pada Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Serta diharapkan agar lebih meningkatkan pelayanan untuk menjadi daya tarik nasabah,meningkatkan kenyamanan sehingga nasabah dapat lebih berminat untuk menabung di bank Syariah Mandiri Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Abdallah, Muhammad dan Irsyad Lubis. Analisis Minat Menabung Pada Bank

Syariah Di Kalangan Siswa SMA Di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah

Aliyah Negeri). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol.3 No.7.

Abdul Rahman Shaleh dan Muhbib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Presprktif Islam*, (Jakarta: Prenada media, 2004), hal. 264-265

Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rieneka Cipta. 1998), hal. 151

Agus Eko Sujianto. 2009. Aplikasi Statistik Dengan SPSS. Jakarta: Prestasi Pustaka.

Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran, (Malang, UB Press, 2011) hal. 130-131*

Ahmad Tanzeh dan Suyitno. 2006. Dasar-dasar Penelitin. Surabaya: Elkaf

Andespa, Roni. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Al- Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*. http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/almasraf/issue/view/9. Vol 2, No 1 2017.

Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), hal. 62

Antonio, muhammad Syafi'i. 2001. Bank Syariah Dari Teori ke Praktik. Gema. Insani Press. Jakarta.

Arifin, Atwal dan Husnul Khotimah, 2014, Pengaruh Produk, Pelayanan,. Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank. Syariah Di Surakarta, Seminar Nasional Dan Call For Paper Program Studi. Akuntansi-FEB UMS, 25 JUNI 2014, ISBN: 978-602-70429-2-6.

Artikata.com, "Definisi Kognisi" dalam http://www.artikata.com/arti-335582-kognisi.html diakses pada 21 April 2018

Arikunto, Suharsimi, 2002. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta. PT. Rineka Cipta.

Asri, Faradilla Novita. 2017. *Analisis Faktor Pertimbangan Dan Pengetahuan Masyarakat Surakarta Terhadap Minat Menabung Di Bank Syari'ah*

Mandiri. Skripsi. Jurusan Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Barnes, James G., (2003). Secrets Of Customer Relationship Management, ANDI,. Yogyakarta.

Bilondatu, Machrani Rinandha. 2013. Motivasi, Persepsi, dan Kepercayaan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada sepeda motor Yamaha di Minahasa. Jurnal EMBA, Vol.1 ,No.3: 710-720.

Bungin, Burhan, 2005. Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Pertama,. Cetakan Pertama, Prenada Media, Jakarta

Dendawijaya, Lukman. 2001. Manajemen Perbankan. Jakarta : Ghalia Indonesia

Departemen Pendidikan Nasional. 2008. Kamus Besar Bahasa Indonesia

Don Peppers, and Marta Rogers. 2004. *Managing Customer Relationship*. Canada: willey.

Fandy Tjiptono, 2000, Manajemen Jasa, Yogyakarta Penerbit Andi.

Fandy, Tjiptono. 2004. Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.

Fandy, Tjiptono,2011, Pemasaran Jasa, Bayumedia, Malang

Farida, Jasfar. 2009. Manajemen Jasa Pendekatan Terbaru. Bogor. Ghalia. Indonesia

Flavian dan Giunaliu. 2007. "Measure on web usability Website". Journal of Computer. Information Systems. 48 (No.1) hal 17-23.

Ismail, 2011, Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi, Jakarta: Kencana,

Jalaluddin, Imam. 2013. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung (Survey Pada Nasabah Bank BRI Syari'ah Cabang Cirebon). Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Kamaruddin, Akhmad. 1996. Dasar-dasar Manajemen Investasi. Edisi Pertama. Jakarta: PT. RinekaCipta.

Kasmir, 2004, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta : PT. Raja. Grafindo Persada.

Kasmir, 2010, Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana,

Kasmir, 2014, Dasar-dasar Perbankan, Jakarta: Raja Grafindo Persada,

Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran :Analisis, Perencanaan, Implementasi, danKontrol. Jakarta : PT. Prehallindo.

