

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN SEULANGA  
PADA PT BANK ACEH SYARIAH CABANG BLANGPIDIE**



**Diajukan Oleh:**

**CUT IRHAMNA  
NIM. 190603357**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2022 M/1443 H**

## LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Cut Irhamna  
NIM : 190603357  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Demikian Pernyataan ini Saya buat dengan Sesungguhnya.

Banda Aceh, 10 Desember 2022

Yang Menyatakan,



Cut Irhamna

# LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

## SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN SEULANGA PADA PT BANK ACEH SYARIAH CABANG BLANGPIDIE**

Disusun Oleh:

Cut Irhamna  
NIM. 190603357

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya  
telah memenuhi syarat sebagai  
kelengkapan dalam penyelesaian Studi pada Program Studi Perbankan  
Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,



Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., MA  
NIP. 197504052001121003

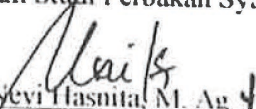
Pembimbing II,



Riza Aulia, S.E.I., M.Sc  
NIP. 198801302018031001

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



Dr. Nevi Hasnita, M. Ag  
NIP. 197711052006042003

# PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

## Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Seulanga Pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie

Disusun Oleh:

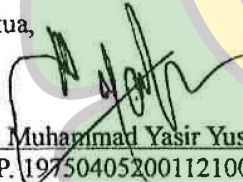
Cut Irhamna  
NIM. 190603357

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Satu Syarat untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1)  
dalam Bidang Perbankan Syariah


Pada Hari/Tanggal: Jumat, 09 Desember 2022 M  
15 Jumadil Awal 1444 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

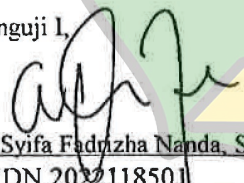
Ketua,

  
Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., MA  
NIP. 197504052001121003

Sekretaris

  
Riza Aulia, S.E.I., M.Sc  
NIP. 198801302018031001

Penguji I,

  
T. Syifa Fadriyza Nanda, S.E., M.Acc., Ak  
NIDN.2022118501

Penguji II,

  
Muksal, M.E.I.  
NIP. 1990090220201210008

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

  
Dr. Hafas Furqani, M.Ec  
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id) Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Cut Irhamna

NIM : 190603357

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : 190603357@student-ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....

Yang berjudul:

**“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Seulanga Pada Pt Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 10 Desember 2022

Mengetahui,

Penulis

  
Cut Irhamna

NIM: 90603357

Pembimbing I

  
Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., MA.

NIP. 197504052001121003

Pembimbing II

  
Riza Angra, S.E.I., M.Sc.

NIP. 198801302018031001

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui.”*

(QS. Al-Baqarah: 216)

### PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini kupersembahkan kepada:

- Kedua orang tua tercinta, keluarga besar yang telah mendo'akan, yang banyak berkorban, mendukung dan memotivasi dalam penyelesaian karya ilmiah ini.
- Seluruh dosen, fakultas/kampus yang telah banyak memberikan arahan, bantuan dan kemudahan bagi penulis selama mengikuti perkuliahan dikampus.
- Sahabat serta teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan motivasi, semangat, waktu dan dukungan.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, dimana dengan berkat rahmat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat dan salam untuk Nabi Muhammad SAW. Utusan terakhir yang diutus Allah untuk membawa syariat (hukum Islam) yang diutus untuk membantu umat manusia berpindah ke dunia pencerahan (ilmu). Dengan izin Allah SWT dan bantuan semua pihak, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Seulanga Pada Pt Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie*”. Penelitian skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang ada agar karya ini dapat dirancang sesuai dengan harapan. Menurut kodratnya, manusia diciptakan oleh Tuhan sebagai makhluk yang tidak luput dari kesalahan dan kekeliruan, sehingga belum tercapai tahap kesempurnaan dalam karya yang ditulis oleh penulis ini.

Alhamdulillah, skripsi ini telah selesai, dan tentunya tidak terlepas dari bantuan dari berbagai belah pihak baik secara moril maupun materil. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menemui banyak kendala dan suka duka. Namun berkat motivasi, bimbingan materi, doa, dukungan dan kontribusi dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan karya ini. Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag dan Ayumiati, SE.,M.Si selaku ketua dan Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafizh Maulana, SP., S.HI., ME selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., MA Sebagai Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Jurusan Perbankan Syariah, yang sudah menyetujui judul, memberi masukan, bimbingan serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Perbankan Syariah Syariah.
5. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., MA dan Riza Aulia, S.E.I., M.Sc pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen-dosen yang mengajar pada Program Studi Perbankan Syariah selama Proses belajar mengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis.
7. Seluruh responden yang telah membantu memberikan informasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas waktu dan informasi dari Bapak/ibu yang sangat berharga bagi penulis.
8. Kedua orang tua, ayahanda tercinta Marwalis Waly dan Ibunda tersayang Almi Susanti, adik Nisvia Almailis dan Mufti Arizki



Waly serta segenap keluarga yang telah memberikan dukungan dan nasihat serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.

9. Teruntuk diri sendiri Cut Irhamna yang telah kuat dan tidak pernah menyerah dalam proses pembuatan Skripsi ini, semoga tetap tangguh sampai kapanpun. Serta seluruh pihak yang telah membantu dengan ikhlas, memberikan do'a dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Bantuan tersebut peneliti serahkan kepada Allah SWT untuk memberikan balasan dan pahala yang lebih baik lagi.

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi redaksi kalimat dalam penulisan maupun tata bahasa dalam pembahasannya. Oleh karena itu, dengan tangan terbuka penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk penyempurnaan pembuatan proposal ilmiah ini ke depannya sehingga dapat diteruskan ke penulisan skripsi. Dan harapan penulis semoga penelitian dalam proposal ini dapat dipahami oleh semua pihak untuk menambah pengalaman dan pengetahuan bagi para pembaca pada umumnya dan penulis khususnya.

Semoga kita selalu mendapatkan Ridha dan Rahmat dari pada Allah SWT, dan membalas semua kebaikan kepada kita semua. Amiin Ya Rabbal'Alamin.

Banda Aceh, 10 September 2022  
Penulis,

Cut Irhamna  
NIM: 190603357

**TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN**  
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

**1. Konsonan**

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

جامعة الرانيري  
A R - R A N I R Y

*Kaifa :*

كيف

*hauला :*

هول

## 3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
ا / آ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atauya	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
ي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

*qāla* : قَالَ

*ramā* : رَمَى

*qīla* : قِيلَ

*yaqūlu* : يَقُولُونَ

#### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

c. Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

*raudah al-atfāl/ raudatulatfāl* :  
رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

*al-Madīnah al-Munawwarah/al-Madīnatul*

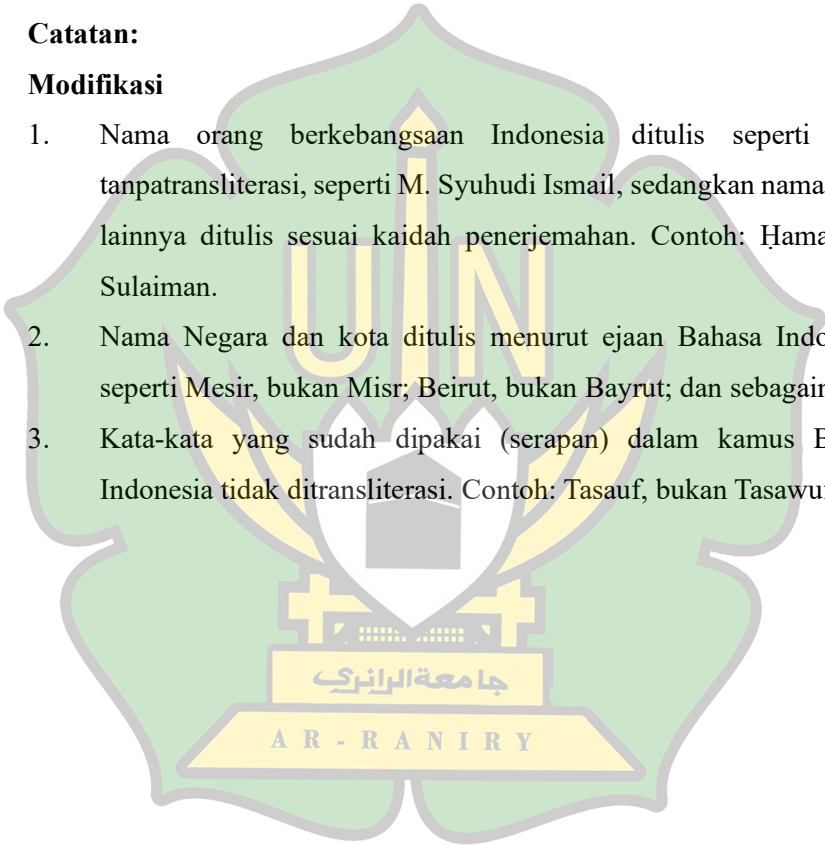
*Munawwarah* : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

*Ṭalḥah* : طَلْحَةَ

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpatransliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



## ABSTRAK

Nama : Cut Irhamna  
NIM : 190603357  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Seulanga Pada Pt Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie  
Pembimbing I : Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., MA  
Pembimbing II : Riza Aulia, S.E.I., M.Sc

Perkembangan industri perbankan saat ini telah mengalami kemajuan yang pesat. Hal ini menuntut setiap bank untuk menjaga serta mempertahankan nasabahnya yang sudah ada maupun menambah nasabah baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan seulanga di PT. Bank Aceh Syariah Blangpidie. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda untuk membuktikan hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk tabungan seulanga memiliki  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  sebesar  $3.475 > t_{tabel} = 1,996$  dengan taraf sig.  $0,036 < 0,05$ . Variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai  $t_{hitung} 7.282 > t_{tabel} = 1,996$  dengan taraf sig.  $0,008 < taraf sig. 0,05$ . Variabel fasilitas diperoleh  $t_{hitung} 2,593 > t_{tabel} = 1,996$  dengan taraf sig.  $0,045 < 0,05$ . Dari hasil uji F sebesar  $5,145 > nilai F tabel 1,55$ . Artinya bahwa terdapat pengaruh positif secara bersama-sama antara variabel independen dengan variable dependen. Kemudian hasil uji  $R^2$  sebesar  $0,686 (68,6 \%)$ . Hal ini berarti sebesar  $68,6 \%$  model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel bebas yakni variabel produk tabungan seulanga, kualitas pelayanan dan fasilitas mampu menjelaskan variabel terikat yakni minat menabung. Sedangkan sisanya ( $31,4 \%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci: Produk, Kualitas, Fasilitas dan Minat**

## DAFTAR ISI

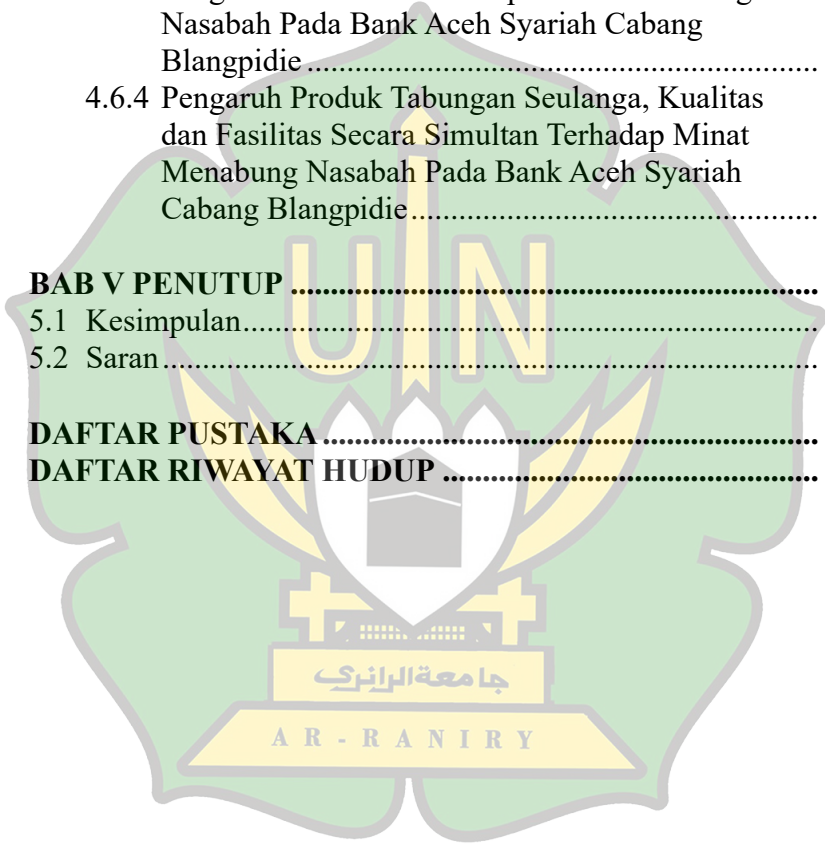
	<b>Halaman</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
2.1 Minat Nasabah.....	13
2.1.1 Pengertian Minat Nasabah .....	13
2.1.2 Indikator Minat .....	14
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah .....	16
2.1.4 Jenis-Jenis Minat.....	17
2.1.5 Macam-Macam Minat.....	18
2.2 Produk.....	18
2.2.1 Pengertian Produk.....	18
2.2.2 Indikator Produk .....	20
2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Produk .....	21
2.3 Kualitas Pelayanan .....	22

2.3.1	Pengertian Pelayanan .....	22
2.3.2	Karakteristik Pelayanan .....	24
2.3.3	Jenis Pelayanan .....	25
2.3.4	Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan .....	25
2.3.5	Pelayanan dalam Konsep Islam .....	27
2.4	Fasilitas.....	28
2.4.1	Pengertian Fasilitas .....	28
2.4.2	Fasilitas-Fasilitas Fisik Perankan Syariah.....	29
2.4.3	Indikator Fasilitas.....	30
2.5	Tabungan .....	30
2.5.1	Pengertian Tabungan.....	30
2.5.2	Jenis Tabungan .....	31
2.6	Tabungan Seulanga.....	33
2.6.1	Pengertian Tabungan Seulanga .....	33
2.6.2	Rukun dan Syarat Tabungan Seulanga.....	33
2.6.3	Keuntungan Tabungan Seulanga.....	34
2.6.4	Penyotoran dan Penarikan.....	35
2.7	Perspektif Islam Untuk Minat Menabung .....	<b>36</b>
2.8	Penelitian Terkait.....	<b>38</b>
2.9	Kerangka Berpikir .....	<b>48</b>
2.10	Pengembangan Hipotesis.....	<b>49</b>
2.10.1	Pengaruh Faktor Produk Terhadap Minat Menabung .....	50
2.10.2	Pengaruh Faktor Pelayanan Terhadap Minat Menabung .....	50
2.10.3	Pengaruh Faktor Fasilitas Terhadap Minat Menabung .....	50
2.10.4	Pengaruh Faktor Produk, Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Minat Menabung .....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>52</b>
3.1	Desain Penelitian.....	52
3.2	Lokasi dan Objek Penelitian.....	52
3.3	Jenis Data.....	53
3.4	Populasi dan sampel .....	53
3.4.1	Populasi.....	54
3.4.2	Sampel .....	54



3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	57
3.7 Uji Keabsahan Data.....	59
3.7.1 Uji Validitas.....	59
3.7.2 Uji Reabilitas.....	60
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.8.1 Uji Normalitas.....	62
3.8.2 Uji Multikolinearitas .....	63
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	64
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
3.10 Pengujian Hipotesis .....	66
3.10.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	66
3.10.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	67
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi $r^2$ .....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>69</b>
4.1 Gambaran Umum PT. Bank Aceh .....	69
4.1.1 Sejarah PT. Bank Aceh Cabang Blangpidie .....	69
4.1.2 Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Cabang Blangpidie.....	72
4.1.3 Visi dan Misi PT. Bank Aceh Cabang Blangpidie ...	73
4.1.4 Produk PT. Bank Aceh Cabang Blangpidie .....	74
4.2 Karakteristik Responden .....	81
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	81
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	82
4.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	82
4.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	83
4.3 Uji Keabsahan Data.....	84
4.3.1 Uji Validitas.....	84
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	86
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	88
4.4.1 Uji Normalitas.....	88
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	90
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	91
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	91
4.6 Pembahasan .....	96

4.6.1 Pengaruh Produk Tabungan Seulanga Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.....	96
4.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.....	98
4.6.3 Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.....	99
4.6.4 Pengaruh Produk Tabungan Seulanga, Kualitas dan Fasilitas Secara Simultan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.....	100
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HUDUP .....</b>	<b>138</b>



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan Seulanga Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie .....	5
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3.1 Skala Penilaian Skala Likert .....	56
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	82
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	82
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..	83
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Uji Validitas Produk Tabungan Seulanga ( $X_1$ ).....	84
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Uji Validitas Pelayanan ( $X_2$ ).....	85
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Uji Validitas Fasilitas ( $X_3$ ).....	85
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Uji Validitas Minat Nasabah (Y) .	86
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Uji Realibilitas X1 .....	87
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Uji Realibilitas X2.....	87
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Uji Realibilitas X3.....	87
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Uji Realibilitas Y .....	88
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Persamaan Regresi Linier Berganda .....	92
Tabel 4.16 Hasil Uji F .....	94
Tabel 4.17 Hasil Uji t.....	95
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi.....	96

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran .....	49
Gambar 4.2 Hasil Normal Plot .....	89
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas Scaterplot .....	91



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	110
Lampiran 2 Uji Validitas.....	127
Lampiran 3 Uji Reabilitas.....	130
Lampiran 4 Uji Normalitas.....	131
Lampiran 5 Uji Multikuralitas.....	131
Lampiran 6 Uji Heteroditas.....	132
Lampiran 7 Auto Korelasi.....	132
Lampiran 8 Uji T.....	133
Lampiran 9 Uji F.....	133
Lampiran 10 Koefesien Determinasi.....	133
Lampiran 11 Dokumentasi Penelitian.....	134



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam perekonomian Indonesia, bank dikenal sebagai lembaga keuangan. Selain itu, bank juga dikenal sebagai tempat penukaran mata uang, dan juga tempat untuk simpan pinjam uang. Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki peran sangat penting yaitu sebagai penunjang kegiatan perekonomian nasional. Oleh karena itu, bank merupakan suatu lembaga intermediasi antara bank dengan nasabah dimana bank diharapkan dapat menunjang taraf hidup masyarakat (Yusmad, 2018).

Perbankan dalam operasionalnya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan selanjutnya disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Melihat peran pokok perbankan yang penting sebagai lembaga perantara keuangan seperti yang telah dijelaskan, maka hal dasar yang sangat dibutuhkan oleh pihak perbankan saat ini untuk dapat menjalankan peran penting tersebut adalah kepercayaan dan keyakinan dari masyarakat atas dunia perbankan. Sementara perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Bangsawan, 2017).