Kotler, Philip, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 12, PT Indeks., New Jersey.

Kurniawati, Eris Tri. 2013."*Analisis Pengaruh Transaksi Gadai Emas Terhadap Tingkat Keuntungan Bank Syarah*",SHARE; Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Ekonomika-Bisnis Vol. 4 No.1 Bulan Januari Tahun 2013

Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat

M. Nur Rianto Al Arif, 2010, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Alfabeta,

Nasution, S. 2011. Metode Research (Penelitian Ilmiah), Jakarta : Bumi Aksara.

Peraturan pemerintah No. 7/7/PBI/2005

Pertiwi, Dita dan Haroni Doli H. Ritonga. 2012. Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol.1 No.1, Desember 2012.

Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta.

Puguh, Suharso. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis, Cetakan Pertama, Jakarta: Penerbit PT Indeks.

Qodriyah, Ida Lailatul. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Muamalat Cabang Madiun. *FIPA*. Vol 4, No 1 2016.

Saputri, Wyska Meylanti Dana. 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga untuk menabung di Bank Syariah. *Skripsi*. Prodi Manajemen Keuangan syariah UIN Kalijaga.

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Triani, Evilia. 2013. Pengaruh Suasana Toko, Barang Dagangan dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen Pada Indogrosir Palembang. Skripsi.Fakultas Ekonomi. Universitas Sriwijaya

Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008

Wahyudi, Rizki, Rina Carmelina, Kuat Indartono, Sitaresmi Wahyu Handani. Analisis Minat Menabung Masyarakat Terhadap Tabungan Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Bukittinggi. *Pro Bisnis*. Vol 10, No. 1.

Yamit, Z. 2002. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.

Hasil Olah Data :

Frequencies :

Statistics

		Item15	Item16	Item17	Item18
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3,96	4,02	3,46	3,65
Median		4,00	4,00	4,00	4,00
Mode		4	4	4	4
Std. Deviation		,875	,829	,915	,821
Variance		,766	,686	,837	,674
Range		3	3	3	3
Minimum		2	2	2	2
Maximum		5	5	5	5

Frequency Table :

Item15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak menyenangkan	7	7,0	7,0	7,0
	ragu-ragu	19	19,0	19,0	26,0

		menyenangkan	45	45,0	45,0	71,0
		sangat menyenangkan	29	29,0	29,0	100,0
		Total	100	100,0	100,0	

Item16

			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		sulit	6	6,0	6,0	6,0
		ragu-ragu	15	15,0	15,0	21,0
		mudah	50	50,0	50,0	71,0
		sangat mudah	29	29,0	29,0	100,0
		Total	100	100,0	100,0	