Perkembangan sistem keuangan syariah didukung dengan ditetapkannya landasan hukum mengenai operasional melalui UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan syariah, yang telah diubah dalam UU No. 23 tahun 1998 yang secara eksplisit menetapkan bahwa bank dapat beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil. Oleh karena itu pemerintah Indonesia juga telah memperkuat keberadaan perbankan syariah dengan mencetuskan UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah yang mengatur segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah. Kedua UU tersebut selanjutnya menjadi dasar hukum bagi keberadaan dua sistem bank di Indonesia, yaitu adanya sistem (konvensional dan syariah) yang beroperasi dalam sebuah bank.

Berbagai usaha yang dilakukan oleh bank dalam upaya menghimpun dana masyarakat antara lain menerima simpanan dalam bentuk tabungan, giro, deposito atau dalam bentuk lainnya. Dari beberapa jenis simpanan tersebut, tabungan merupakan simpanan yang cukup banyak diminati nasabah. Nasabah saat ini lebih berhati-hati sebelum memutuskan bank manakah yang akan dipilihnya sebagai tempat menginvestasikan dananya. Dimana harapan nasabah akan menimbulkan suatu keinginan atau minat untuk melakukan suatu hal yang diinginkan nasabah.

Saputra 2018 mengemukakan minat (*interest*) berarti kecenderungan atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat bukan istilah yang populer karena ketergantungannya pada faktor-faktor internal seperti pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi,

dan kebutuhan. Rangsangan yang diberikan oleh bank untuk menarik minat menabung masyarakat terbatas pada rangsangan yang hasilnya dapat dirasakan langsung oleh nasabah. Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli, minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap pembelian (Syahrial, 2018).

Doods, Monroe dan Grewal dalam (Handayani, 2017) Minat beli *willingness to buy* dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bila pembeli bermaksud untuk membeli produk. Segala sesuatu menjadi sama, minat beli secara positif berhubungan terhadap persepsi keseluruhan pada akuisisi dan transaksi nilai Zeitham. Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan oleh konsumen untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dari pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaatnya lebih kecil dibanding pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ananggadipa Abhimantra dkk (2013) menyampaikan faktor-faktor seperti



pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi, dan pelayan di bank memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung pada sebuah bank, meskipun tidak signifikan.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan minat masyarakat dan menjalankan aktivitas perbankan, bank memberikan beberapa pelayanan jasa. Produk pelayanan jasa bank yang ditawarkan kepada masyarakat merupakan aktivitas pendukung yang dapat diberikan oleh bank. Pelayanan jasa produk tabungan sangat penting untuk meningkatkan minat nasabah, hal ini sangat diharapkan oleh bank agar dapat meningkatkan pendapat bank atas pelayanan jasa yang ditawarkan (Fernandes, 2018).

PT. Bank Aceh Syariah yang merupakan salah satu lembaga perbankan, menawarkan beberapa produk tabungan untuk menunjang pelayanan jasa keuangan dan meningkatkan minat nasabah maka dihadirkan beberapa produk tabungan, salah satunya adalah produk tabungan seulanga yang muncul pada tahun 2011. Produk tabungan seulanga memiliki keunggulan dan keistimewaan dengan tagline “Seutuhnya melayani Nanggroe”. Produk tabungan ini memberikan tingkat bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan tabungan lainnya dengan fasilitas pemberian hadiah langsung tanpa diundi dengan menggunakan akad mudharabah (Bank Aceh, 2020).

Produk tabungan seulanga merupakan produk tabungan yang menawarkan hadiah tanpa diundi, karena produk tabungan seulanga

memberikan 1 poin setiap menabung Rp500.000-per 1 point yang mana 1 poin setiap harinya yang disesuaikan dengan saldo tabungan. Kemudian setelah pihak nasabah merasa cukup dengan jumlah point tersebut untuk dapat menukarkan suatu hadiah dalam bentuk barang, maka si nasabah menukarkan point tersebut. Dana yang diambil untuk pembelian hadiah tersebut murni dari laba (keuntungan) pendapatan Bank Aceh syariah cabang Blang Pidie bukan dana dari nasabah. Dikutip dari Irwoana (2018) produk tabungan seulanga merupakan produk yang menarik, karena sistem penukaran hadiah dari poin yang dimiliki oleh setiap penabung, sistem pemasaran yang ditetapkan oleh pihak bank sangat berpengaruh terhadap minat nasabah agar memilih tabungan seulanga yang hadir dengan berbagai tawaran yang menarik minat dari nasabah.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Tabungan Seulanga Bank Aceh Syariah**  
**Cabang Blangpidie**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
2019	171
2020	236
2021	319

Sumber: Bank Aceh Syariah cabang Blangpidie (2022)

Dari tabel 1.1 menunjukkan peningkatan nasabah produk tabungan Seulanga pada bank Aceh cabang Blangpidie dari tahun ke tahun. Peningkatan ini menjadi menarik untuk dikaji dan diteliti lebih dalam, temuan di lapangan peningkatan nasabah karena pada

tabungan seulanga memberikan tingkat bagi hasil yang tinggi dari pada tabungan yang lain serta hadiah langsung tanpa di undi dengan menggunakan akad mudharabah sehingga banyak masyarakat menengah atas yang bergabung. Seperti pada tabel di atas dimana Pada tahun 2019 terdapat 171 nasabah yang bergabung, selanjutnya pada tahun 2020 dengan jumlah 236 nasabah yang bergabung dan pada tahun 2021 terdapat 319 nasabah yang bergabung yang dimana tahun tersebut paling banyak dari sebelumnya dimana ini menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja tidak sesuai ekspektasi, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas dan senang. Nasabah akan puas terhadap suatu perusahaan dapat mempertahankan eksistensi perusahaan itu dan membuat agar pelanggan dapat bersikap loyal dengan tidak berpindah kepada pesaing. Dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan nasabah PT. Bank Aceh Syariah sebagai perbankan syariah dilandaskan dengan akad, yaitu akad tijarah dan tabarru'. Akad tijarah adalah bentuk akad yang dilakukan untuk tujuan komersil, sedangkan akad tabarru' merupakan semua akad yang dilakukan dengan tujuan kebaikan. Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang berubah-ubah dengan cara menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar ekspektasi konsumen terpenuhi sehingga mereka merasakan kepuasan saat menggunakan produk tabungan, kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam strategi pemasaran

sebuah produk yang berpotensi meningkatkan minat dan loyalitas nasabah.

Ada beberapa kajian yang dilakukan oleh beberapa peneliti dengan tema faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Zikir pada (2019) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat minat nasabah (studi pada bank BNI syariah cabang Banda Aceh) menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Adapun Kualitas produk juga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dimana dapat kita simpulkan bahwa faktor tersebut berpengaruh signifikan kemudian penelitian yang dilakukan oleh Sumantri (2014) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di bank syariah, menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah.

Perencanaan dan penyusunan strategi dalam pemasaran ditinjau dari tiga faktor utama, yaitu segmentasi pasar, penentuan target pasar, dan penentuan posisi perusahaan (Wibowo, 2015). Segmentasi pasar yaitu mengukur tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelompokkan pasar ke dalam segmen yang beragam. Perusahaan dapat menentukan jenis produk dan peruntukannya secara lebih spesifik melalui segmentasi pasar. Penentuan target pasar yaitu adalah penentuan kelompok pasar yang dijadikan sasaran dalam memasarkan produk.

Pelayanan yang berkualitas merupakan hal mutlak yang perlu dilakukan oleh perbankan. Semakin tinggi kepuasan para nasabah, berarti semakin baik pengelolaan pelayanan yang diberikan perbankan kepada nasabah. Kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian atau sikap global yang berkenaan dengan keunggulan suatu layanan. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Semua pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan. Untuk menunjang kualitas pelayanan harus di dukung oleh fasilitas yang memadai, Tjiptono (2008) mendefinisikan fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.

Dari penjelasan di atas mengungkapkan bahwa keseluruhan sifat-sifat dan karakter-karakter suatu produk yang dibangun dapat diharapkan dan merupakan tingkat atau sejauh mana kecocokan antara harapan konsumen dengan layanan yang akan diterima nasabah. Oleh karena itu Bank Aceh Cabang Blangpidie selaku bank syariah yang ada di Aceh, berupaya memperluas pelayanan sehingga dapat menarik minat lebih banyak nasabah dengan memberikan tawaran terbaik dan menarik. Implementasi pemasaran melalui transformasi tampilan diharapkan dapat mendukung pertumbuhan kinerja masing-masing produk.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan teori-teori yang telah dikaji sehingga perlu dikaji lebih mendalam tentang minat nasabah dalam menabung dan peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut. Maka dari itu peneliti mengangkat judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Seulanga Pada Pt Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan seulanga pada Pt. Bank Aceh Syariah Blangpidie?
2. Apakah faktor-faktor tersebut mempengaruhi minat nasabah secara simultan terhadap produk tabungan seulanga pada Pt. Bank Aceh Syariah Blangpidie?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti membuat suatu tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa fakto-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan seulanga pada Pt. Bank Aceh Syariah Blangpidie.

2. Untuk mengetahui apakah fakto-faktor tersebut mempengaruhi minat nasabah secara simultan terhadap produk tabungan seulanga pada Pt. Bank Aceh Syariah Blangpidie.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hal terpenting dari sebuah penelitian adalah kegunaan dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang perbankan syariah sebagai salah satu dari ekonomi Islam.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Bank

Hasil Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie dalam menentukan upaya yang sesuai dengan minat nasabah dalam menawarkan produk kepada nasabah.

- b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi penulis berupa pemahaman yang lebih mendalam lagi mengenai perbankan syariah khususnya dalam produk tabungan seulanga dan kepercayaan serta memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

- c. Bagi Akademis

Menambah Khasanah pengetahuan dalam Pengaruh Produk Tabungan Seulanga Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie serta sebagai masukan untuk penelitian dengan topik yang sama pada masa yang akan datang.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan, penulis membagi skripsi ini menjadi beberapa bab dan beberapa babnya terdiri dari sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **Bab I: Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah untuk memfokuskan pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan untuk memberikan gambaran tentang isi penelitian.

### **Bab II: Landasan Teori**

Bab ini berisi tentang kerangka teori yang berisi tentang teori-teori yang relevan untuk menjelaskan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, telah pustaka yang berisi penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan acuan penulis dalam penulisan penelitian serta untuk memperkuat penelitian ini.

### **Bab III: Metodologi Penelitian**

Bab ini menjelaskan tentang metodologi yang digunakan dalam penelitian yang meliputi jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

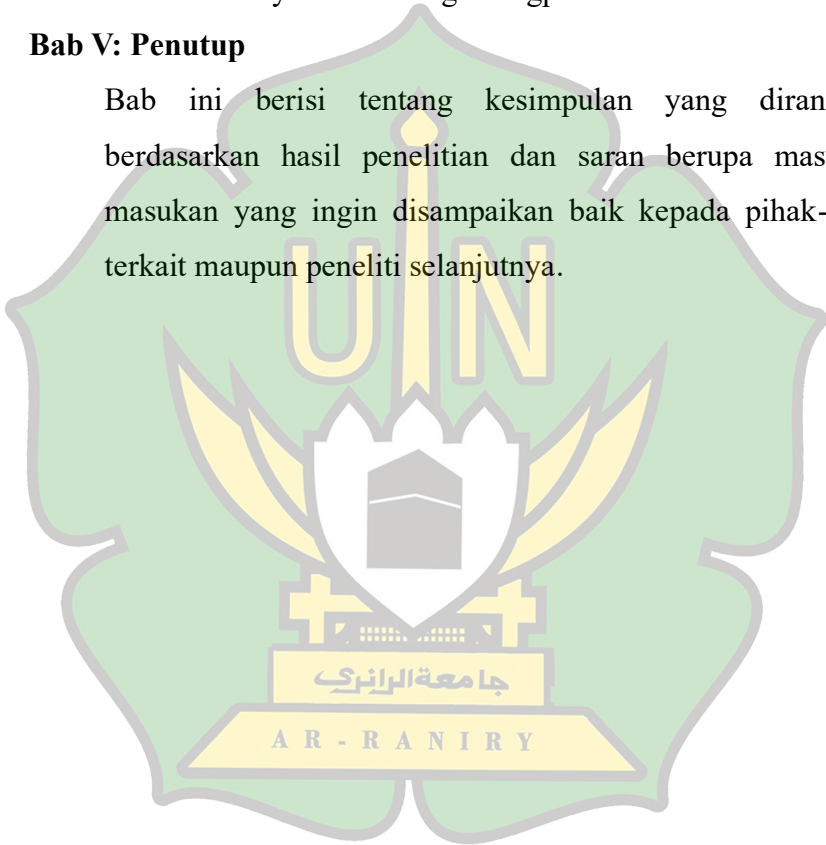


#### **Bab IV: Hasil dan Pembahasan**

Bab ini berisi hasil analisa dan pembahasan dari hasil penelitian berdasarkan data pengaruh Produk Tabungan Seulanga Terhadap Minat Kepercayaan Menabung Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie

#### **Bab V: Penutup**

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang dirangkum berdasarkan hasil penelitian dan saran berupa masukan-masukan yang ingin disampaikan baik kepada pihak-pihak terkait maupun peneliti selanjutnya.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Minat Nasabah**

##### **2.1.1 Pengertian Minat Nasabah**

Minat merupakan bagian dari dalam diri yang menunjukkan sikap seseorang dalam melakukan kegiatan yang menyebabkan seseorang memiliki rasa tertarik kepada sesuatu, minat juga dikatakan sebagai sikap dari seseorang atas dasar adanya kebutuhan dan keingintahuan untuk memenuhi kebutuhan (Rosmiati, 2015). Sedangkan dalam kamus besar Bahasa Indonesia minat diartikan sebagai suka pada sesuatu, perhatian dan keinginan. Rasa juga dapat dikatakan lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Pada dasarnya minat ialah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Selain adanya perasaan senang, pengertian dan ketertarikan. Minat tidak muncul sendiri namun ada unsur kebutuhan, seperti minat menabung, dengan demikian dapat dikatakan minat merupakan dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam memenuhi keinginan yang tinggi (Husna, 2021).

Menurut Mowen dalam (Andespa,2017) minat membeli adalah sesuatu yang didapatkan dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu kesimpulan. Minat membeli nantinya dapat menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak nasabah dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat

yang pada akhirnya ketika seseorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Menurut Assael dalam Andespa (2017) minat konsumen adalah suatu kecenderungan konsumen untuk membeli atau mendapatkan suatu merek dan mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian.

Menurut Hurlock minat nasabah merupakan sumber motivasi yang mendorong nasabah untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih (Hamdiah). Bila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, minat nasabah pun berkurang, setiap minat memuaskan suatu kebutuhan dalam kehidupan manusia, walaupun kebutuhan ini tidak segera tampak bagi manusia. Semakin kuat kebutuhan ini, semakin kuat dan bertahan pada minat tersebut. Selanjutnya, semakin sering minat di ekspresikan dalam kegiatan semakin kuatlah ia. Sebaliknya, minat akan padam bila tidak disalurkan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa minat merupakan proses intrinsik yang mengikat setiap individu.

### **2.1.2 Indikator Minat**

Munculnya minat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan suatu minat lahir dari dalam diri seorang individu yang berhubungan dengan psikologis dan kebutuhan hidup (Siswadi, 2014). Sedangkan faktor eksternal ialah minat yang lahir karena dorongan dari luar yang

memperngaruhi minat seroang individu seperti status ekonomi, pendidikan, situasional, interaksi sosial dan lingkungan hidup. Berikut faktor-faktor yang menimbulkan minat antara lain (Syahrizal, 2020):

### 1. Faktor internal

Faktor internal merupakan yang berasal dari dalam diri wirausahawan dapat berupa sifat-sifat personal, sikap, kemauan dan kemam-puan individu yang dapat memberi kekuatan individu untuk berwirausaha

- a. Dorongan dari dalam individu yang mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, keberlanjutan hidup, juga dorongan rasa ingin tahu.
- b. Motif sosial merupakan hal yang mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan atau aktifitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan penghargaan.
- c. Faktor emosional artinya minat erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktifitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang ada, sebaliknya kegagalan akan
- d. mengurangi minat individu tersebut.

### 2. Faktor eksternal

Faktor eksternal berasal dari luar diri pelaku entrepreneur yang dapat berupa unsur dari lingkungan sekitar seperti lingkungan

keluarga, lingkungan dunia usaha, lingkungan fisik, lingkungan sosial ekonomi dan lain-lain

a. Status Ekonomi

Status ekonomi adalah kedudukan seseorang atau keluarga di masyarakat berdasarkan pendapatan perbulan. Status ekonomi dapat dilihat dari pendapatan yang disesuaikan dengan barang pokok.

b. Pendidikan

Pembelajaran pengetahuan, keterampilan, dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan, atau penelitian

### **2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah**

Secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat menabung di bank adalah sebagai berikut (Adespa, 2017):

1. Kualitas Produk

Pemahaman terhadap kualitas produk perbankan serta karakteristiknya sangat penting bagi pemasar agar dapat menawarkan produk tersebut secara tepat, ketika kualitas pelayanan baik maka nasabah akan lebih tertarik untuk menabung di bank tersebut.

2. Kualitas Pelayanan

Suatu pelayanan yang baik akan mendorong seseorang untuk menggunakan jasa maupun produk yang ditawarkan, pelayanan

yang baik menunjukkan sesuatu yang sudah sesuai dengan keinginan dan mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Pelayanan merupakan faktor yang penting dalam sebuah industri perbankan, karena perbankan merupakan usaha yang menjual jasa yang mengutamakan service dan keramahan dalam melayani calon nasabah.

### 3. Fasilitas

Fasilitas lembaga perbankan syariah harus mempertimbangkan aspek *tangible* (fisik) yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan nasabah.

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat menabung.

#### 2.1.4 Jenis-Jenis Minat

Menurut jenisnya minat terbagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu (Marlina, 2021):

1. Personal (individual), minat lahir dari dalam diri seseorang tanpa pengaruh dari luar yang merupakan aspek terpendam dalam diri sendiri.

2. Situasiional, minat ini lahir karena ada dorongan dari luar, seperti interaksi sosial, keyakinan dan kepercayaan.

### **2.1.5 Macam-Macam Minat**

Minat dapat digolongkan dari menjadi beberapa macam yaitu berdasarkan timbulnya minat dan berdasarkan arahnya minat.