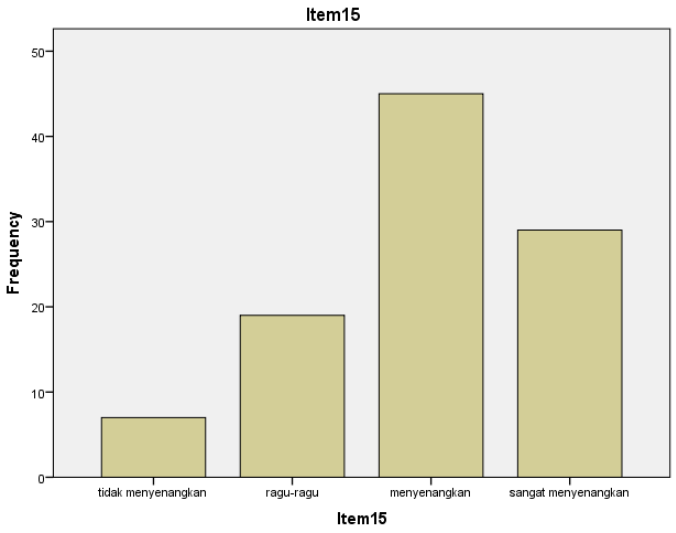
Item17

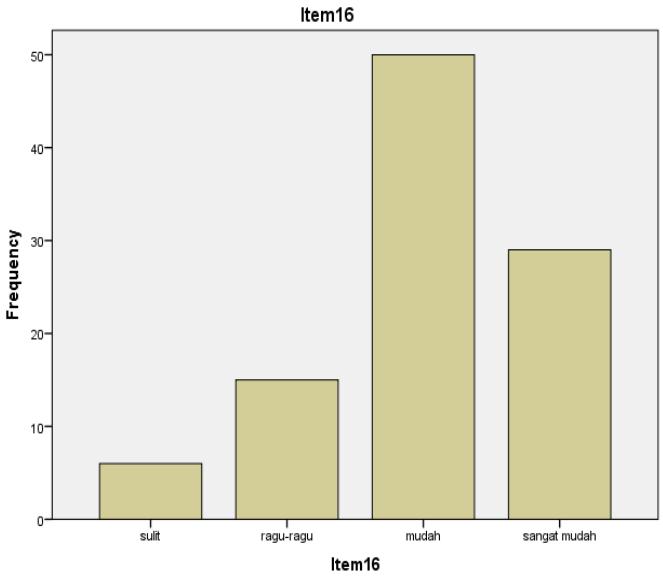
			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		tidak baik	18	18,0	18,0	18,0
		ragu-ragu	29	29,0	29,0	47,0
		baik	42	42,0	42,0	89,0
		sangat baik	11	11,0	11,0	100,0
		Total	100	100,0	100,0	

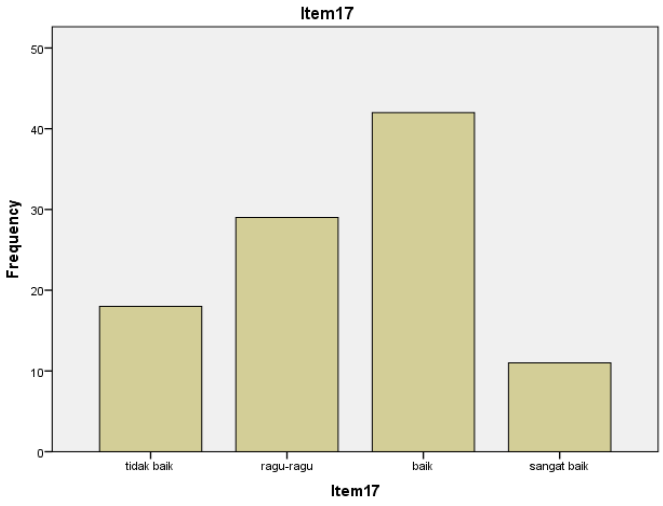
Item18

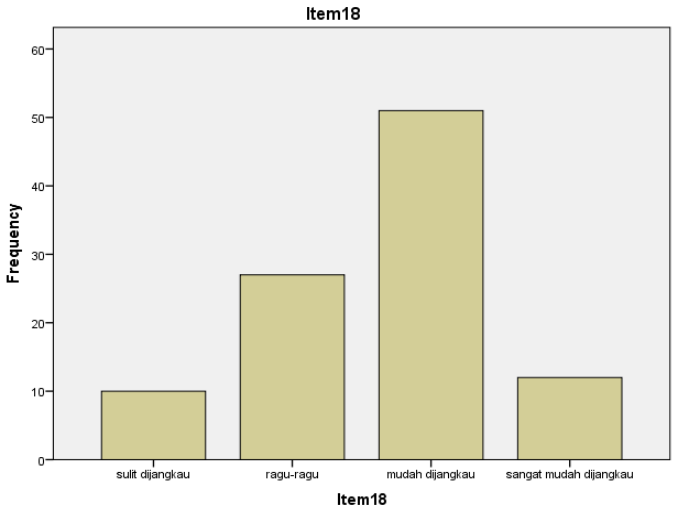
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sulit dijangkau	10	10,0	10,0	10,0
	ragu-ragu	27	27,0	27,0	37,0
	mudah dijangkau	51	51,0	51,0	88,0
	sangat mudah dijangkau	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Bar Chart :




Item16
Frequency
50
40
30
20
10
0
sulit
ragu-ragu
mudah
sangat mudah
Item16


Item17
Frequency
50
40
30
20
10
0
tidak baik
ragu-ragu
baik
sangat baik
Item17



Frequencies :

Statistics

		Kepercayaan	Lokasi	Kualitas Pelayanan
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		20,95	14,92	19,86
Median		21,00	15,00	20,00
Mode		20[a]	16	20
Std. Deviation		2,645	,312	2,543
Variance		6,997	,347	6,465
Range		12	2	13
Minimum		13	8	12

Maximum	25	20	25

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table :

Kepercayaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	,0	2,0	2,0
	4	1	,0	1,0	3,0
	5	1	,0	1,0	4,0
	6	3	,0	3,0	7,0
	7	1	,0	1,0	8,0
	8	3	,0	3,0	11,0
	9	14	4,0	14,0	25,0
	10	17	7,0	17,0	42,0
	11	17	7,0	17,0	59,0

2	15	5,0	15,0	74,0
3	6	,0	6,0	80,0
4	10	0,0	10,0	90,0
5	10	0,0	10,0	100,0
otal	100	00,0	0,0	

Lokasi

	Frequency	ercent	Valid Percent	Cumulative Percent
alid	1	,0	1,0	1,0
	2	,0	2,0	3,0
0	2	,0	2,0	5,0
1	4	,0	4,0	9,0
2	5	,0	5,0	14,0
3	6	,0	6,0	20,0
4	20	0,0	20,0	40,0
5	14	4,0	14,0	54,0
6	23	3,0	23,0	77,0
7	14	4,0	14,0	91,0

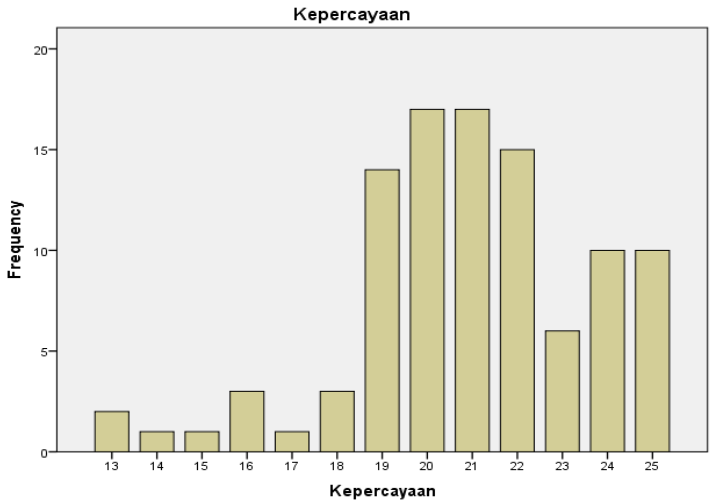
	8	5	,0	5,0	96,0
	9	2	,0	2,0	98,0
	0	2	,0	2,0	100,0
	otal	100	00,0	100,0	