1. Berdasarkan timbulnya minat dibedakan menjadi dua yaitu (Ismawati, 2018):
  - a. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh.
  - b. Minat kultural adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita.
2. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi dua yaitu:
  - a. Minat intrinsik merupakan minat yang ada dari dalam diri seseorang yang berkaitan dengan aktivitasnya sehari-hari tanpa adanya paksaan atau dorongan dari luar.
  - b. Minat ekstrinsik merupakan minat yang datang dari dorongan dari luar dan cenderung dilakukan secara terpaksa.

## **2.2 Produk**

### **2.2.1 Pengertian Produk**

Dalam menghasilkan produk, perusahaan hendaknya akan menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Beberapa ahli pemasaran mengemukakan pendapatnya tentang

pengertian produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.

Menurut Kotler, produk merupakan sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk di dalamnya berupa fisik, tempat, orang, jasa, gagasan serta organisasi (Firmansyah, 2019).

Saladin dalam Firmansyah (2019) mengartikan produk ke dalam tiga pengertian, yaitu:

1. Dalam pengertian yang sempit, produk merupakan sekumpulan sifat fisik dan kimia yang berwujud dan dihimpun dalam sebuah bentuk serupa dan telah dikenal.
2. Dalam pengertian yang luas, produk merupakan sekelompok sifat yang berwujud maupun tidak berwujud yang didalamnya memuat harga, warna, kemasan, prestise pengecer, prestis pabrik, serta pelayanan yang diberikan oleh produsen dan pengencer kepada konsumen dalam rangka memenuhi kepuasan konsumen atas apa yang diinginkannya. - R A N I R Y
3. Dalam pengertian secara umum, produk dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia, baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

Menurut Kotler dalam Firmansyah (2019), berdasarkan wujudnya produk dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu:



## 1. Barang

Merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga dapat dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya.

## 2. Jasa

Merupakan aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi pihak lain). Kotler juga mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan produk disini dapat meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk (Firmansyah, 2019). Pengetahuan produk merupakan bagian pengetahuan konsumen terhadap suatu produk yang akan ia beli, sehingga informasi yang didapat tentang suatu produk bermacam-macam.

### 2.2.2 Indikator Produk

Ada beberapa indikator yang membedakan produk untuk dijadikan referensi beli menurut Kotler dan Keller dalam Larasati (2019) di antaranya sebagai berikut:

1. Ukuran, dapat diartikan sebagai bagian dari bentuk, model dan struktur fisik dari suatu produk sehingga dapat dilihat dan dirasakan.

2. Harga, yang merupakan nilai pada suatu produk sehingga dapat mempengaruhi keuntungan saat membeli atau menggunakan produk tersebut.
3. Tampilan, merupakan segala sesuatu yang ditampilkan pada produk sehingga tampilan memiliki daya tarik yang dilihat langsung oleh konsumen. Tampilan biasanya mempengaruhi konsumen dalam hal desain atau kesesuaian warna dalam menarik minat konsumen.

Ketersediaan Produk merupakan banyaknya macam barang dari produk yang tersedia, hal ini juga membuat para konsumen tertarik dalam membuat keputusan pembelian.

### **2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Produk**

Peter dan Olson membagi pengetahuan produk menjadi tiga jenis, yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen (Firmansyah, 2018).

#### **1. Pengetahuan tentang atribut produk**

Seorang konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan karakteristik atau atribut dari produk tersebut. Atribut suatu produk dapat dibedakan menjadi atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik adalah ciri-ciri fisik dari suatu produk, misalnya ukuran dan warna. Sedangkan atribut abstrak adalah karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan pandangan konsumen.

## 2. Pengetahuan tentang manfaat produk

Pengetahuan mengenai manfaat suatu produk penting bagi konsumen karena akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ada dua manfaat setelah konsumen menggunakan suatu produk, yaitu manfaat fungsional dan manfaat psikososial (yang menyangkut perasaan, emosi, dan suasana hati).

## 3. Pengetahuan mengenai nilai kepuasan produk

Dalam membeli atau menggunakan suatu produk seorang konsumen tentu akan mempertimbangkan tingkat kepuasan yang akan didapatkan sebelum membeli atau menggunakan produk tersebut. Hal tersebut tentu akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## 2.3 Kualitas Pelayanan

### 2.3.1 Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau langganan. Suatu perusahaan seperti perbankan untuk menarik perhatian nasabah harus memiliki layanan yang baik agar nasabah merasa puas. Pelayanan adalah suatu hasil dari kegiatan hubungan timbal balik antara *producer* dan *costumer* dengan melalui beberapa kegiatan internal, *producer* dapat memenuhi kebutuhan *costumer* dalam bentuk kepuasan (Sinaga, 2020).

Bagi nasabah yang mengutamakan keuntungan atau kemanfaatan yang diperoleh kualitas layanan (*service*) adalah juga faktor yang mempengaruhi mereka memilih sebuah produk. Jika Pelayanan yang diterimanya buruk, sudah pasti mereka beralih ke produk lain. Sebaliknya, jika pelayanan baik, mereka tidak akan segan-segan untuk setia pada produk itu, sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al Maidah ayat 2:

عَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”*  
(QS al maidah :2).

Adapun yang termasuk dalam kategori pelayanan adalah bagaimana keramahaan pelayanan customer officer dan juga kualitas produk yang ditawarkan. Selain itu kecepatan waktu, memprioritaskan nasabah dan kenyamanan ruang tempat transaksi termasuk juga menjadi pertimbangan nasabah, ketepatan pencatatan merupakan hal yang penting sebagai bukti administrasi dan transaksi kedua belah pihak dan itu diharuskan.

### 2.3.2 Karakteristik Pelayanan

Jasa pelayanan memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dari barang, keempat karakteristik itu sebagai berikut (Darmawan, 2020):

#### 1. *Intangibility*

Jika bersifat *intangible*, maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

Konsep *intangible* pada jasa memiliki dua pengertian yaitu:

- a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat diraba.
- b. Sesuatu yang tidak dapat dengan mudah didefinisikan sebagai orang tidak dapat menilai kualitas jasa sebelum ia merasakannya sendiri. Bila pembeli suatu jasa, ia hanya menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan yang bersangkutan tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya.

2. *Inseparability* Barang biasanya di produksi, kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu baru kemudian di produksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

3. *Variability* Jasa atau pelayanan bersifat sangat variabel, karena merupakan non standar yang artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa dihasilkan.

4. *Perishability* Jasa atau pelayanan merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kualitas pelayanan kepada masyarakat sangat tergantung kepada individual aktor dan sistem yang dipakai.

### **2.3.3 Jenis Pelayanan**

Menurut Barata dalam Munthe (2014) jenis layanan terdiri dari berbagai macam antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan:

1. Pemberian jasa-jasa saja.
2. Layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barangbarang saja.
3. Layanan ganda yang berkaitan dengan kedua-duanya.

Jenis-jenis layanan yang harus diberikan kepada pelanggan sangat tergantung kepada kebutuhan, keinginan dan kemampuan pihak penyedia layanan yang bersangkutan.

### **2.3.4 Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Lupiyoadi (2014), terdapat lima indikator kualitas pelayanan jasa yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti fisik (*tangibility*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya dalam pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti fisik nyata pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh : gedung,

- gudang , dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan akurasi yang tinggi.
  3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas, membiarkan konsumen menunggu persepsi negatif dalam kualitas pelayanan.
  4. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan (*security*), kompetensi (kompetensi), dan sopan santun
  5. Empati (*emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumendengan berupaya memenuhi

### 2.3.5 Pelayanan dalam Konsep Islam

Al-Qur'an menanamkan kesadaran bahwa dengan bekerja berarti kita merealisasikan fungsi kehambaan kita kepada Allah dan menempuh jalan menuju ridha-Nya, mengangkat harga diri, meningkatkan taraf hidup dan memberi kesadaran ini, seorang muslim atau muslimah akan berusaha mengisi setiap ruang dan waktunya hanya dengan aktifitasnya yang berguna. Adapun agar nilai ibadahnya tidak luntur maka perangkat kualitas etik kerja yang Islami harus diperhatikan. Berikut ini adalah kualitas etika kerja yang terpenting yaitu (Munthe, 2014):

1. *Ash-Shalah* (baik dan bermanfaat) Islam hanya memerintahkan atau menganjurkan pekerjaan yang baik dan bermanfaat bagi kemanusiaan, agar setiap pekerjaan mampu memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia secara individu maupun kelompok.
2. *Al-Itqan* (Kemantapan atau Perfect)  
Konsep Itqan memberikan penilaian lebih terhadap hasil pekerjaan yang sedikit atau terbatas, tetapi berkualitas daripada output yang banyak tetapi kurang bermutu.
3. *Al-Ihsan* (melakukan yang terbaik)  
Dalam konsep ini dika dianjurkan untuk memberikan pelayanan dengan baik sehingga nasabah puas dengan kinerja kita.
4. Berlaku adil Dalam memberikan jasa pelayanan, perlakuan adil terhadap para pelanggan wajib hukumnya. Sikap adil termasuk



diantara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Islam dalam aspek ekonomi.

5. Bersikap melayani dan rendah hati Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pegawai dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggan. Sikap melayani dan rendah hati yang melekat dalam diri seorang pegawai tercermin dengan kemampuan berkomunikasi dengan baik. Upaya merebut hati pelanggan dengan memberi perhatian serta komunikasi yang sopan, ramah serta murah senyum sehingga bisa membuat pelanggan senang.

## **2.4 Fasilitas**

### **2.4.1 Pengertian Fasilitas**

Tjiptono mendefinisikan fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan (Moha, 2017). Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik. Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan jasa dalam hal ini adalah Bank Aceh cabang Blang Pidie.

Menurut Andespa (2016) fasilitas lembaga perbankan syariah

harus mempertimbangkan aspek *tangible* (fisik) yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan nasabah. Selain itu aspek *empathy* (empati) pihak bank terhadap nasabahnya. Keberadaan fasilitas fisik, peralatan, karyawan dan alat-alat pendukung yang berwujud dari lembaga perbankan syariah merupakan aspek fasilitas yang diberikan kepada nasabah. Dalam penelitian ini fasilitas lembaga perbankan syariah dapat terlihat dalam fasilitas yang diberikan kepada nasabah dalam hal kemudahan-kemudahan yang di dapat atau fasilitas penunjang kegiatan operasional lembaga perbankan syariah. Berdasarkan undang-undang nomor 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia, telah menugaskan kepada Bank Indonesia mempersiapkan perangkat peraturan dan fasilitas-fasilitas penunjang yang mendukung operasional bank syariah.

#### **2.4.2 Fasilitas-Fasilitas Fisik Perbankan Syariah**

Fasilitas-fasilitas lembaga perbankan syariah lebih mengarah pada pemasaran fisik langsung yang diberikan kepada nasabah yaitu:

1. Ketersediaan mesin atm (Anjungan Tunai Mandiri), mesin yang melayani nasabah bank untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh teller
2. Kantor cabang yang mudah ditemui (Kantor bank yang secara langsung bertanggung jawab kepada kantor pusat bank yang bersangkutan dan bertanggung jawab di area yang sudah ditentukan).
3. Ketersediaan internet banking (Layanan melakukan transaksi

perbankan melalui jaringan internet).

4. Bebas biaya administrasi bulanan (Biaya yang dibebankan secara berkala kepada pemegang rekening pada suatu bank)

### **2.4.3 Indikator Fasilitas**

Menurut Tjiptono (2016) indikator Fasilitas ada 4 yaitu:

1. Pertimbangan/Perencanaan Spasial Aspek seperti proporsi, kenyamanan dan lain lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
2. Perencanaan Ruang Unsur ini mencakup interior dan arsitektur, seperti penempatan perabot dan perlengkapan dalam ruangan, desain dan aliran sirkulasi dan lain-lain.
3. Perlengkapan dan Perabot Perlengkapan dan perabot berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung.

## **2.5 Tabungan**

### **2.5.1 Pengertian Tabungan**

Tabungan merupakan salah satu jenis dari produk simpanan. Simpanan merupakan sumber dana utama bagi bank yang digunakan untuk kepentingan transaksi. Bank memiliki produk giro, deposito berjangka, dan tabungan. Menurut Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad

mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Tabungan mudharabah mempunyai sifat dana investasi, penarikan hanya dapat dilakukan pada periode/waktu tertentu, insentif berupa bagi hasil, dan pengembalian dana tidak dijamin dikembalikan semua (Falahuddin, 2019).

### **2.5.2 Jenis Tabungan**

Berdasarkan fatwa DSN dan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah tabungan ada 2, yaitu: tabungan wadiah dan tabungan mudharabah.

#### **1. Tabungan Wadiah**

Tabungan wadiah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yaitu titipan murni yang dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Tabungan yang menggunakan akad wadiah menggunakan skema titipan. Tabungan wadiah ini sesuai untuk nasabah yang mengutamakan keamanan dana dan kemudalam dalam bertransaksi.

Dalam Fatwa DSN MUI No 2 Tahun 2000 tentang Tabungan, ketentuan umum tabungan berdasarkan akad wadiah adalah bersifat simpanan yang bisa diambil kapan saja atau berdasarkan kesepakatan, dan tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank (MUI, 2000).

Dalam akad wadiah ini, nasabah berlaku sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank untuk memanfaatkan dana yang dititipkannya. Mengenai pengelolaan dananya, bank syariah berperan sebagai pihak yang dititipi dananya oleh nasabah dan memiliki hak untuk memanfaatkan dana yang disimpan dan bertanggung jawab terhadap penggunaan dana tersebut. Terkait dengan produk tabungan wadiah, bank syariah menggunakan akad wadiah yad adh-dhamanah yaitu: Akad penitipan barang di mana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang dapat memanfaatkan barang titipan dan harus bertanggung jawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang tersebut.

## 2. Tabungan Mudharabah

Tabungan Mudharabah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad mudharabah. Mudharabah mempunyai dua bentuk, yaitu mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayyadah, perbedaan utama di antara keduanya terletak pada syarat yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya. Dalam hal ini, pihak bank bertindak sebagai mudharib (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai shahibul mal (pemilik dana). Bank dalam kapasitasnya sebagai mudharib, mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad mudharabah dengan pihak lain. Namun bank juga memiliki sifat sebagai seorang wali amanah, yang berarti

bank harus berhati-hati atau bijaksana serta beritikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya. Menurut Karim (2010) dari hasil pengelolaan dana mudharabah, bank syariah membagi hasil kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dalam akad pada pembukaan rekening.

## **2.6 Tabungan Seulanga**

### **2.6.1 Pengertian Tabungan Seulanga**

Tabungan Seulanga iB adalah produk tabungan Bank Aceh yang diperuntukkan untuk kalangan nasabah menengah ke atas, memberikan tingkat bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan tabungan lainnya dengan fasilitas pemberian hadiah langsung tanpa diundi dengan menggunakan akad mudharabah (Bank Aceh, 2020).

### **2.6.2 Rukun dan Syarat Tabungan Seulanga**

Rukun Tabungan Seulanga sebagai berikut:

1. Menggunakan Akad Mudharabah.
2. Bagi hasil progressive, semakin tinggi saldo tabungan semakin tinggi bagi hasil yang diberikan berdasarkan saldo berjalan
3. Penggantian buku tabungan karena penuh, tidak dikenakan biaya
4. Setoran tunai/overbooking antar cabang tidak dikenakan biaya
5. Penabung yang berhak diikutsertakan adalah penabung yang mempunyai saldo minimum Rp. 1.000.000.
6. Poin dihitung berdasarkan saldo terendah bulan berjalan
7. Setiap kelipatan saldo Rp. 1.000.000, penabung berhak mendapatkan 1 (satu) poin.

8. Jumlah poin akan diakumulasikan setiap bulannya.

Syarat Tabungan Seulanga sebagai berikut:

1. Mengisi dan menandatangani aplikasi pembukaan rekening tabungan sekaligus mengajukan aplikasi fasilitas kartu ATM Platinum.
2. Melampirkan fotocopy identitas (KTP/Paspor).
3. Setoran awal Rp. 500.000.
4. Saldo minimum Rp. 500.000.
5. Minimum setoran Rp. 500.000.

### **2.6.3 Keuntungan Tabungan Seulanga**

Ada beberapa keunggulan dari produk tabungan seulanga iB, Antara lain:

1. Tabungan Seulanga iB memiliki keunggulan dengan nisbah Progressive dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian).
2. Penarikan dana penyetoran dapat dilakukan secara online di seluruh jaringan kantor Bank Aceh.
3. Mendapatkan fasilitas ATM Seulanga (Fitur ATM Seulanga iB sama dengan ATM jenis Platinum).
4. Jika menggunakan ATM Bank Aceh, sudah tersedia gerai-gerai ATM Bank Aceh diseluruh Aceh, Medan dan didukung oleh jaringan ATM BERSAMA (Indonesia) dan MEPS (Malaysia), sehingga bebas untuk menarik uang tunai 24 jam sehari kapanpun dibutuhkan.

5. Mendapatkan Fasilitas SMS Banking dan Action Mobile Banking.
6. Dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan
7. Sebagai sarana pembayaran listrik, telepon, air dan telepon seluler.
8. Pertanggung jawaban asuransi jiwa sebesar Rp. 10.000.000- Biaya premi pertanggung jawaban asuransi jiwa nasabah tabungan Seulanga iB ditanggung oleh Bank. Pengajuan Klaim dapat dilakukan paling lambat 9 (Sembilan) bulan sejak bertanggung meninggal dunia diajukan ke kantor Bank Aceh atau kantor perwakilan Jasa Raharja terdekat di Seluruh Indonesia.
9. Penabung berhak diikutsertakan dalam perebutan Hadiah Langsung Seulanga berdasarkan poin penabung dengan saldo minimum Rp. 1.000.000- (satu juta rupiah) per bulan selama rekening aktif.
10. Penabung dapat menentukan sendiri hadiah yang diinginkan sesuai kebutuhannya dengan ketentuan jumlah poin yang ditukarkan mencukupi jumlah poin yang harus dipenuhi untuk masing-masing hadiah tersebut.
11. Tabungan dijamin LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).

#### **2.6.4 Penyotoran dan Penarikan**

1. Setoran awal pembukaan rekening tabungan seulanga sebesar Rp. 1.000.000- (Satu Juta Rupiah) dan penyotoran selanjutnya sekurang-kurangnya Rp. 100.000- (Seratus Ribu Rupiah)
2. Saldo Minimum Rp. 1.000.000- (Satu Juta Rupiah).



3. Penarikan tunai maksimal Rp. 20.000.000- (Dua Puluh Juta Rupiah) per hari.
4. Transfer antar Bank dapat dilakukan maksimal Rp. 30.000.000- (Tiga Puluh Juta Rupiah) per hari.

## 2.7 Perspektif Islam Untuk Minat Menabung

Menabung dalam perspektif agama Islam merupakan perbuatan yang dianjurkan, dengan menabung sebagian harta dapat digunakan kelak di masa yang akan datang sekaligus menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan (Purnama Sari, 2016).

Islam pada dasarnya mengajarkan kita agar menggunakan harta yang kita miliki sebaik-baiknya dalam menjalani kehidupan tentunya kearah yang lebih baik, sebagaimana Allah SWT berfirman pada surat Ar-Ra'ad ayat 11 dijelaskan:

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ  
 حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا هُمْ مِنْ دُونِهِ  
 مِنْ وَّالٍ

Artinya:

*“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan*

apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia” (surat Ar-Ra’ad ayat 11).

Dilanjutkan dengan ayat yang menganjurkan untuk meraih apa yang diinginkan yaitu:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya:

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung” (Surat Al-Jumu’ah Ayat 10).

Al-Qur’an menggambarkan keinginan, kesukaan, minat, hasrat dan cita-cita manusia dalam kehidupan di dunia. Supaya tercapai tujuan, manusia dituntut untuk bekerja keras dan berjuang. Seperti yang diterangkan dalam surah Ali-Imran ayat 14 berikut ini:

رِزْقٍ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ۗ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ

Artinya:

*“Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga). (Surah Ali-Imran ayat 14)*

Tafsir At-Tanwir mengatakan ayat di atas menggambarkan keinginan, hasrat dan minat manusia seperti minat terhadap lawan jenis, terhadap anak-anak yang didambakan kehadirannya setelah membangun keluarga dengan perkawinan yang halal dan sah, minat terhadap harta, uang untuk memenuhi keperluan hidupnya, begitu juga dengan minat manusia terhadap benda atau produk sehingga jika manusia berminat akan berupaya mendapatkannya, salah satunya melalui, mengambil pembiayaan murabahah untuk mencapai keinginannya atas dasar minat sebelumnya.

## **2.8 Penelitian Terkait**

Penelitian tentang peningkatan minat nasabah tabungan seulanga belum sepenuhnya ada yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini dapat dilihat dari berbagai literatur, baik dari tesis, skripsi, jurnal, artikel dan karya ilmiah lainnya. Dalam memenuhi bahan referensi sebagai acuan pada penulisan skripsi ini, tidak sepenuhnya memiliki relevansi dengan topik yang berkaitan:

Penelitian pertama dilakukan oleh Ikhwan (2020) dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat

menabung di Bank Aceh (studi kasus masyarakat Kabupaten Gayo Lues), menunjukkan bahwa pengetahuan memperoleh nilai thitung sebesar 6.791 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung  $0.000 < 0.05$  probabilitas yang ditetapkan, promosi memperoleh nilai thitung sebesar 3.693 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung  $0.000 < 0.05$  probabilitas yang ditetapkan, dan lokasi memperoleh nilai thitung sebesar 3.420 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung  $0.001 < 0.05$  probabilitas yang ditetapkan sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh dikarenakan Bank Syariah berada dilokasi yang mudah dijangkau dan memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi di Bank Aceh tersebut. Adapun perbedaannya adalah penelitian tersebut menggunakan 3 variabel x sedangkan peneliti hanya menggunakan satu variabel x dan juga perbedaan di metodologi yang mana penelitian tersebut menggunakan menggunakan analisis regresi linier berganda, sedangkan peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif

Penelitian kedua dilakukan oleh Sari (2019) dengan judul pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat pembelian ulang dan kepuasan pelanggan online shopping pada remaja di situbondo, menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat pembelian ulang, serta harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan minat pembelian

ulang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan online shopping. Persamaan penelitian ini merupakan sama-sama meneliti variabel x yang sama, satu variabel y yang sama dan jenis data yang sama, Adapun perbedaannya adalah penelitian tersebut menggunakan 2 variabel y sedangkan peneliti hanya menggunakan satu variabel y dan juga perbedaan di metodologi yang mana penelitian tersebut menggunakan Uji Instrumen Data, Uji Normalitas Data, dan analisis Structural Equation Modelling, sedangkan peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Zikir (2019) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat minat nasabah (studi pada bank BNI syariah cabang Banda Aceh) menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Adapun Kualitas produk juga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Kemudian berdasarkan uji simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat minat nasabah terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Persamaan penelitian ini.

Penelitian keempat dilakukan oleh Putri (2019) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dalam pembiayaan murabahah terhadap minat nasabah, menunjukkan bahwa pelayanan pembiayaan murabahah di bank muamalat cabang pembantu sragen sesuai dengan syariat Islam dan adanya pengaruh pelayanan pembiayaan murabahah terhadap minat nasabah di bank muamalat cabang pembantu sragen. Persamaan penelitian ini merupakan sama-sama

meneliti variabel  $y$  yang sama. Adapun perbedaannya adalah peneliti tersebut menggunakan variabel  $x$  yang berbeda dan juga perbedaan di metodologi yang mana penelitian tersebut menggunakan metode dokumentasi dan wawancara, sedangkan peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif.

Penelitian kelima dilakukan oleh Sumantri (2014) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di bank syariah, menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Penelitian ini juga menemukan bahwa produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah. Produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Persamaan penelitian ini merupakan sama-sama meneliti variabel  $y$  yang sama. Adapun perbedaannya adalah penelitian tersebut menggunakan  $x$  yang berbeda dan juga perbedaan di metodologi yang mana penelitian tersebut menggunakan asosiatif kausal sedangkan peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif.

Penelitian keenam dilakukan oleh Faqih (2020) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap minat menabung nasabah pada tabungan Marhamah Pt Bank Sumut KCP Syariah Karya. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah

pada tabungan marhamah yang dilihat melalui uji statistik F dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,012 dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,058.

Berikut tabel penelitian terkait yang menjadi referensi penelitian ini, adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Kajian Penelitian Terdahulu**

No	Nama/Tahun/Judul	Metode Penelitian/Variabel	Hasil
1	Ikwan, (2020) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Aceh (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Gayo Lues)	Menggunakan metode penelitian kuantitatif, Alat analisis yang digunakan adalah dengan metode asumsi klasik menggunakan analisis regresi linier berganda.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan memperoleh nilai thitung sebesar 6.791 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung $0.000 < 0.05$ probabilitas yang ditetapkan, promosi memperoleh nilai thitung sebesar 3.693 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung $0.000 < 0.05$

No	Nama/Tahun/Judul	Metode Penelitian/Variabel	Hasil
			<p>probabilitas yang ditetapkan, dan lokasi memperoleh nilai thitung sebesar 3.420 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung <math>0.001 &lt; \alpha &lt; 0.05</math> probabilitas yang ditetapkan sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh dikarenakan Bank Syariah berada dilokasi yang mudah dijangkau dan memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi di Bank Aceh tersebut.</p>
2	Sari (2019) Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja di Situbondo	Penelitian ini menggunakan data primer, Alat analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen Data, Uji	Hasil penelitian menunjukan bahwa harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat pembelian ulang dengan statistik



No	Nama/Tahun/Judul	Metode Penelitian/Variabel	Hasil
		Normalitas Data, dan analisis Structural Equation Modelling	terdapat nilai CR lebih besar dari 1,96 yaitu 2,033 (X1), 3,106 (X2) dan 2,044 (X3) dan Probabilitas kurang dari 0,05 yaitu 0,042 (X1), 0,002 (X2) dan 0,041 (X3) maka terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Harga. Sedangkan harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan minat pembelian ulang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan online shopping dengan statistik terdapat nilai CR lebih besar dari 1,96 yaitu 2,031 (X1), 2,075 (X2) dan 2,069 (X3) dan Probabilitas kurang dari 0,05 yaitu 0,042 (X1), 0,038 (X2) dan 0,039 (X3).

No	Nama/Tahun/Judul	Metode Penelitian/Variabel	Hasil
3	Zikri (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Minat Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh)	Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan software SPSSversi 23.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah dengan. Adapun Kualitas produk juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah dengan statistik nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,219 > 2,002$ , nilai signifikan $0,031 < 0,05$ . Kemudian Berdasarkan uji simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan terkepuasaan nasabah berpengaruh signifikan dengan statistik h nilai F hitung $> F_{tabel}$ atau $19,821 > 3,16$ , nilai signifikan $0,000 < 0,05$ .
4	Putri, (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Pembiayaan	Metode deskriptif dengan pendekatan analisis kuantitatif, dan alat ukur yang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara

No	Nama/Tahun/Judul	Metode Penelitian/Variabel	Hasil
	Murabahah Terhadap Minat Nasabah di Bank Muamalat cabang pembantu sragen	digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert	signifikan antara kualitas pelayanan, produk dan tingkat religiusitas terhadap minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah dengan statistik nilai Fhitung sebesar 70,617 lebih besar dari F table (2,93) dan nilai thitung dari variable Kehandalan (0,001), Ketanggapan (0,049), Jaminan (0,020), Bukti Fisik (0,000), dan Komunikasi (0,002), lebih kecil dari $\alpha$ 0,005.
5	Sumantri (2014) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah	Metode asosiatif kausal. Penelitian ini menggunakan simple random sampling dan kuota sampling, sedangkan analisis data menggunakan analisis jalur.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah Kualitas pelayanan juga

No	Nama/Tahun/Judul	Metode Penelitian/Variabel	Hasil
			berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Penelitian ini juga menemukan bahwa produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah. Dengan statistik yaitu sebesar 41,5%, produk pembiayaan sebesar 26,3% sedangkan minat sebesar 21,6%.
6	Faqih (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya	Menggunakan kuesioner sebagai data primer kemudian hasil datanya dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada tabungan marhamah yang dilihat melalui uji statistik F dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

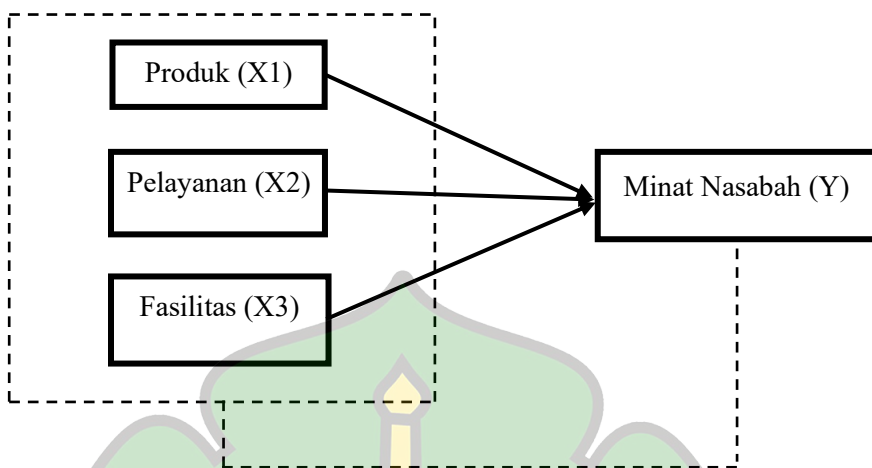
No	Nama/Tahun/Judul	Metode Penelitian/Variabel	Hasil
			memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,012 dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,058.

Sumber: Data diolah (2022)

Dari beberapa penelitian di atas, dapat dilihat bahwa secara umum terdapat persamaan dalam hal pengambilan variabel dependen yang diteliti yaitu pengaruh produk, Kualitas Pelayanan dan fasilitas yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung. Kemudian adapun yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada sampel dan objek penelitian yang akan diteliti yaitu berlokasi di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie di mana terdapat perbedaan karakter dengan penelitian terdahulu.

## 2.9 Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini telah dijelaskan mengenai minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan pada Bank Aceh Syariah cabang Blangpidie. Dengan demikian kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1



Sumber: Data diolah, 2022

**Gambar 2.1**  
**Skema Kerangka Pemikiran**

Produk tabungan Seulanga merupakan salah satu produk tabungan wadiah yang tersedia PT Bank Aceh cabang Blangpidie, dengan berbagai penawaran keuntungan yang tersedia dari produk tabungan seulanga, salah satunya dengan keuntungan hadiah melalui akumulasi poin dan tanpa diundi. Oleh karena itu, pengaruh produk, pengaruh pelayanan, dan fasilitas pruduk Tabungan Seulanga menjadi tolak ukur yang penting dalam penelitian ini untuk mengetahui secara pengaruhnya terhadap minat nasabah dalam mengambil keputusan nasabah menggunakan produk tabungan seulanga di bank aceh cabang Blangpidie.

## 2.10 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap jawaban permasalahan penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **2.10.1 Pengaruh Faktor Produk Terhadap Minat Menabung**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ikhwan (2020) dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di Bank Aceh (studi kasus masyarakat Kabupaten Gayo Lues) penelitian adalah: Atribut produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah

**Ha<sub>1</sub>**: Produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di PT. Bank Aceh Syariah Blangpidie.

### **2.10.2 Pengaruh Faktor Pelayanan Terhadap Minat Menabung**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Wandira (2018) menjelaskan bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung.

**Ha<sub>2</sub>**: Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di PT. Bank Aceh Syariah Blangpidie.

### **2.10.3 Pengaruh Faktor Fasilitas Terhadap Minat Menabung**

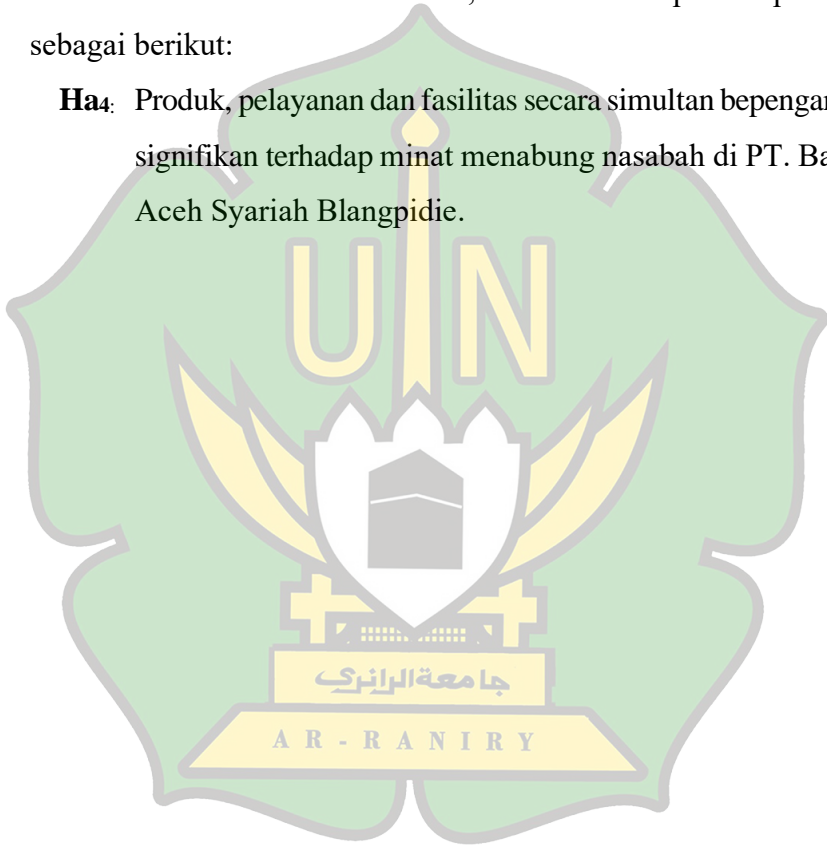
**Ha<sub>3</sub>**: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di PT. Bank Aceh Syariah Blangpidie.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat minat nasabah (studi pada bank BNI syariah cabang Banda Aceh). Hasil penelitian adalah Penelitian ini juga menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk juga berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah

#### **2.10.4 Pengaruh Faktor Produk, Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Minat Menabung**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh beberapa penelitian di atas, mengenai faktor produk, pelayanan dan fasilitas. Berdasarkan hal tersebut, dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- Ha4:** Produk, pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di PT. Bank Aceh Syariah Blangpidie.





## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan latar belakang serta permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Metode kuantitatif disebut juga metode tradisional, positivistik, ilmiah dan metode discovery. Metode kuantitatif di sebut juga metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan jadi sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian.

Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut sebagai metode ilmiah (*scientific*) karena metode ini telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis (Kasiram, 2008). Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu untuk bertujuan mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012).

### **3.2 Lokasi dan Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie yang beralamat Jl. Sentral No. 2, Blangpidie, Aceh Barat Daya, sebagai lokasi penelitian untuk memperoleh data

dan kepeeluan lainnya. Penelitian ini mengadakan penelitian langsung pada kantor PT. Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie. Variabel penelitian ini adalah kualitas produk tabungan seulanga terhadap minat menabung nasabah untuk menggunakan produk tabungan seulanga di PT. Bank Aceh Cabang Blangpidie.

Alasan peneliti memilih PT. Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie sebagai lokasi penelitian yaitu karena bank tersebut merupakan kantor cabang dan tentunya memiliki nasabah yang menggunakan produk tabungan seulanga.

### **3.3 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2006). Data primer yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang secara langsung diisi oleh responden.

### **3.4 Populasi dan sampel**

Populasi dan sampel sangat erat kaitannya dalam peneliti kuantitatif, sampel penelitian merupakan bagian dari populasi yang dijadikan subjek dalam melakukan penelitian. Berdasarkan sifatnya populasi dibagi menjadi 2 yaitu homogen dan heterogen, homogen berarti populasi yang memiliki unsur-unsur bersifat sama, namun pada penelitian ini cenderung menggunakan

populasi bersifat heterogen yang berarti memiliki sifat beragam atau bervariasi. Sampel merupakan bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Sampel diukur menggunakan statistic untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek.

### **3.4.1 Populasi**

Menurut Erlina (2011) mengatakan populasi adalah sekelompok orang, kejadian suatu yang mempunyai karakteristik tertentu yang berada dalam suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Berdasarkan pengertian di atas maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie yang datang dan melakukan transaksi menggunakan produk tabungan Seulanga di Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie. Jumlah populasi pengguna produk tabungan seulanga pada tahun 2021 berjumlah 319 Orang.

### **3.4.2 Sampel**

Sampel adalah bagian yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi (Sugiyono, 2016). Pengukuran sampel dilakukan melalui statistic atau berdasar pada estimasi penelitian guna menentukan banyaknya sampel yang diambil dan digunakan dalam melakukan penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perwakilan dari keseluruhan dari populasi,

artinya apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah probability sampling dengan teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling, di mana pengambilan anggota sampel dipilih secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi. Untuk menentukan ukuran sampel yang akan diteliti dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$\left( n \frac{N}{1+N \cdot e^2} \right)$$

keterangan:

n: Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e: Presentase ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel dalam penelitian diambil 10% atau 0,01

$$n = \frac{319}{1 + (319 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{319}{1 + 3,19}$$

$$n = \frac{319}{4,19}$$

$$n = 76,13$$

Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 76 orang, hasil dari jumlah sampel sebanyak 76,13 dibulatkan menjadi 76 orang karena hal tersebut dianggap sudah representatif karena sudah melebihi jumlah dari batas minimal sampel.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpul data dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Angket (Kuesioner)

Angket merupakan suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Lijan Poltak Sinambela, 2014). Dalam penelitian ini angket yang digunakan adalah angket tertutup. Angket yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk skala likert. Menurut (Situmorang, 2010) Skala likert adalah skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam hal ini skala likert yang digunakan untuk mengukur pengaruh produk tabungan sebulan terhadap minat menabung nasabah pada PT bank Aceh syariah cabang Blangpidie.