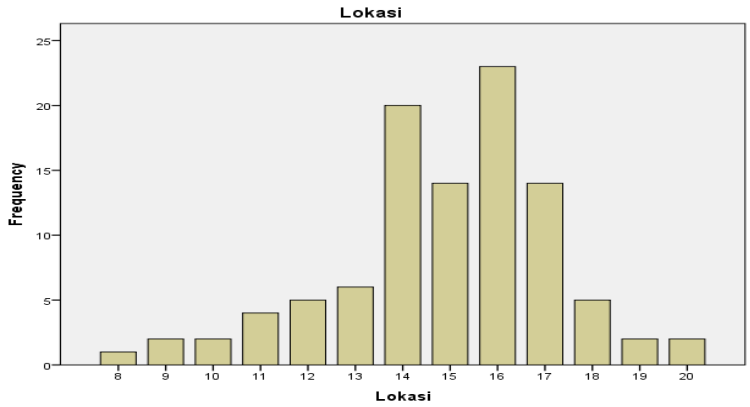
Kualitas Pelayanan

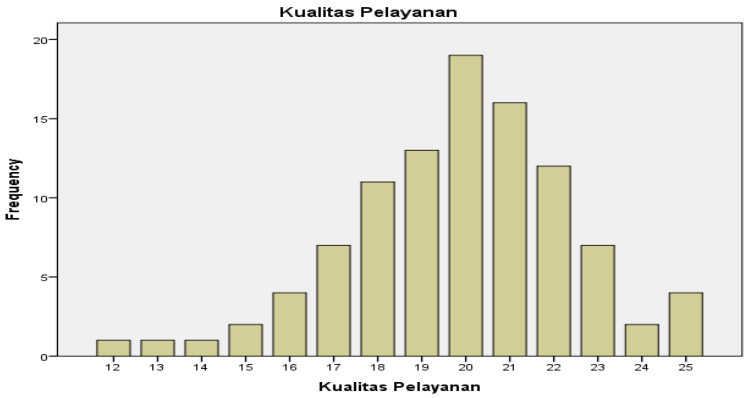
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
alid	2	1	,0	1,0	1,0
	3	1	,0	1,0	2,0
	4	1	,0	1,0	3,0
	5	2	,0	2,0	5,0
	6	4	,0	4,0	9,0
	7	7	,0	7,0	16,0
	8	11	1,0	11,0	27,0
	9	13	3,0	13,0	40,0
	0	19	9,0	19,0	59,0
	1	16	6,0	16,0	75,0
	2	12	2,0	12,0	87,0

3	7	,0	7,0	94,0
4	2	,0	2,0	96,0
5	4	,0	4,0	100,0
otal	00	00,0	0,0	

Bar Chat :







Correlations :

Correlations

		tem1	tem2	tem3	tem4	tem5	epercayaan
tem1	Pearson Correlation		443**	286**	185	448**	597**
	Sig. (2-tailed)		000	004	065	000	000
	N	00	00	00	00	00	00
tem2	Pearson Correlation	443**		426**	355**	371**	675**
	Sig. (2-tailed)	000		000	000	000	000
	N	00	00	00	00	00	00

tem3	Pearson Correlation	286**	426**		572**	634**	835**
	Sig. (2-tailed)	004	000		000	000	000
	N	00	00	00	00	00	00
tem4	Pearson Correlation	185	355**	572**		398**	708**
	Sig. (2-tailed)	065	000	000		000	000
	N	00	00	00	00	00	00
tem5	Pearson Correlation	448**	371**	634**	398**		809**
	Sig. (2-tailed)	000	000	000	000		000
	N	00	00	00	00	00	00
epercayaan	Pearson Correlation	597**	675**	835**	708**	809**	
	Sig. (2-tailed)	000	000	000	000	000	
	N	00	00	00	00	00	00

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

Reliability :

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%

Cases	Valid		100	100,0
	Excluded[a]		0	,0
	Total		100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,780	,778	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Item1	4,46	,558	100
Item2	4,35	,609	100
Item3	4,02	,829	100
Item4	4,03	,745	100
Item5	4,09	,842	100

Inter-Item Correlation Matrix

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5
Item1	1,000	,443	,286	,185	,448

	,	1	,	,	,
tem2	443	,000	426	355	371
	,	,	1	,	,
tem3	286	426	,000	572	634
	,	,	,	1	,
tem4	185	355	572	,000	398
	,	,	,	,	1
tem5	448	371	634	398	,000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
tem1	16,49	5,545	,434	,297	,775
tem2	16,60	5,192	,517	,310	,753
tem3	16,93	4,025	,687	,541	,689
tem4	16,92	4,761	,517	,344	,751
tem5	16,86	4,101	,641	,481	,708