**Tabel 3.1**

**Skala Penilaian Skala Likert**

No	Jawaban	Skor atau Nilai
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

Sember: Hartanto (2017)

## 2. Tipe Kuesioner (Angket Tertutup)

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup. Angket tertutup yaitu angket yang disajikan dalam bentuk tulisan baik pernyataan maupun pertanyaan sehingga responden diminta untuk memilih suatu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda (√).

## 3. Cara Penyebaran Kuesioner

Cara penyebaran kuesioner dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner yang di bagikan ke nasabah tabungan seulanga yang ad di bank Aceh Cabang Blangpidie.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel yang diungkap dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/ obyek yang diteliti (Sandu, 2015). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

#### 1. Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi yang menyebabkan timbulnya tau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengaruh produk, kualitas pelayanan dan fasilitas.

#### 2. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat menabung.

Untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat tersebut peneliti akan menggunakan kuesioner (angket). Untuk menyusun daftar pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner maka perlu diketahui indikator-indikator dari setiap variabel yang diteliti. Indikator-indikator dari setiap variabel yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Produk (X1)
2. Kualitas Pelayanan (X2)
3. Fasilitas (X3)
4. Minat Nasabah(Y)

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional**

Variabel	Indikator	Sumber
<p style="text-align: center;"><b>Produk (X1)</b></p> <p>Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide</p>	<p>a. Ukuran b. Harga c. Tampilan</p>	Larasati, 2019
<p style="text-align: center;"><b>Kualitas Pelayanan (X2)</b></p> <p>Pelayanan adalah suatu hasil dari kegiatan hubungan timbal balik antara <i>producer</i> dan <i>costumer</i> dengan melalui</p>	<p>a. Bukti fisik (tangibility), b. Keandalan c. Daya tanggap d. Jaminan e. Empati</p>	Lupiyoadi, 2014

beberapa kegiatan internal, <i>producer</i> dapat memenuhi kebutuhan <i>costumer</i> dalam bentuk kepuasan		
<b>Fasilitas (X3)</b> Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan	a. Perencanaan Spasial b. Perencanaan Ruangan c. Perlengkapan dan prabot d. Alat pendukung dan pelengkap	Tjiptono, 2016
<b>Minat (Y)</b> Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan.	a. Dorongan dari dalam individu b. Motif sosial c. Akses Informasi d. Pelayanan e. Bonus/fee	Syahrizal, 2020

Sumber: Data diolah, 2022

### 3.7 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, kemudian penggunaan instrumen penelitian berupa kuesioner.

#### 3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Sugiyono, 2017). Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur

- 1) Jika r-hitung lebih besar dari r-tabel, maka data valid.



2) Jika r-hitung lebih kecil dari r-tabel, maka data tidak valid. Pengujian reliabilitas dilakukan dapat dilihat dari nilai *Crobanch Alpha*, yang dilakukan melalui program komputer yaitu *program Statistic product And Solution System (SPSS)* versi 26.

### 3.7.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah ketetapan memperoleh jawaban yang relatif sama dari pengukuran gejala yang tidak berubah. Suatu alat ukur dapat dikatakan reliabel apabila diperoleh hasil yang tetap sama dari pengukuran gejala yang tidak berubah yang dilakukan pada waktu yang berbeda (Harahap, 2020). Berikut uji reliabilitas dengan rumus *Alpha-Cronbach*.

$$\left( a = \frac{K}{K-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2 i}{\sigma^2 t} \right)$$

Dimana:

$\alpha$  = Koefisien alpha cronbach

K = Banyaknya butir pertanyaan yang valid

$\sum \sigma^2$

i = Jumlah varians butir pertanyaan yang valid

$\sigma^2$

t = Varians total.

Untuk menguji reliabilitas, peneliti menggunakan SPSS Statistik 26. Pertanyaan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas, maka akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{alpha}$  positif atau  $>$  dari  $r_{tabel}$  maka pertanyaan reliabel.
- b. Jika  $r_{alpha}$  negatif atau  $<$  dari  $r_{tabel}$  maka pertanyaan tidak reliabel.

Langkah-langkah dalam pengujian reliabilitas, peneliti juga menggunakan sama seperti pengujian validitas diatas, peneliti terlebih dahulu dengan menyebarkan angket kepada 30 responden yang termasuk ke dalam populasi untuk mengetahui seberapa jauh tingkat reliabilitas suatu instrumen. Kemudian peneliti melakukan pengujian reliabilitas dengan menghitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total, kemudian hasil angket yang peneliti sebarakan tersebut, peneliti masukkan ke dalam bentuk tabel penolong untuk mengitung varian dan menghitung nilai koefisien alpha ( $\alpha$ ).

Uji reliabilitas peneliti menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS versi 26. Standar untuk nilai alpha ( $\alpha$ )  $>0,60$  artinya reliabilitas sudah mencukupi, sementara jika alpha ( $\alpha$ )  $0,80$ , maka akan menunjukkan seluruh item variabel dan seluruh tes konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat.

### **3.8 Uji Asumsi Klasik**

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kualitas data sehingga data diketahui keabsahannya dan menghindari terjadinya estimasi bias. Pengujian asumsi klasik ini menggunakan empat uji, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

### 3.8.1 Uji Normalitas

Selain uji asumsi klasik multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, uji asumsi klasik yang lain adalah uji normalitas, di mana akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal (Muri Yusuf, 2017). Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terkait untuk setiap variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan Test *Normality Kolmogorov-Smirnov*, menurut Singgih (2012) dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significanted*), yaitu:

- Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- Jika probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

### 3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau independen variabel ( $X_1, 2, 3, \dots, n$ ) di mana akan diukur keeratan hubungan antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ). Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Muri Yusuf, 2017). Indikator model regresi yang baik adalah tidak adanya korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi, adalah sebagai berikut:

1. Jika  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinearitas. Multikolinearitas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
3. Multikolinearitas juga dapat dilihat dari: tolerance value dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF). Jadi nilai tolerance

yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF=1/\text{tolerance}$ ). Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan sebagai berikut:

- Tolerance value  $< 0,10$  atau  $VIF > 10$  : terjadi multikolinearitas
- Tolerance value  $> 0,10$  atau  $VIF < 10$  : tidak terjadi multikolinearitas.

### 3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari error untuk semua pengamatan setiap variabel bebas pada model regresi. Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Ada beberapa cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas yaitu, dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah distudentized. Homoskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar di bawah maupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur.

### 3.9 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu teknik statistika yang digunakan untuk mencari persamaan regresi yang bermanfaat untuk meramal nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen dan mencari kemungkinan kesalahan dan menganalisa hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen baik secara simultan maupun parsial. Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua variabel (Muri Yusuf, 2017).

Penelitian ini, menggunakan persamaan regresi linear berganda karena variabel bebas dalam penelitian lebih dari satu. Adapun persamaan regresi linear berganda menurut (Lijan Poltak Sinambela, 2014). Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e \quad (3.1)$$

Dimana:

Y = Minat Nasabah

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Produk Tabungan Seulanga

X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>3</sub> = Fasilitas

e = Besarnya Nilai Residu *error term* (tingkat kesalahan)

### **3.10 Pengujian Hipotesis**

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekannya (Muri Yusuf, 2017). Hipotesis statistik merupakan perumusan hipotesis statistik, antara hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) selalu berpasangan, bila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima sehingga keputusan yang tegas, yaitu kalau  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.

Beberapa tahap pengujian hipotesis sebagai berikut:

#### **3.10.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

Uji F (uji simultan) adalah untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama (serentak) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pada pengujian secara simultan akan diuji pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Sugiyono, 2017).

Pada pengujian ini juga menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Prosedur Uji F ini adalah sebagai berikut:

$H_{01}$ : jika nilai probabilitas  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk tabungan seulanga, produk tabungan seulanga berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah di Bank Aceh Cabang Blangpidie.

Ha<sub>1</sub>: jika nilai probabilitas  $F < 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk tabungan seulanga produk tabungan seulanga tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah di Bank Aceh Cabang Blangpidie.

### **3.10.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji $t$ )**

Pengujian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu dengan membandingkan  $t$  tabel dan  $t$  hitung. Masing-masing  $t$  hasil perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan  $t$  tabel yang diperoleh dengan menggunakan taraf kesalahan 0,0 (Lijan Poltak Sinambela, 2014). Pengujian secara individu untuk melihat pengaruh masing-masing variabel sebab terhadap variabel akibat. Untuk pengujian pengaruh parsial, digunakan uji signifikansi terhadap hipotesis yang ditentukan melalui uji  $t$  dengan pengujian sebagai berikut:

H<sub>02</sub>: nilai probabilitas  $t > 0,05$ . Dengan demikian H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak. Artinya variabel mproduk tabungan seulanga, kualitas pelayanan dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank Aceh Cabang Blangpidie.

Ha<sub>2</sub>: nilai probabilitas  $t < 0,05$ . Dengan demikian H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Artinya variabel mproduk tabungan seulanga, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank Aceh Cabang Blangpidie.



### 3.10.3 Uji Koefisien Determinasi $r^2$

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen atau variabel terikat. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat (Lijan Poltak Sinambela, 2014). Nilai koefisien determinasi memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai R semakin mendekati 1, menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai R semakin mendekati 0, maka berarti variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

### **4.1 Gambaran Umum PT. Bank Aceh**

#### **4.1.1 Sejarah PT. Bank Aceh Cabang Blangpidie**

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

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

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Ban Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No.10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah

Istimewa Aceh Nomor: 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor: 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999. Tentang Pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 25 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai daerah otonom, maka kewenangan otonom saat ini telah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut mencakup penanganan segala urusan rumah tangga daerah sebagai lembaga berikut perangkatnya. Serta untuk meningkatkan

dan mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), Pemerintah Kabupaten Sumenep sangat memerlukan peran lembaga keuangan yang diharapkan dapat memenuhi tujuan tersebut. Dimana pada gilirannya Lembaga Keuangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan dan mendayagunakan perekonomian daerah guna mencapai kesejahteraan masyarakat daerah secara merata. Bank Aceh cabang Blangpidie di resmikan pada tanggal 4 November 2001.

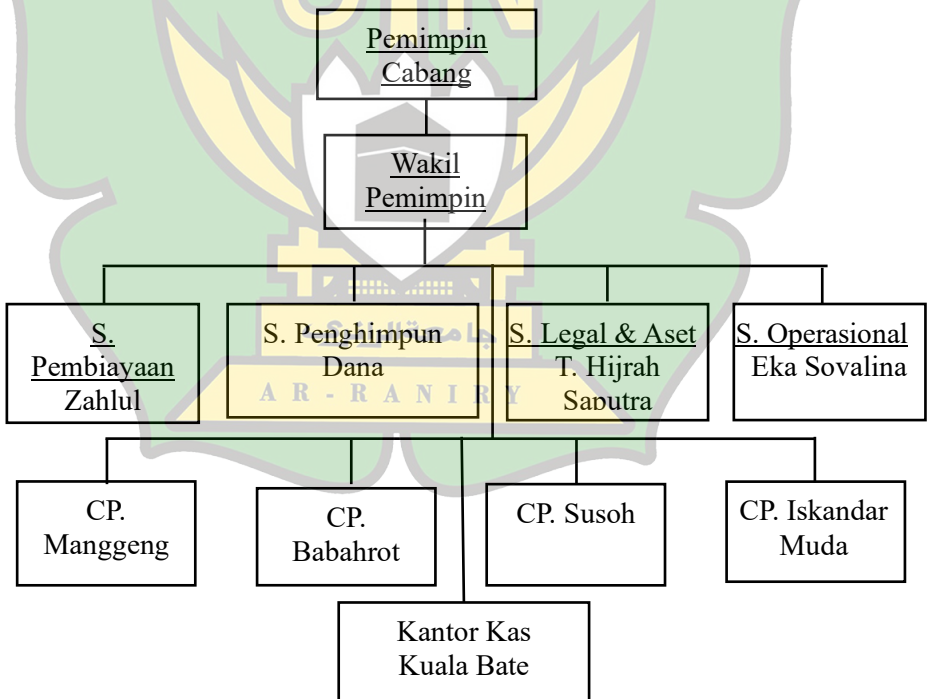
Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

#### 4.1.2 Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Cabang Blangpidie

Struktur organisasi merupakan alat untuk mencapai tujuan suatu perusahaan untuk memudahkan koordinasi dan komunikasi serta control atas semua aktifitas yang bertanggungjawab dalam tugas wewenang dalam perusahaan masing-masing bagian.

Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana, memperlihatkan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi, dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada untuk membantu pimpinan atau ketua umum dalam mengidentifikasi, mengkoordinir tingkatan-tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi. Adapun struktur organisasi PT. Bank Aceh Cabang Blangpidie yaitu:



**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Cabang Blangpidie**

### 4.1.3 Visi dan Misi PT. Bank Aceh Cabang Blangpidie

#### 1. Visi

“Menjadi Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia”

#### 2. Misi

- a. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah
- b. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi
- c. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan stakeholders untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (syumul)
- d. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
- e. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh

Dalam rangka mencapai visi dan Misi tersebut, usaha PT. Bank Aceh diarahkan pada pengelolaan bank yang sehat dan pada jalur yang benar, perbaikan perekonomian rakyat dan pembangunan daerah dengan melakukan usaha-usaha bank umum yang mengutamakan optimalisasi penyediaan kredit, pembiayaan serta pelayanan perbankan bagi kelancaran dan kemajuan pembangunan di daerah.

Dalam rangka mengemban visi dan misi bank tersebut, setiap karyawan dan manajemen harus dapat menganut, meyakini, mengamalkan dan melaksanakan nilai-nilai filosofi yang luhur yang terkandung dalam pilar dan perilaku budaya kerja, yaitu:

- a. Bekerja adalah ibadah kepada Allah SWT dengan penuh keimanan dan ketaqwaan.
- b. Profesionalisme dan integritas karyawan/manajemen
- c. Pengelolaan Bank secara Sehat dan Berdaya Saing Tinggi
- d. Kepuasan Nasabah yang tinggi
- e. Prestasi Kerja dan Kesejahteraan adalah Karunia Allah SWT.

#### **4.1.4 Produk PT. Bank Aceh Cabang Blangpidie**

##### **1. Tabungan Seulanga iB**

Tabungan Simpeda iB adalah produk tabungan Bank Aceh yang diperuntukkan untuk kalangan nasabah menengah ke atas, memberikan tingkat bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan tabungan lainnya dengan fasilitas pemberian hadiah langsung tanpa diundi dengan menggunakan akad mudharabah.

- a. Keunggulan dari tabungan seulanga yaitu:
  - Tabungan Seulanga iB adalah produk tabungan Bank Aceh.
  - Dengan tagline “Seutuhnya Melayani Nanggroe”.
  - Tabungan Seulanga iB memiliki keunggulan dengan nisbah Progressive dimana semakin tinggi saldo

tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian).

- Penarikan dana penyetoran dapat dilakukan secara online di seluruh jaringan kantor Bank Aceh
- Mendapat fasilitas ATM Seulanga (Fitur ATM Seulanga iB sama dengan ATM jenis Platinum)
- Jika Anda memakai ATM Bank Aceh, sudah tersedia gerai-gerai ATM Bank Aceh diseluruh Aceh, Medan dan didukung oleh jaringan ATM BERSAMA (Indonesia) dan MEPS (Malaysia), sehingga Anda bebas menarik uang tunai 24 jam sehari kapanpun Anda membutuhkannya. Lihat informasi mengenai ATM Bank Aceh.
- Mendapat Fasilitas SMS Banking dan Action Mobile Banking
- Dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan
- Sebagai sarana pembayaran listrik, telepon, air dan telepon seluler
- Pertanggungan asuransi jiwa sebesar Rp. 10.000.000,-. Biaya premi pertanggungan asuransi jiwa nasabah tabungan Seulanga iB ditanggung oleh Bank. Pengajuan Klaim dapat dilakukan paling lambat 9 (Sembilan) bulan sejak tertanggung meninggal dunia diajukan ke kantor Bank Aceh atau kantor perwakilan Jasa Raharja terdekat di Seluruh Indonesia.



- Penabung berhak diikutsertakan dalam perebutan Hadiah Langsung Seulanga berdasarkan poin penabung.
- Tabungan dijamin LPS (Lembaga Penjamin Simpanan)

b. Ketentuan

- Bagi hasil progressive, semakin tinggi saldo tabungan semakin tinggi bagi hasil yang diberikan berdasarkan saldo berjalan
- Penggantian buku tabungan karena penuh, tidak dikenakan biaya
- Setoran tunai/overbooking antar cabang tidak dikenakan biaya
- Penabung yang berhak diikutsertakan adalah penabung yang mempunyai saldo minimum Rp. 1.000.000,-
- Poin dihitung berdasarkan saldo terendah bulan berjalan
- Setiap kelipatan saldo Rp. 1.000.000,- penabung berhak mendapatkan 1 (satu) poin
- Jumlah poin akan diakumulasikan setiap bulannya

2. Giro Wadi'ah

Sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah Yad Dhamanah, yaitu dana titipan murni nasabah kepada Bank yang dapat diambil setiap saat dengan menggunakan media Cheque dan Bilyet Giro.

a. Keuntungan

- Aman dan terjamin

- Bebas biaya administrasi bulanan
- Diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah

b. Fasilitas

- Cheque dan Bilyet Giro
- Transaksi OnLine Cheque dan Bilyet Giro diseluruh PT. Bank Aceh
- Transaksi setor dan tarik tunai OnLine di seluruh PT. Bank Aceh

3. Deposito Mudharabah

Investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah Muthalaqah, yaitu akad antara pihak pemilik dana (Shahibul Maal) dengan pengelola dana (Mudharib). Dalam hal ini Shahibul Maal (Nasabah) berhak memperoleh keuntungan bagi hasil sesuai nisbah yang tercantum dalam akad.

a. Fasilitas

- Bagi hasil dapat ditransfer ke rekening Tabungan atau Giro
- Jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan
- Pada saat jatuh tempo dapat diperpanjang secara otomatis (Automatic Roll Over/ARO)

b. Keuntungan

- Aman dan terjamin
- Bebas biaya administrasi bulanan

- Bagi hasil yang kompetitif
- Diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah
- Dapat dijadikan jaminan pembiayaan

#### 4. Simpanan Pembangunan Daerah (SIMPEDA iB)

Tabungan Simpeda iB adalah tabungan perorangan yang dapat dimiliki oleh siapapun dengan menggunakan Akad Mudharabah.

- Tabungan SIMPEDA dapat dimiliki oleh siapa saja
- Dengan setoran awal hanya sebesar Rp 10.000,- Anda telah menjadi nasabah Bank Aceh.
- Dapat disetor dan ditarik setiap hari kerja di seluruh kantor Bank Aceh.
- Jika Anda memakai ATM Bank Aceh, sudah tersedia gerai-gerai ATM Bank Aceh diseluruh Aceh, Medan dan didukung oleh jaringan ATM BERSAMA (Indonesia) dan MEPS (Malaysia), sehingga Anda bebas menarik uang tunai 24 jam sehari kapanpun Anda membutuhkannya.
- Dengan sistem bunga rata-rata harian yang kompetitif, Anda memiliki kesempatan untuk mendapatkan keuntungan bunga yang lebih besar.
- Dapat digunakan sebagai jaminan untuk mengajukan permohonan kredit.
- Bank memberikan bunga yang menarik.

- Penabung SIMPEDA berhak mendapatkan point undian Regional dan Nasional

#### 5. Tabungan Haji Akbar iB

- Penabung mendapat Buku Tabungan sebagai bukti mutasi rekening.
- Bank akan membukukan seluruh transaksi baik yang mengenai penyetoran maupun pengambilan/pemindahbukuan uang oleh penabung maupun penerimaan atau pembayaran yang dilakukan Bank untuk kepentingan atau atas beban penabung.
- Tabungan Haji Bank Aceh tidak diberikan bunga dan dibebaskan dari seluruh biaya administrasi bank kecuali biaya penutupan rekening atas permintaan sendiri atau penabung menyatakan dirinya batal naik haji.
- Penabung yang batal karena penabung meninggal dunia sebelum terdaftar pada SISKOHAT, maka pewarisan hak atas tabungan diserahkan kepada ahli waris yang sah menurut hukum atau kepada pihak lain yang ditunjuk sesuai hukum.
- Penabung dapat didaftarkan ke Sistem SISKOHAT jika saldo sudah mencapai minimal Rp. 20.000.000,- (Dua puluh juta rupiah) atau sesuai ketentuan pemerintah mengenai biaya minimal pendaftaran haji melalui SISKOHAT.

- Penyetoran dapat dilakukan di seluruh Kantor Cabang, Capem dan Kantor Kas setiap hari pada jam kerja.
- Penabung dapat meneruskan atau menutup tabungan atau memindahbukukan apabila terjadi kelebihan saldo atas BPIH tahun yang bersangkutan.

#### 6. Tabungan Firdaus iB

Tabungan Firdaus merupakan akronim dari fitrah dalam usaha syariah, yang bermakna bahwa dengan tabungan ini bank dan nasabah akan melakukan kerjasama secara syariah yang fitrah yang tentunya pada akhirnya akan membawa hasil yang halal, berkah, dan bertambah.

##### 1. Keunggulan

- Aman dan terpercaya
- Kemudahan bertransaksi diseluruh jaringan ATM Bank Aceh, seluruh ATM berlogo ATM Bersama dan seluruh ATM berlogo MEPS di Malaysia (non GPN)
- Bebas transfer antar rekening Bank Aceh
- Bagi Hasil yang kompetitif
- Bebas Biaya administrasi
- Biaya penutupan rekening sebesar Rp.25.000,-
- Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah
- Diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah
- Tabungan dijamin LPS (Lembaga Penjamin Simpanan)
- Fasilitas kartu ATM Silver atau Gold

## 2. Fasilitas

- Buku Tabungan
- Kartu ATM Bank Aceh
- SMS Banking Bank
- Mobile Banking ACTION

### 4.2 Karakteristik Responden

Untuk mendapatkan gambaran umum mengenai konsumen yang menjadi responden dalam penelitian, berikut dikelompokkan responden berdasarkan: jenis kelamin, umur, pendidikan dan pekerjaan. Berdasarkan hasil survei lapangan dengan jumlah responden 76 orang, metode yang digunakan dengan membagikan kuesioner kepada seluruh responden yang menggunakan produk Tabungan Seulanga pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie:

#### 4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jumlah Nasabah	Jenis Kelamin		Presentase
	Perempuan	Laki-Laki	
76	34	42	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui persentase responden yang menggunakan produk Tabungan Seulanga berdasarkan kelompok gender, responden perempuan sebanyak 34 responden dengan persentase sebesar 44,74%, dan Laki-Laki sebanyak 42 responden dengan persentase sebesar 55,26%. Dengan demikian

dapat disimpulkan bahwa responden Laki-Laki lebih banyak dibandingkan dengan responden Laki-Laki dari total 76 responden.

#### 4.2.2 Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Kelompok Usia		Presentase
1	20-29	8	10,53
2	30-40	33	43,42%
3	41-50	28	36,84
4	51-ke atas	7	9,21
Jumlah = 76			100%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui persentase responden yang menggunakan produk Tabungan Seulanga berdasarkan usia, responden untuk usia 20-29 tahun sebanyak 8 responden dengan persentase sebesar 10,53%, responden untuk usia 30-40 tahun sebanyak 33 responden dengan persentase sebesar 43,42%, responden untuk usia 41-50 tahun sebanyak 28 responden dengan persentase sebesar 36,84%, responden untuk usia 51 tahun ke atas sebanyak 7 responden dengan persentase sebesar 9,21%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden usia 20-40 tahun lebih banyak dibandingkan dengan responden lainnya.

#### 4.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan		Presentase
1	SLTA	41	53,95
2	S1-S2	35	46,05
Jumlah = 76			100%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui persentase responden yang menggunakan produk Tabungan Seulanga berdasarkan pendidikan, responden tingkat SLTA sebanyak 41 responden dengan persentase sebesar 53,95%, dan responden tingkat S1-S2 sebanyak 35 dengan persentase sebesar 46,05%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden tingkat SLTA lebih banyak dibandingkan dengan responden tingkat S1-S2.

#### 4.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan		Presentase
1	PNS	16	21,05%
2	Pegawai Swasta	7	9,21%
3	Wiraswasta/Pengusaha	47	61,84%
4	Mahasiswa/Pelajar	6	7,89%
Jumlah = 76			100%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui presentase responden berdasarkan pekerjaan. Responden yang PNS sebanyak 16 orang dengan presentase 21,05%, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 7 orang dengan presentase 9,21%, responden yang bekerja sebagai wiraswasta/pengusaha sebanyak 47 orang dengan presentase 61,84% dan responden yang masih mahasiswa/pelajar sebanyak 6 orang dengan presentase 7,89%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan pekerjaan paling banyak adalah 47 orang yang bekerja sebagai wiraswasta/pengusaha.



### 4.3 Uji Keabsahan Data

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor dari masing- masing atribut. Uji validitas digunakan untuk melihat ketetapan dan kecermatan dari sebuah instrument penelitian dalam fungsi dan ukurnya mengukur item-item pertanyaan yang digunakan dalam bentuk pertanyaan untuk memperoleh data dinyatakan valid

Pada uji validitas ini menggunakan uji validitas *pearson product moment* dengan prinsip dasar mengkorelasikan item-item atau pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner dengan skor total jawaban responden. Pengujian statistik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS *For Windows* versi 26. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai  $r_{hitung}$  (*Pearson Correlation*)  $> r_{tabel}$  sebesar 0,227 maka item pertanyaan dikatakan valid pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  (0,05). Adapun hasil dari semua item pertanyaan dalam kuesioner dari tiap variabel pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Produk Tabungan Seulanga ( $X_1$ )

**Tabel 4.5 Hasil Pengujian Uji Validitas Produk Tabungan Seulanga ( $X_1$ )**

Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,718	0,227	Valid
2	0,707	0,227	Valid
3	0,721	0,227	Valid
4	0,788	0,227	Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.5 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi  $R_{hitung}$  yang lebih besar dari  $R_{tabel}$ . Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 4 pernyataan untuk produk tabungan seulanga ( $X_1$ ) dinilai semua butir pernyataan adalah valid.

## 2. Pelayanan ( $X_2$ )

**Tabel 4.6 Hasil Pengujian Uji Validitas Pelayanan ( $X_2$ )**

Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,750	0,227	Valid
2	0,718	0,227	Valid
3	0,707	0,227	Valid
4	0,708	0,227	Valid
5	0,738	0,227	Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.6 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi  $R_{hitung}$  yang lebih besar dari  $R_{tabel}$ . Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 5 pernyataan untuk Pelayanan ( $X_2$ ) dinilai semua butir pernyataan adalah valid.

## 3. Fasilitas ( $X_3$ )

**Tabel 4.7 Hasil Pengujian Uji Validitas Fasilitas ( $X_3$ )**

Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,710	0,227	Valid
2	0,737	0,227	Valid
3	0,806	0,227	Valid
4	0,708	0,227	Valid
5	0,795	0,227	Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.7 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi  $R_{hitung}$  yang lebih besar dari  $R_{tabel}$ . Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 5 pernyataan untuk Fasilitas ( $X_3$ ) dinilai semua butir pernyataan adalah valid.

#### 4. Minat Nasabah (Y)

**Tabel 4.8 Hasil Pengujian Uji Validitas Minat Nasabah (Y)**

Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,704	0,227	Valid
2	0,729	0,227	Valid
3	0,721	0,227	Valid
4	0,736	0,227	Valid
5	0,852	0,227	Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.8 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi  $R_{hitung}$  yang lebih besar dari  $R_{tabel}$ . Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 5 pernyataan untuk Minat Nasabah (Y) dinilai semua butir pernyataan adalah valid.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas dimana yang dimasukkan dalam pengujian adalah item yang valid saja. Kriteria instrumen dapat dikatakan reliabel dengan menggunakan *alpha Cronbach* apabila nilai *alpha Cronbach*  $> 0,6$  maka kuesioner/ angket dikatakan reliabel dengan tingkat signifikansi 5%.

**Tabel 4.9 Hasil Pengujian Uji Realiabilitas X1**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	$\alpha = 0,60$	Keterangan
Produk Tabungan Seulanga (X1)	0,713	4	0,60	Reliable

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka cronbac's Alpha sebesar 0,713. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari produk tabungan seulanga (X1) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan relibel.

**Tabel 4.10 Hasil Pengujian Uji Realibilitas X2**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	$\alpha = 0,60$	Keterangan
Pelayanan (X2)	0,744	5	0,60	Reliable

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka Cronbac's Alpha sebesar 0,744. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari Pelayanan (X2) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan relibel

**Tabel 4.11 Hasil Pengujian Uji Realibilitas X3**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	$\alpha = 0,60$	Keterangan
Fasilitas (X3)	0,806	5	0,60	Reliable

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka Cronbac's Alpha sebesar 0,806. Hal ini dapat dinyatakan

bahwa semua pernyataan dari Fasilitas (X3) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.12 Hasil Pengujian Uji Realibilitas Y**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	$\alpha =$ 0,60	Keterangan
Minat Nasabah (Y)	0,804	5	0,60	Reliable

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka Cronbach's Alpha sebesar 0,804. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari Minat Nasabah (Y) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

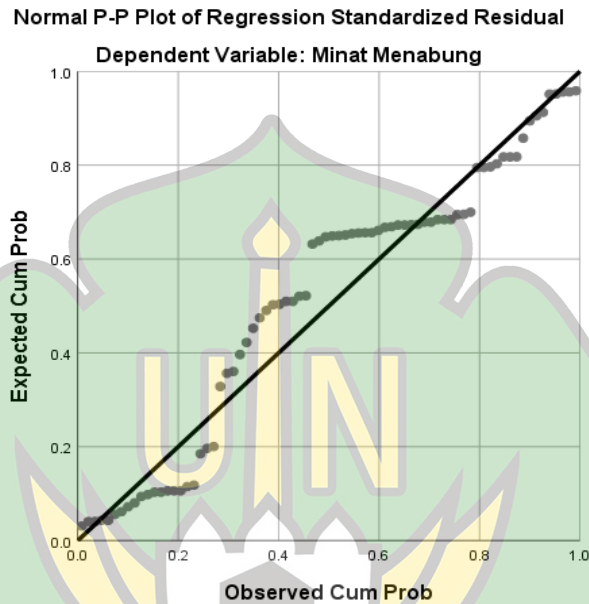
#### 4.4 Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kualitas data sehingga data diketahui keabsahannya dan menghindari terjadinya estimasi bias. Pengujian asumsi klasik ini menggunakan empat uji, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

##### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen dan dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Sedangkan data yang normal yaitu data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas penelitian menggunakan cara uji statistik *Non - Parametric Kolmogorov -*

*Smirvon* (K-S). Apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka residual berdistribusi normal.



**Gambar 4.2**

### Hasil Normal Plot

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas *Kolmogorov – Smirvon* (K-S) berdistribusi normal. Diketahui bahwa ada data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.4.2 Uji Multikolinieritas

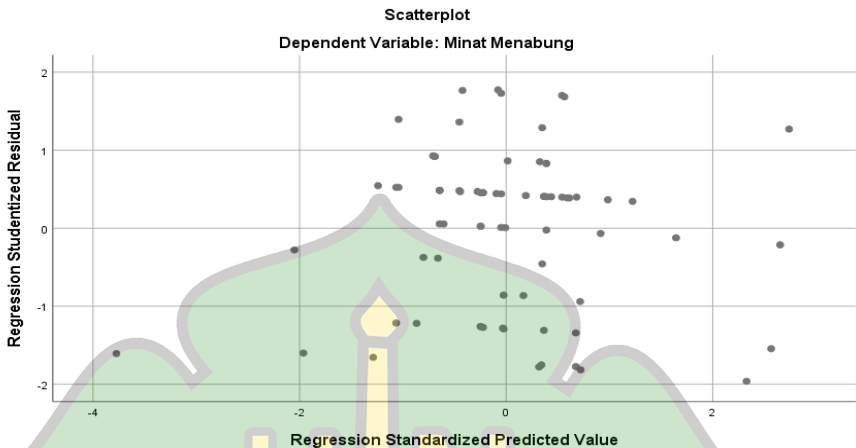
**Tabel 4.13 Hasil Pengujian Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.032	3.235		4.647	.000		
	Produk Tabungan Seulanga	.122	.258	.083	.475	.636	.453	2.208
	Kualitas Pelayanan	.136	.126	.033	.282	.778	.998	1.002
	Fasilitas	.118	.199	.104	.593	.555	.453	2.206

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Diperoleh nilai tolerance produk tabungan seulanga (X1) sebesar  $0,453 > 0,10$  sebesar  $2,208 < 10$  untuk nilai VIF. Sedangkan nilai tolerance dari variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar  $0,998 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,002 < 10$ . Sedangkan nilai tolerance dari variabel fasilitas (X3) sebesar  $0,453 > 0,10$  dan nilai VIF variabel fasilitas sebesar  $2,206 < 10$  Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

#### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas Scaterplot**

Berdasarkan output scatterplot di atas, analisis hasil gambar 4.3 didapatkan titik-titik menyebar di bawah dan di atas sumbu Y, dan tidak mempunyai pola yang teratur, jadi kesimpulannya variabel bebas di atas tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas.

#### 4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui berapa besar pola hubungan atau pengaruh positif atau negatif antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut tabel hasil analisis regresi linear berganda:



**Tabel 4.15 Hasil Pengujian Persamaan Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.032	3.235		4.647	.000
	Produk Tabungan Seulanga	.122	.258	.083	.475	.636
	Kualitas Pelayanan	.136	.126	.033	.282	.778
	Fasilitas	.118	.199	.104	.593	.555

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sesuai tabel uji t di atas diperoleh koefisien variabel independen Produk Tabungan Seulanga ( $X_1$ ) = 0,122, variabel Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) = 0,136 dan variabel fasilitas ( $X_3$ ) = 0,118 serta konstanta sebesar 15.032 Berdasarkan hasil pengujian dengan metode regresi linear berganda di atas, maka model persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 15.032 + 0,122 X_1 + 0,136 X_2 + 0,118 X_3 + e$$

Model persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dipahami sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 15.032. Hal ini menunjukkan bahwa apabila independen bernilai tetap atau konstan maka nilai variabel minat nasabah sebesar 15.032.
- Dari hasil analisis regresi linear berganda dengan

persamaan  $Y = 15.032. + 0,122 X_1 + 0,136 X_2 + 0,118 X_3 + e$  . maka setiap peningkatan produk tabungan seulanga 1 satuan diprediksi akan meningkatkan produk tabungan seulanga sebesar 0,122 di Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie

c. Analisis regresi linear berganda dengan persamaan  $Y = 15.032. + 0,122 X_1 + 0,136 X_2 + 0,118 X_3 + e$  . maka setiap peningkatan kualitas pelayanan 1 satuan diprediksi akan meningkatkan kualitas pelayanan sebesar 0,136 di Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.

d. Analisis regresi linear berganda dengan persamaan  $Y = 15.032. + 0,122 X_1 + 0,136 X_2 + 0,118 X_3 + e$  . maka setiap peningkatan fasilitas 1 satuan diprediksi akan meningkatkan kualitas pelayanan sebesar 0,118 di Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.

Berdasarkan hasil uji regresi di atas menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan ( $X_2 = 0,136$ ) merupakan faktor paling dominan mempengaruhi minat menabung nasabah di Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie, dibandingkan faktor produk tabungan seulanga ( $X_1 = 0,122$ ). Dan faktor fasilitas ( $X_3 = 0,118$ ).

### **1. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

Pada pengujian ini juga menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Prosedur Uji F ini adalah sebagai berikut:

$H_{01}$ : jika nilai probabilitas  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk

tabungan seulanga, produk tabungan seulanga berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah di Bank Aceh Cabang Blangpidie.

Ha<sub>1</sub>: jika nilai probabilitas  $F < 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk tabungan seulanga produk tabungan seulanga tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah di Bank Aceh Cabang Blangpidie.

**Tabel 4.16 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.413	3	8.804	5.145	.003 <sup>b</sup>
	Residual	400.574	72	5.564		
	Total	402.987	75			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Produk Tabungan Seulanga

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel produk tabungan seulanga (X<sub>1</sub>), kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>), dan fasilitas (X<sub>3</sub>), mempunyai nilai signifikan  $0,003 < 0,05$  dan nilai F hitung sebesar  $5,145 >$  nilai F tabel 1,55. Maka, dapat dinyatakan bahwa produk tabungan seulanga, kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (Y) untuk menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.