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20,95	6,997	2,645	5

Correlations :

Correlations

		I tem6	I tem7	I tem8	I tem9	L okasi
tem6	Pearson Correlation	1	,376**	,335**	,222*	,729**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,027	,000
	N	100	100	100	100	100
tem7	Pearson Correlation	,376**	1	,248*	,162	,673**
	Sig. (2-tailed)	,000		,013	,107	,000
	N	100	100	100	100	100
tem8	Pearson Correlation	,335**	,248*	1	,292**	,686**
	Sig. (2-tailed)	,001	,013		,003	,000
	N	100	100	100	100	100
tem9	Pearson Correlation	,222*	,162	,292**	1	,608**
	Sig. (2-tailed)	,027	,107	,003		,000
	N	100	100	100	100	100
okasi	Pearson Correlation	,729**	,673**	,686**	,608**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Reliability :

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	100	100,0

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

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
item6	3,69	,895	100
item7	3,56	,880	100
item8	4,02	,829	100
item9	3,65	,821	100

Inter-Item Correlation Matrix

	Item6	Item7	Item8	Item9
item6	1,000	,376	,335	,222
item7	,376	1,000	,248	,162

tem8	,335	,248	1,000	,292
tem9	,222	,162	,292	1,000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
tem6	11,23	3,128	,447	,214	,476
tem7	11,36	3,384	,367	,161	,541
tem8	10,90	3,404	,411	,175	,508
tem9	11,27	3,714	,303	,106	,586

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14,92	5,347	2,312	4

Correlations :

Correlations

	tem10	tem11	tem12	tem13	tem14	Kualitas Pelayanan

	Item10	Pearson Correlation		221*	318**	292**	249*	,639**
		Sig. (2-tailed)		027	001	003	013	,001
		N	00	00	00	00	00	100
	Item11	Pearson Correlation	221*		105	634**	329**	,718**
		Sig. (2-tailed)	027		299	000	001	,001
		N	00	00	00	00	00	100
	Item12	Pearson Correlation	318**	105		219*	248*	,542**
		Sig. (2-tailed)	001	299		029	013	,001
		N	00	00	00	00	00	100
	Item13	Pearson Correlation	292**	634**	219*		380**	,783**
		Sig. (2-tailed)	003	000	029		000	,001
		N	00	00	00	00	00	100
	Item14	Pearson Correlation	249*	329**	248*	380**		,625**
		Sig. (2-tailed)	013	001	013	000		,001
		N	00	00	00	00	00	100
	Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	639**	718**	542**	783**	625**	1
		Sig. (2-tailed)	000	000	000	000	000	
		N	00	00	00	00	00	100

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

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

Reliability :
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,682	,681	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
tem10	3,65	,821	100

tem11	4,09	,842	100
tem12	3,77	,694	100
tem13	4,02	,829	100
tem14	4,33	,620	100

Inter-Item Correlation Matrix

	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14
tem10	1,000	,221	,318	,292	,249
tem11	,221	1,000	,105	,634	,329
tem12	,318	,105	1,000	,219	,248
tem13	,292	,634	,219	1,000	,380
tem14	,249	,329	,248	,380	1,000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
tem10	16,21	4,471	,380	,166	,659

tem11	15,77	4,098	,486	,416	,609
tem12	16,09	5,032	,305	,143	,683
tem13	15,84	3,853	,592	,458	,555
tem14	15,53	4,878	,439	,197	,636

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19,86	6,465	2,543	5

Correlations :

Correlations

			tem15	tem16	tem17	tem18	Mat Menabung
5	Item15	Pearson Correlation		948**	112	304**	,843**
		Sig. (2-tailed)		000	269	002	,000
		N	100	100	100	100	100
6	Item16	Pearson Correlation	948**		161	292**	,857**
		Sig. (2-tailed)	000		110	003	,000
		N	100	100	100	100	100
7	Item17	Pearson Correlation	112	161		069	,504**
		Sig. (2-tailed)	269	110		498	,000