## 2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t (uji parsial) digunakan untuk mengetahui seberapa besar

pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Jika tingkat signifikansi  $t > 0,05$  dan  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak, dan jika tingkat signifikansi  $t < 0,05$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima. Sudah diketahui bahwa nilai  $t_{tabel}$  adalah sebesar 1,996. Maka, Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.17 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.032	3.235		4.647	.000
	Produk Tabungan Seulanga	.122	.258	.083	3.475	.036
	Kualitas Pelayanan	.136	.126	.033	7.282	.008
	Fasilitas	.118	.199	.104	2.593	.045

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Diperoleh  $t_{hitung}$  untuk variabel produk tabungan seulanga (X1) sebesar  $3.475 > t_{tabel} = 1,996$  dengan taraf sig.  $0,036 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya produk tabungan seulanga (X1) berpengaruh positif terhadap minat menabung (Y). Sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan (X2) diperoleh hasil  $t_{hitung} 7.282 > t_{tabel} = 1,996$  dengan taraf sig.  $0,008 < taraf sig. 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap minat menabung (Y) dan untuk variabel fasilitas (X3) diperoleh  $t_{hitung} 2,593 > t_{tabel} = 1,996$  dengan taraf sig.  $0,045 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya fasilitas (X3) berpengaruh positif terhadap minat menabung (Y).

### 3. Uji Koefisien Determinasi $r^2$

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan melihat R Square. Berikut hasil koefisien determinasi yang diolah menggunakan program SPSS:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 <sup>a</sup>	.686	.605	.82159

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Produk Tabungan Seulanga

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Diperoleh nilai R Square sebesar 0,686 (68,6 %). Hal ini berarti sebesar 68,6 % model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel bebas yakni variabel produk tabungan seulanga, kualitas pelayanan dan fasilitas mampu menjelaskan variabel terikat yakni minat menabung. Sedangkan sisanya (100% - 68,6 % = 31,4 %) dipengaruhi oleh variabel lain seperti promosi, kepercayaan, aksesibilitas dan citra perusahaan.

## 4.6 Pembahasan

### 4.6.1 Pengaruh Produk Tabungan Seulanga Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel produk tabungan seulanga berpengaruh terhadap minat menabung

nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel  $3,475 > t_{\text{tabel}} = 1,996$  dengan taraf sig.  $0,036 < 0,05$ . Oleh karena maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak menyatakan bahwa produk tabungan seulanga berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.

Kotler (2005) menyatakan produk merupakan sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk di dalamnya berupa fisik, tempat, orang, jasa, gagasan serta organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk tabungan seulanga yang memiliki banyak keunggulan dengan mudah berpengaruh terhadap minat menabung dengan daya tarik hadiah yang diberikan cukup besar. Selain itu mengingat bahwa produk tabungan seulanga adalah salah satu produk yang ada di bank Aceh syariah dengan keunggulan semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi hadiah yang akan diberikan dibandingkan dengan produk tabungan yang lainnya.

Hal ini di dukung dengan data yang di peroleh dari bank Aceh syariah Blangpidie pada tabel 1.1 menunjukkan peningkatan nasabah produk tabungan Seulanga yang meningkat dari tahun ke tahun dimana pada tahun 2019 terdapat 171 nasabah yang bergabung, selanjutnya pada tahun 2020 dengan jumlah 236 nasabah yang bergabung dan pada tahun 2021 terdapat 319 nasabah yang bergabung yang dimana tahun tersebut paling banyak dari sebelumnya dimana ini menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang

dilakukan oleh Febriyanto (2017) di Perbankan, Syariah yang menyatakan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah dalam memilih produk tabungan.

#### **4.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie**

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah. Hal ini dibuktikan dengan diperoleh hasil  $t_{hitung} 7.282 > t_{tabel} = 1,996$  dengan taraf sig.  $0,008 < \text{taraf sig. } 0,05$ , Oleh karena maka  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.

Sesuai penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Bank Aceh Syariah Blangpidie, maka akan semakin menarik minat nasabah untuk menabung pada Tabungan Seulanga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bank Aceh syariah Blangpidie sudah baik dibuktikan dengan keramahan petugas, respon yang cepat dalam proses transaksi yang nasabah lakukan serta rasa keamanan yang diberikan petugas tinggi dan kejelasan informasi yang diberikan kepada nasabah akurat.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian Adiputra (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel Promosi, Pelayanan, Produk, dan Suku Bunga

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada bank umum. Dari hasil uji F menunjukkan bahwa variabel Promosi, Pelayanan, Produk, dan Suku Bunga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada bank umum.

#### **4.6.3 Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie**

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah. Hal ini dibuktikan dengan diperoleh  $t_{hitung} 2,593 > t_{tabel} = 1,996$  dengan taraf sig.  $0,045 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya fasilitas (X3) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.

Ketika fasilitas yang diberikan oleh suatu perusahaan/bank baik dan lengkap, serta membuat nyaman nasabah yang menabung di bank tersebut maka itu akan sangat berpengaruh terhadap minat menabung di bank tersebut, seperti halnya yang dilakukan oleh bank Aceh syariah cabang Blangpidie yang memberikan fasilitas terbaiknya seperti, tempat parkir yang luas, gedung yang besar dan bersih, keamanan yang ketat, dan lain-lain akan menjadi nilai positif untuk mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada bank Aceh cabang Blangpidie. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2020) dengan hasil penelitian fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan keputusan menabung di bank syariah.



#### **4.6.4 Pengaruh Produk Tabungan Seulanga, Kualitas dan Fasilitas Secara Simultan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie**

Hasil uji simultan untuk variabel independen produk tabungan seulanga, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap minat menabung nasabah pada bank Aceh syariah cabang Blangpidie menunjukkan bahwa hasil uji F sebesar 5,145 > nilai F tabel 1,55. maka  $H_0$  diterima yang artinya bahwa terdapat pengaruh positif secara bersama-sama (simultan) antara variabel independen dengan variable dependen. Jika dilihat dari nilai koefisien determinasi  $R^2$  (Adjusted R Square) yang dihasilkan dari hasil uji penelitian ini  $R^2$  sebesar 0,686 (68,6 %). Hal ini berarti sebesar 68,6 % model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel bebas yakni variabel produk tabungan seulanga, kualitas pelayanan dan fasilitas mampu menjelaskan variabel terikat yakni minat menabung. Sedangkan sisanya (31,4 %) dipengaruhi oleh variabel lain seperti promosi, kepercayaan, aksesibilitas dan citra perusahaan.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pengolahan data dan hasil analisis data yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial produk tabungan sebulan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah (Y) . Semakin baik produk yang ditawarkan pada Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie, maka akan semakin tinggi pula minat menabung nasabah.
2. Secara parsial kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah (Y). Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi pula minat nasabah untuk menabung pada Bank Aceh Cabang Blangpidie.
3. Secara parsial fasilitas (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah (Y). Semakin bagus fasilitas yang di sediakan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie, maka semakin tinggi pula minat menabung nasabah.
4. Secara simultan produk tabungan sebulan, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah (Y). Semakin baik produk, kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie, maka semakin tinggi pula minat menabung nasabah.

5. Diperoleh nilai R Square sebesar 0,686 (68,6 %). Hal ini berarti sebesar 68,6 % model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel bebas yakni variabel produk tabungan sebulan, kualitas pelayanan dan fasilitas mampu menjelaskan variabel terikat yakni minat menabung. Sedangkan sisanya ( $100\% - 68,6\% = 31,4\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain seperti promosi, kepercayaan, aksesibilitas dan citra perusahaan

## 5.2 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 kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1. Bagi Bank Aceh Cabang Blangpidie diharapkan penelitian ini bisa menjadi rekomendasi dan motivasi untuk kedepannya lebih di tingkatkan lagi serta bisa menjadi contoh bagi Bank Aceh Syariah Cabang yang lainnya untuk bisa mengikuti jejak Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie.
2. Untuk kearah perbaikan selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel lain diluar variabel produk tabungan sebulan, kualitas pelayanan dan fasilitas serta menambah jumlah sampel serta melakukan di tempat yang berbeda.
3. Untuk peneliti selanjutnya agar menambah variabel-variabel seperti harga, kualitas, fasilitas, pelayanan, produk promosi, kepercayaan, aksesibilitas, citra perusahaan dan variabel-variabel lain yang di anggap berpengaruh terhadap minat menabung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah. *Prosiding Pesat*, 5.
- Adawiyah, W. R. (2015). Pertimbangan, pengetahuan, dan sikap konsumen individu terhadap bank syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 11(2), 191-201.
- Andespa, R. (2017). Pengaruh faktor psikologis terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2), 177-191.
- Andespa, Roni. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabahdalam menabung di bank syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227-234.
- Bangsawan, M. I. (2017). Eksistensi Ekonomi Islam (Studi Tentang Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia). *Law and Justice*, 2(1), 24-34.
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. Elex Media Komputindo.
- Darmawan, D. P. (2020). *Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Bengkel Mobil Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Metode Integrasi Kano Model Dan Quality Function Deployment (Studi Kasus: Bengkel Mobil Cv. Karya*

- Agung*) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Dedy, T., & Ngadino, S. (2013). pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas layanan terhadap minat menabung kembali di Cimb Niaga. *jurnal MIX*, 6(3).
- Falahuddin, F., & Mina, M. (2019). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Dan Bi Rate Terhadap Besarnya Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Periode 2013-2018. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 121-134.
- Febriyanto, N. W. (2018). *Pengaruh Implementasi Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Produk Tabungan Perbankan Syariah* (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa* (Vol. 113). Duta Media Publishing.
- Hakim, L., Wardhana, M. Y., & Mulia, S. (2021). Analisis Willingness To Pay Petani Terhadap Pelaksanaan Program Asuransi Usaha Tani Padi (AUTP) Di Kabupaten Aceh Besar. *Mahatani: Jurnal Agribisnis (Agribusiness and Agricultural Economics Journal)*, 4(1), 281-298.
- Hamdiah, H., & Likdanawati, L. (2021). Strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Penggunaan Internet Mobile Banking (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri di Lhokseumawe). *Visioner And Strategis*, 10(1).
- Handayani, S., & Martini, I. (2017). Online Marketing Memoderasi Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk Sulam Pita Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Unggulan UMKM Di Semarang). *Jurnal Ilmiah STIE Dharmaputra Semarang*, 1(1), 71-91.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (Vol. 148). Cetakan Delapan. Bandung: Alfabeta.

- HUSNA, L. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Iklan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung).
- Ikhwan, M., & Kamal, S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Aceh (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Gayo Lues). *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 23-44.
- Irwoana, F. (2018). *Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk Rahn PT. Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- ISMAWATI, I. (2018). *Pengaruh Harga Pakaian Terhadap Minat Santri Menurut Ekonomi Islam (Studi di Pondok Pesantren Raudhatul Qoni'in Cipare-Serang)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri " Sultan Maulana Hasanuddin" Banten).
- Kotler, P & Keller, K.L (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Pada Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117-126.
- Larasati, N. F. (2019). *Analisis Perilaku Generasi Milenial Terhadap Niat Menjadi Nasabah Bank Syariah* (Master's thesis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Jakarta).
- Lubis, M. S. (2018). *Metodologi penelitian*. Deepublish.
- Marlina, S. (2021). *Analisis Pengetahuan dan Sikap Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Sumber Agung Kec. Sragi Lampung Selatan)* (Doctoral dissertation, UIN SMH Banten).

- Marlius, D. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Munthe, S. (2014). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung pada tabungan mudharabah di bank Muamalat cabang Balai Kota* (Doctoral dissertation, Pascasarjana UIN Sumatera Utara).
- Muri Yusuf. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. PT Fajar Interpratama Mandiri, Kencana: Jakarta.
- Nur, S., Ismail, M., Suharto, M. R., & Abduh, M. R. (2021). Aspek Minat Pada Siswi Kelas Xi Sman 4 Palu Terhadap Pembelajaran Pendidikan Jasmani. *Jurnal Pendidikan Glasser*, 5(2), 114-121.
- Pakpahan, D. R. (2017). Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Masyarakat Pada Bank Syariah Di Wilayah Kelurahan Sei Sikambing D. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 345-367.
- Purnamasari, I. W. (2016). *Akad Tabungan Anak Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus TK Pertiwi Lamuk dan TK Pertiwi Larangan Purbalingga)* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- PUTRI, K. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Memilih Akad Murabahah Di Bni Syariah Kantor Cabang Palembang* (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).

- Rosmiati, R., Junias, D. T. S., & Munawar, M. (2015). Sikap, Motivasi, Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 17(1), 21-30.
- Sandu Siyoto & Ali Sodik. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Literasi Media Publishing.
- Saputra, D. (2018). Pengaruh Manfaat, Modal, Motivasi Dan Edukasi Terhadap Minat Dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Future: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 178-190.
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2).
- Sinaga, A., Alam, A. P., Nawawi, M. H., & Sifana, N. (2020). Pelayanan yang Baik terhadap Nasabah sebagai Motivasi Menabung di Bank Muamalat Cabang Pembantu Stabat. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 234-251.
- Siswadi, Y. (2014). Analisis faktor Internal, Faktor Eksternal Dan Pembelajaran Kewirausahaan Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 13(1)
- Situmorang, S. H., Muda, I., Doli, M., & Fadli, F. S. (2010). *Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis*. USUpress.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono, D. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
- Sumantri, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *jurnal economia*, 10(2), 141-147.



- Syahriyal, S. (2020). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah di Banda Aceh. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(1), 139-156.
- Tjitroesmi, E., & Suhodo, D. S. (Eds.). (2014). Peluang usaha produk halal di pasar global: perilaku produsen dalam memproduksi produk halal. LIPI Press.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2015). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Yogiarto, A. H. P. (2015). Pengaruh bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah. *Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Yusmad, M. A. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Deepublish.
- Zikir, C. L. N., & Riza, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah PT. Bank BNI Syariah Banda Aceh. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 94-114.

## KUESIONER

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN SEULANGA PADA PT BANK ACEH SYARIAH CABANG BLANGPIDIE**

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dengan Hormat, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Cut Irhamna  
Nim : 190603357  
Jurusan : Perbankan Syariah/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry  
Alamat : Desa Bineh Krueng Kec. Tangan Tangan Kab, Aceh Barat Daya

Dengan hormat, saya Cut Irhamna, mahasiswa program studi perbankan syari'ah fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri ar-raniry banda aceh. Saat ini saya sedang melakukan penelitian ilmiah (skripsi) yang berjudul **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Seulanga Pada Pt Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie"**.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya bermaksud meminta kesediaan anda untuk menjadi responden dengan mengisi kuesioner ini. Seluruh data yang anda berikan akan bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas seluruh waktu dan kerjasamanya yang telah anda berikan saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**Hormat Saya,**

**Cut Irhamna**

## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

### 1. Petunjuk Pengisian Kuesioner 1

- Bacalah secara teliti setiap pertanyaan yang telah disediakan
- Barikan tanda centeng (√) untuk menjawab setiap pertanyaan, kecuali kolom nama, umur dan alamat.

Identitas Responden :

Nama :

Umur :

Alamat :

Pekerjaan :  PNS  Pegawai Swasta  
 Mahasiswa

Wiraswasta/Pengusaha

Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

Pendidikan :  SLTA  S1-S2

### 2. Petunjuk Pengisian Kuesioner 1

- Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memilih pilihan jawaban dengan keadaan yang sebenarnya.
- Berikan tanda centang (√) untuk menjawab setiap pertanyaan pada salah satu pilihan berganda.
  - ✓ Sangat Setuju (SS)
  - ✓ Setuju (S)
  - ✓ Tidak Setuju (TS)
  - ✓ Sangat Tidak Setuju (STS)
- Atas semua jawaban yang diberikan saya ucapkan banyak terimakasih

### 3. Daftar Pertanyaan:

#### Produk Tabungan Seulanga (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Semakin besar nominal tabungan saya, maka bonus yang saya dapat kan semakin menarik				
2	Produk tabungan seulanga memberikan bagi hasil yang lebih besar dari produk lain di bank Aceh				
3	Saya lebih memilih produk tabungan seulanga karena harga yang berikan sesuai dengan yang saya harapkan				
4	Saya memilih produk tabungan seulanga karena tampilan/kesan yang diberikan sangat menyakinkan untuk investasi janka panjang				

#### Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Petugas selalu melayani saya dengan rasa empati yang sama dan tidak berbeda dengan yang nasabah lainnya				
2	Dalam memproses transaksi yang saya lakukan, petugas selalu memberikan jaminan yang tinggi untuk nasabahnya				
3	Daya tanggap petugas bank dalam memproses dengan cepat atas transaksi yang saya lakukan				
4	Petugas selalu andal memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan bank kepada nasabah				

5	Penampilan teller yang sangat rapih dan menarik sehingga membuat saya nyaman ketika berada di bank				
---	--	--	--	--	--

**Fasilitas (X3)**

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie memiliki gedung yang bagus dan bersih				
2	Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie memiliki perangkat peralatan yang cukup dan baik untuk melayani nasabah (seperti computer, pena meja yang rapih) dll				
3	Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie memiliki fasilitas ATM untuk memenuhi kebutuhan nasabah				
4	Ruang tunggu Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie bersih dan nyaman				
5	Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie memiliki fasilitas parkir yang luas dan aman				

**Minat Menabung (Y) - R A N I R Y**

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya berminat menabung di Bank Aceh pada tabungan seulanga karena dorongan dari diri saya sendiri				
2	Saya berminat menabung karena keluarga teman-teman saya juga menggunakan produk tabungan seulanga				

3	Saya tertarik menabung di bank Aceh karena kemudahan akses informasinya				
4	Saya tertarik untuk menabung di bank Aceh dan memilih produk tabungan seulanga karena kepuasan pelayanan yang saya dapatkan dari bank dan kelebihan yang diberikan pada produk tabungan seulanga				
5	Saya lebih tertarik produk tabungan seulanga dari pada produk lain yang ada pada bank Aceh karena harga yang diberikan sesuai dengan bonus yang kita dapatkan				

**Keterangan:**

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Produk Tabungan Seulanga (X1)					
No	1	2	3	4	Total X1
1	3	3	3	2	11
2	3	4	4	3	14
3	3	3	3	3	12
4	4	3	3	3	13
5	3	4	3	3	13
6	3	3	3	2	11

7	4	4	4	4	16
8	3	3	3	3	12
9	4	3	3	3	13
10	4	3	3	3	13
11	4	3	4	3	14
12	3	4	3	3	13
13	3	3	3	3	12
14	4	4	3	3	14
15	3	3	3	3	12
16	4	4	3	2	13
17	3	3	3	3	12
18	4	3	2	2	11
19	3	3	3	3	12
20	4	3	4	3	14
21	3	3	3	3	12
22	3	3	3	2	11
23	4	3	3	2	12
24	4	4	4	3	15
25	4	3	3	3	13
26	4	3	3	3	13
27	3	4	4	3	14
28	3	3	3	3	12
29	3	4	3	2	12
30	4	3	3	3	13
31	3	3	3	2	11
32	4	3	4	4	15
33	4	4	3	2	13
34	3	3	3	3	12