		N	00	00	00	00	100
Item18	Pearson Correlation	304**	292**	069		,583**
	Sig. (2-tailed)	002	003	498		,000
	N	00	00	00	00	100
Minat Menabung	Pearson Correlation	843**	857**	504**	583**	1
	Sig. (2-tailed)	000	000	000	000	
	N	00	00	00	00	100

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

Reliability :

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,640	,647	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
tem15	3,96	,875	100
tem16	4,02	,829	100
tem17	3,46	,915	100
tem18	3,65	,821	100

Inter-Item Correlation Matrix

	Item15	Item16	Item17	Item18
tem15	1,000	948	112	304
tem16	948	1,000	161	292
tem17	112	161	1,000	069
tem18	304	292	069	1,000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
tem15	11,13	2,943	,663	,902	,380
tem16	11,07	2,995	,703	,902	,360
tem17	11,63	4,336	,138	,044	,764
tem18	11,44	4,087	,282	,093	,660

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,09	5,699	2,387	4

NPar Tests :

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kepercayaan	okasi	Kualitas Pelayanan	Minat Menabung
N		100	00	100	100
Normal Parameters[a,b]	Mean	20,952	4,92	19,86	15,09
	Std. Deviation	2,645	,312	2,543	2,387
Most Extreme Differences	Absolute	,121	145	,122	,144
	Positive	,086	094	,077	,122

Negative	-,121	,145	-,122	-,144
Kolmogorov-Smirnov Z	1,205	,454	1,220	1,440
Asymp. Sig. (2-tailed)	,110	,092	,102	,062

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Regression :

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat Menabung	15,09	2,387	100
Kepercayaan	20,95	2,645	100
Lokasi	14,92	2,312	100
Kualitas Pelayanan	19,86	2,543	100

Correlations

		Minat Menabung	Kepercayaan	Lokasi	Kualitas Pelayanan
Pearson Correlation	Minat Menabung	1,000	,804	,903	,867
	Kepercayaan	,804	1,000	,691	,862
	Lokasi	,903	,691	1,000	,780

	Kualitas Pelayanan	,867	,862	,780	1,000
Sig. (1-tailed)	Minat Menabung	.	,000	,000	,000
	Kepercayaan	,000	.	,000	,000
	Lokasi	,000	,000	.	,000
	Kualitas Pelayanan	,000	,000	,000	.
N	Minat Menabung	100	100	100	100
	Kepercayaan	100	100	100	100
	Lokasi	100	100	100	100
	Kualitas Pelayanan	100	100	100	100

Variables Entered/Removed[a]

odel	Variables Entered	Variables Removed	Method
	Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepercayaan[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. All requested variables entered.

Model Summary[b]

odel		Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson
					R Square Change	Change	f1	Sig. F Change	
	944[a]	892	,888	,798	,892	63,682		,000	1,835

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat Menabung

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	503,131	3	167,710	263,682	,000[b]
	Residual	61,059	96	,636		
	Total	564,190	99			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepercayaan

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		Sig.	Correlations	Collinearity Statistics

		td. Error	B eta			Zero-order	artial	Part	Tolerance	VIF
constant)	2,072	659		3,143	002					
epercayaan	158	060	,175	,636	010	,804	260	,088	,255	3,918
okasi	589	055	,571	0,626	000	,903	735	,357	,391	2,560
ualitas Pelayanan	255	072	,271	,536	001	,867	339	,119	,192	5,219

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Collinearity Diagnostics[a]

odel	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions (Constant)	Kepercayaan	okasi	Kualitas Pelayanan
	1	3,980	1,000	,00	,00	00	,00
	2	,012	18,011	,80	,00	21	,01
	3	,006	25,714	,20	,24	65	,06