35	3	4	3	2	12
36	3	3	3	3	12
37	4	4	3	3	14
38	3	3	3	3	12
39	3	3	4	2	12
40	4	3	3	3	13
41	3	3	3	3	12
42	4	3	4	4	15
43	3	3	3	3	12
44	4	4	3	3	14
45	3	3	3	2	11
46	2	2	3	2	9
47	4	3	3	3	13
48	4	3	3	3	13
49	4	4	4	4	16
50	3	3	3	2	11
51	3	3	4	3	13
52	3	4	4	3	14
53	4	4	4	4	16
54	3	3	3	3	12
55	3	3	3	3	12
56	3	4	3	3	13
57	3	3	3	3	12
58	3	3	3	3	12
59	4	3	3	4	14
60	3	3	3	3	12
61	2	3	3	2	10
62	3	4	3	4	14



63	3	2	3	2	10
64	4	4	4	3	15
65	3	3	3	3	12
66	4	4	4	4	16
67	3	3	4	3	13
68	4	4	4	4	16
69	3	3	3	3	12
70	4	4	4	4	16
71	3	3	3	2	11
72	3	3	3	3	12
73	4	4	4	3	15
74	4	4	3	3	14
75	3	3	3	3	12
76	4	4	4	4	16

Kualitas Pelayanan (X2)						
No	1	2	3	4	5	Total X2
1	3	4	4	3	3	17
2	4	4	3	3	4	18
3	3	3	3	3	3	15
4	3	3	4	3	4	17
5	3	2	3	2	3	13
6	3	4	3	3	4	17
7	4	3	4	3	3	17
8	3	4	3	3	4	17
9	4	3	3	4	3	17
10	4	4	4	4	4	20

11	4	3	3	3	4	17
12	2	3	3	2	3	13
13	4	3	3	4	3	17
14	3	3	4	3	4	17
15	4	4	3	4	3	18
16	4	3	4	4	3	18
17	4	3	3	4	3	17
18	4	3	4	3	3	17
19	3	3	3	3	3	15
20	3	3	3	3	3	15
21	3	2	2	2	3	12
22	3	4	3	4	4	18
23	3	3	3	3	3	15
24	3	3	4	4	4	18
25	3	3	3	3	3	15
26	4	3	4	3	3	17
27	3	3	3	3	3	15
28	3	3	2	2	3	13
29	4	4	3	3	4	18
30	3	3	3	4	4	17
31	4	4	4	3	3	18
32	3	4	3	4	3	17
33	4	4	4	4	4	20
34	4	3	4	3	4	18
35	4	3	3	4	4	18
36	3	3	4	3	4	17
37	3	4	3	3	4	17

38	4	3	3	4	3	17
39	3	3	3	3	3	15
40	2	3	2	3	2	12
41	3	3	3	3	3	15
42	2	3	2	3	3	13
43	3	3	3	3	3	15
44	4	3	4	3	4	18
45	3	4	3	3	3	16
46	3	4	4	4	3	18
47	3	4	3	3	3	16
48	4	3	3	4	4	18
49	4	4	4	4	4	20
50	3	3	4	4	3	17
51	2	3	3	3	3	14
52	3	2	2	3	2	12
53	2	3	4	3	2	14
54	4	4	4	4	4	20
55	3	3	3	3	3	15
56	4	3	4	3	4	18
57	3	2	3	3	2	13
58	3	3	3	3	3	15
59	4	4	3	4	3	18
60	4	4	3	3	4	18
61	3	4	3	4	4	18
62	3	3	3	3	3	15
63	3	3	3	3	3	15
64	4	3	4	3	4	18

65	4	4	4	4	4	20
66	3	3	3	3	3	15
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	3	4	19
69	3	3	3	3	3	15
70	4	3	4	3	4	18
71	3	2	2	2	3	12
72	3	3	4	3	3	16
73	2	3	3	2	3	13
74	3	3	3	3	4	16
75	4	4	4	4	4	20
76	3	2	3	3	2	13

Fasilitas (X3)						
No	1	2	3	4	5	Total X3
1	3	2	3	3	3	14
2	4	3	3	4	3	17
3	3	3	3	3	3	15
4	3	3	4	3	4	17
5	3	3	3	4	3	16
6	3	2	3	3	3	14
7	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	3	3	15
9	3	3	4	3	4	17

10	3	3	4	3	4	17
11	4	3	4	3	4	18
12	3	3	3	4	3	16
13	3	3	3	3	3	15
14	3	3	4	4	4	18
15	3	3	3	3	3	15
16	4	4	4	4	4	20
17	3	3	3	3	3	15
18	2	2	4	3	4	15
19	3	3	3	3	3	15
20	4	3	4	3	4	18
21	3	3	3	3	3	15
22	3	2	3	3	3	14
23	3	2	4	3	4	16
24	4	3	4	4	4	19
25	3	3	4	3	4	17
26	3	3	4	3	4	17
27	4	3	3	4	3	17
28	3	3	3	3	3	15
29	3	3	3	4	3	16
30	3	3	4	3	4	17
31	3	2	3	3	3	14

32	4	4	4	3	4	19
33	3	3	4	4	4	18
34	3	3	3	3	3	15
35	3	3	3	2	3	14
36	3	3	3	3	3	15
37	3	3	4	4	4	18
38	3	3	3	3	3	15
39	2	2	3	3	3	13
40	3	3	4	3	4	17
41	3	3	3	3	3	15
42	4	4	4	3	4	19
43	3	3	3	3	3	15
44	3	3	4	4	4	18
45	3	2	3	3	3	14
46	3	3	2	2	3	13
47	3	3	4	3	4	17
48	3	3	4	3	4	17
49	4	4	4	4	4	20
50	3	2	3	3	3	14
51	4	3	3	3	3	16
52	4	3	3	4	3	17
53	4	4	4	4	4	20

54	3	3	3	3	3	15
55	3	4	3	4	3	17
56	2	3	3	2	3	13
57	3	3	3	3	3	15
58	4	4	4	4	4	20
59	3	4	4	4	4	19
60	3	3	3	3	3	15
61	3	2	2	3	2	12
62	3	4	3	4	3	17
63	3	3	3	3	3	15
64	4	3	4	4	4	19
65	3	3	3	3	3	15
66	4	4	4	4	4	20
67	4	3	3	3	3	16
68	4	4	4	4	4	20
69	4	3	4	3	3	17
70	4	4	4	3	4	18
71	4	4	4	4	4	20
72	3	3	3	3	3	15
73	4	3	4	4	4	19
74	3	3	4	4	4	18
75	4	4	3	4	3	18
76	3	3	3	3	3	15

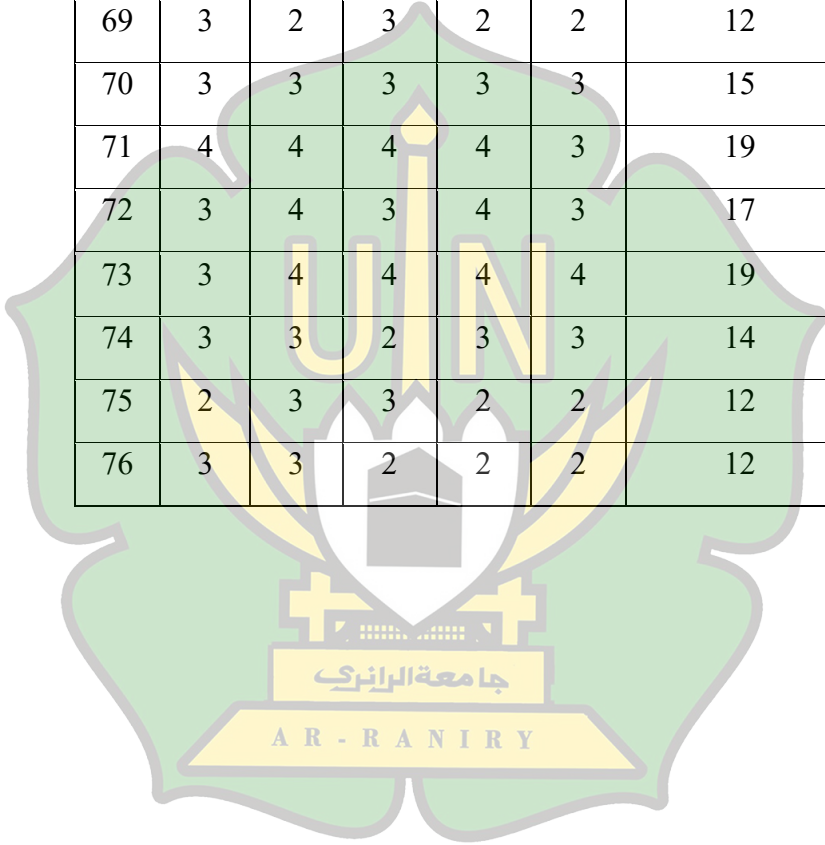
<b>Minat Menabung Y</b>						
<b>No</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Total Y</b>
1	3	2	3	3	2	13
2	4	3	3	4	3	17
3	3	4	3	3	4	17
4	4	3	4	4	3	18
5	3	4	3	3	4	17
6	4	3	4	3	3	17
7	3	2	2	3	2	12
8	3	3	2	3	2	13
9	3	3	3	4	3	16
10	3	4	3	4	3	17
11	4	3	3	4	3	17
12	3	2	3	3	2	13
13	3	4	3	4	3	17
14	3	3	2	3	2	13
15	4	4	3	3	3	17
16	3	3	2	3	2	13
17	2	3	3	2	3	13
18	3	4	3	4	3	17
19	3	4	3	4	3	17
20	2	3	3	2	3	13



21	3	4	3	3	4	17
22	3	3	2	3	3	14
23	4	3	4	4	3	18
24	3	3	4	4	3	17
25	3	3	3	4	3	16
26	3	4	3	4	3	17
27	4	4	3	3	4	18
28	3	4	3	4	3	17
29	3	4	3	4	3	17
30	4	4	3	4	3	18
31	2	3	3	3	2	13
32	2	3	2	3	2	12
33	3	3	3	4	3	16
34	3	3	4	3	3	16
35	3	4	3	4	4	18
36	3	4	3	3	3	16
37	3	4	3	4	3	17
38	3	4	3	3	3	16
39	2	3	2	3	2	12
40	3	3	3	4	3	16
41	4	3	3	3	3	16
42	3	4	3	4	3	17

43	3	4	4	3	3	17
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20
46	4	3	3	4	3	17
47	3	3	4	4	3	17
48	3	4	4	3	3	17
49	3	3	3	4	3	16
50	4	3	3	4	3	17
51	2	3	3	3	2	13
52	3	2	2	3	2	12
53	3	4	3	4	3	17
54	3	3	3	3	3	15
55	2	3	3	3	2	13
56	3	3	3	3	3	15
57	4	4	4	3	4	19
58	3	3	4	3	3	16
59	3	4	3	4	3	17
60	4	4	4	4	4	20
61	3	3	3	3	3	15
62	4	4	3	4	3	18
63	3	2	3	2	2	12
64	4	4	4	4	4	20

65	4	3	4	4	4	19
66	4	4	4	4	4	20
67	3	4	4	4	3	18
68	3	3	2	3	3	14
69	3	2	3	2	2	12
70	3	3	3	3	3	15
71	4	4	4	4	3	19
72	3	4	3	4	3	17
73	3	4	4	4	4	19
74	3	3	2	3	3	14
75	2	3	3	2	2	12
76	3	3	2	2	2	12



## Lampiran 2 Uji Validitas

### Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_TOTAL
X1_1	Pearson Correlation	1	.376**	.290*	.420**	.718**
	Sig. (2-tailed)		.001	.011	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
X1_2	Pearson Correlation	.376**	1	.402**	.333**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.003	.000
	N	76	76	76	76	76
X1_3	Pearson Correlation	.290*	.402**	1	.496**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76
X1_4	Pearson Correlation	.420**	.333**	.496**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
X1_TOTAL	Pearson Correlation	.718**	.707**	.721**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

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

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

### Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_TOTAL
X2_1	Pearson Correlation	1	.307**	.445**	.472**	.475**	.750**
	Sig. (2-tailed)		.007	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X2_2	Pearson Correlation	.307**	1	.341**	.470**	.498**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.007		.003	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X2_3	Pearson Correlation	.445**	.341**	1	.355**	.411**	.707**

	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.002	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X2_4	Pearson Correlation	.472**	.470**	.355**	1	.285*	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.013	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X2_5	Pearson Correlation	.475**	.498**	.411**	.285*	1	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.013		.000
	N	76	76	76	76	76	76
X2_ TOTAL	Pearson Correlation	.750**	.718**	.707**	.708**	.738**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76

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

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

### Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3 TOTAL
X3_1	Pearson Correlation	1	.538**	.351**	.465**	.319**	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.005	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X3_2	Pearson Correlation	.538**	1	.359**	.471**	.376**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.001	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X3_3	Pearson Correlation	.351**	.359**	1	.373**	.955**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001		.001	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X3_4	Pearson Correlation	.465**	.471**	.373**	1	.344**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.002	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X3_5	Pearson Correlation	.319**	.376**	.955**	.344**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.005	.001	.000	.002		.000
	N	76	76	76	76	76	76

X3_ TOTAL	Pearson Correlation	.710**	.737**	.806**	.708**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76

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

W

### Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_TOTAL
Y_1	Pearson Correlation	1	.243*	.425**	.466**	.527**	.704**
	Sig. (2-tailed)		.034	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Y_2	Pearson Correlation	.243*	1	.347**	.468**	.654**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.034		.002	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Y_3	Pearson Correlation	.425**	.347**	1	.361**	.562**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.001	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Y_4	Pearson Correlation	.466**	.468**	.361**	1	.447**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
Y_5	Pearson Correlation	.527**	.654**	.562**	.447**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76	76
Y_ TOTAL	Pearson Correlation	.704**	.729**	.721**	.736**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76

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

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

### Lampiran 3 Uji Reabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.713	.716	4

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.774	.774	5

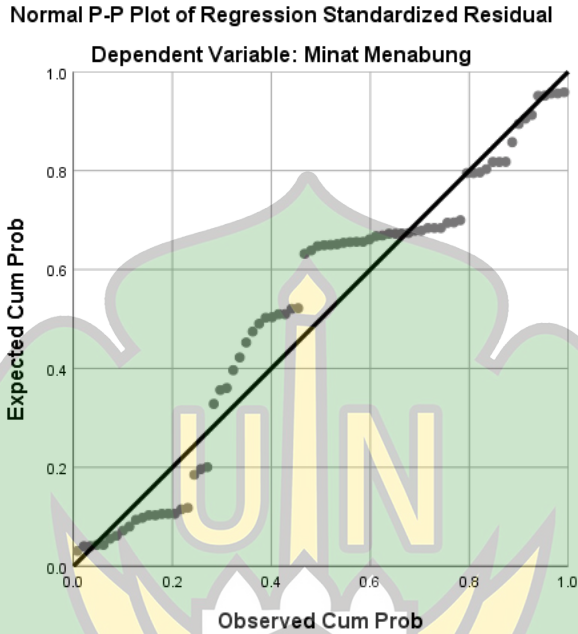
#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.806	.807	5

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.804	.804	5

## Lampiran 4 Uji Normalitas



## Lampiran 5 Uji Multikuralitas

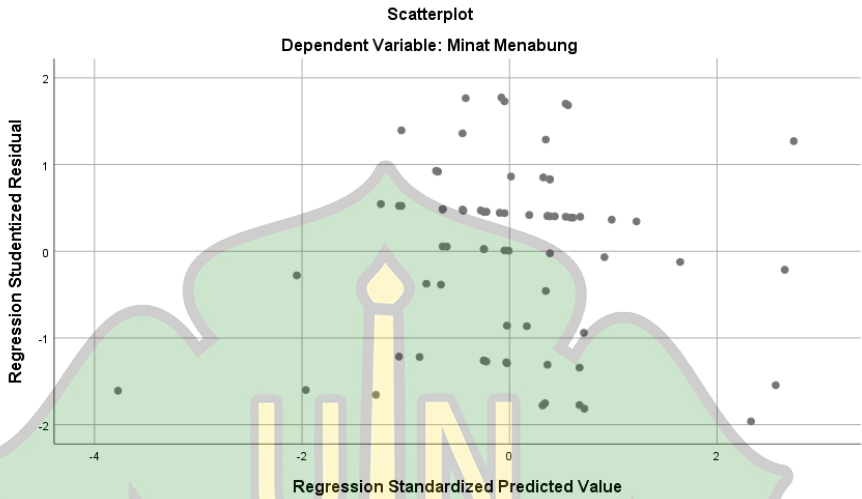
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.032	3.235		4.647	.000		
	Produk Tabungan Seulanga	.122	.258	.083	.475	.636	.453	2.208
	Kualitas Pelayanan	.136	.126	.033	.282	.778	.998	1.002
	Fasilitas	.118	.199	.104	.593	.555	.453	2.206

a. Dependent Variable: Minat Menabung



## Lampiran 6 Uji Heteroditas



## Lampiran 7 Auto Korelasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.877 <sup>a</sup>	.686	.605	.82159	2.068

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Produk Tabungan Seulanga

b. Dependent Variable: Minat Menabung

### Lampiran 8 Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.032	3.235		4.647	.000
	Produk Tabungan Seulanga	.122	.258	.083	3.475	.036
	Kualitas Pelayanan	.136	.126	.033	7.282	.008
	Fasilitas	.118	.199	.104	2.593	.155

### Lampiran 9 Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.413	3	8.804	5.145	.003 <sup>b</sup>
	Residual	400.574	72	5.564		
	Total	402.987	75			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Produk Tabungan Seulanga

### Lampiran 10 Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 <sup>a</sup>	.686	.605	.82159

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Produk Tabungan Seulanga

b. Dependent Variable: Minat Menabung

## Lampiran 11 Dokumentasi Penelitian



Dokumentasi pengisian Kuesioner dengan Bpk. Azhari



Dokumentasi pengisian Kuesioner dengan Ibu Rosnati



Dokumentasi pengisian Kuesioner dengan Bpk. Rijal



Dokumentasi pengisian Kuesioner dengan Ibu Mulidar



Dokumentasi pengisian Kuesioner dengan Ibu Rahmi



Dokumentasi pengisian Kuesioner dengan Ibu Jurlina



Dokumentasi pengisian Kuesioner dengan Bpk. Sabri



Dokumentasi pengisian Kuesioner dengan Ibu Idawati