4	,002	45,036	,00	,75	13	,93

a. Dependent Variable: Minat Menabung

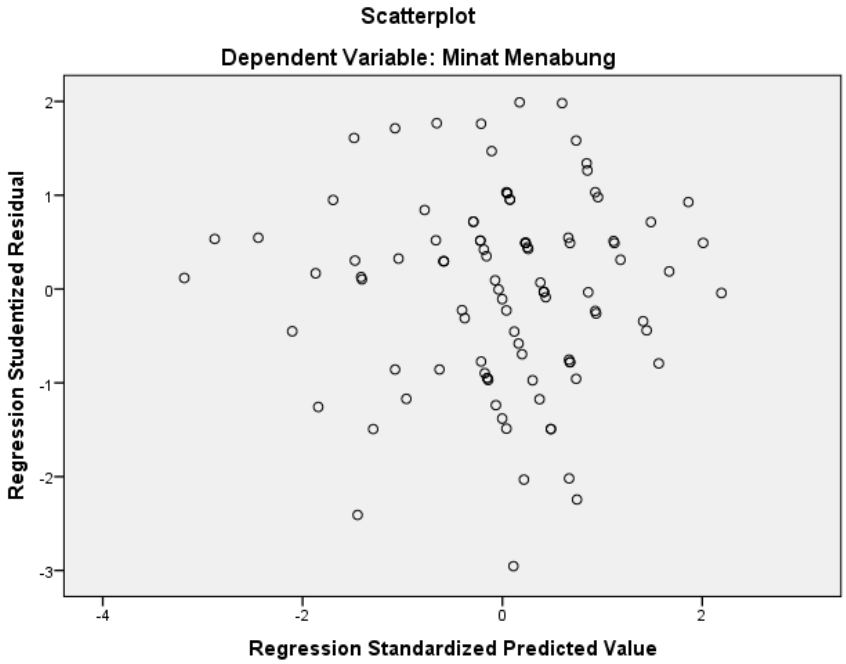
Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	7,91	20,03	15,09	2,254	100
Std. Predicted Value	-3,184	2,193	,000	1,000	100
Standard Error of Predicted Value	,080	,289	,152	,050	100
Adjusted Predicted Value	7,90	20,04	15,09	2,251	100
Residual	-2,339	1,563	,000	,785	100
Std. Residual	-2,933	1,959	,000	,985	100
Stud. Residual	-2,955	1,991	,001	1,005	100
Deleted Residual	-2,374	1,657	,001	,818	100
Stud. Deleted Residual	-3,083	2,023	-,001	1,016	100
Mahal. Distance	,006	12,048	2,970	2,705	100

Cook's Distance	,000	,162	,011	,021	100
Centered Leverage Value	,000	,122	,030	,027	100

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Charts :



DEMOGRAFI :

Frequencies :

Statistics

		JK	Usia	Pekerjaan	Pendapatan
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		1,52	2,40	2,78	2,73
Median		2,00	2,00	3,00	2,00
Mode		2	2	4	2
Std. Deviation		,502	,804	1,115	1,517
Variance		,252	,646	1,244	2,300
Range		1	3	4	4
Minimum		1	1	1	1
Maximum		2	4	5	5

Frequency Table :

JK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	48	48,0	48,0	48,0
	Perempuan	52	52,0	52,0	100,0

	Total	100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
alid	20	8	8,0	8,0	8,0
	1-30	56	56,0	56,0	64,0
	1-40	24	24,0	24,0	88,0
	40	12	12,0	12,0	100,0
	otal	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
alid	Pelajar	14	14,0	14,0	14,0
	Karyawan Swasta	32	32,0	32,0	46,0
	Wiraswasta	17	17,0	17,0	63,0
	PNS	36	36,0	36,0	99,0
	TNI/Polri	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	500.000 - 1.000.000	27	27,0	27,0	27,0
	1.000.001 - 2.000.000	28	28,0	28,0	55,0
	2.000.001 - 3.000.000	12	12,0	12,0	67,0
	3.000.001 - 4.000.000	11	11,0	11,0	78,0
	> 4.000.000	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	