

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PEMAHAMAN PRODUK TERHADAP MINAT MENABUNG
PADA BANK SYARIAH INDONESIA
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
AR-RANIRY)**



Disusun Oleh:

**FAJRI RAHMI
NIM. 190603416**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Fajri Rahmi

NIM : 190603416

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : 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 manipulasi 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 dipertanggung jawabkan 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, 21 Februari 2023

ng Menyatakan,



Fajri Rahmi

Fajri Rahmi

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:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Produk Terhadap
Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)**

Disusun Oleh:

Fajri Rahmi
NIM. 190603416

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 Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Israk Ahmadsyah, B.Ec., M. Ec., M. Sc. Ph.D
NIP. 197209072000031001

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP. 198310282015031001

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


Dr. Nevi Hasnita, M.Ag.
NIP. 197711052006042004

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Fajri Rahmi
NIM. 190603416

Dengan Judul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (SI)
Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi SI dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 05 April 2023 M
14 Ramadhan 1444 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Sekretaris,

Israk Ahmadsyah, B.Ec., M. Ec., M. Sc. Ph.D

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.

NIP. 197209072000031001

NIP. 198310282015031001

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Hendra Syahputra, M.M.

A. Rahmat Adi, S.E., M.Si.

NIP. 197610242009011005

NIDN. 2025027902

Mengetahui,

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

Dr. Nafas Furqani, M.Ec

NIP: 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fajri Rahmi
NIM : 190603416
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 190603416@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:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)

Berserta 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 : 21 Februari 2023

Mengetahui,

Penulis,

Fajri Rahmi
NIM: 190603416

Pembimbing I,

Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M. Sc. Ph.D
NIP:197209072000031001

Pembimbing II,

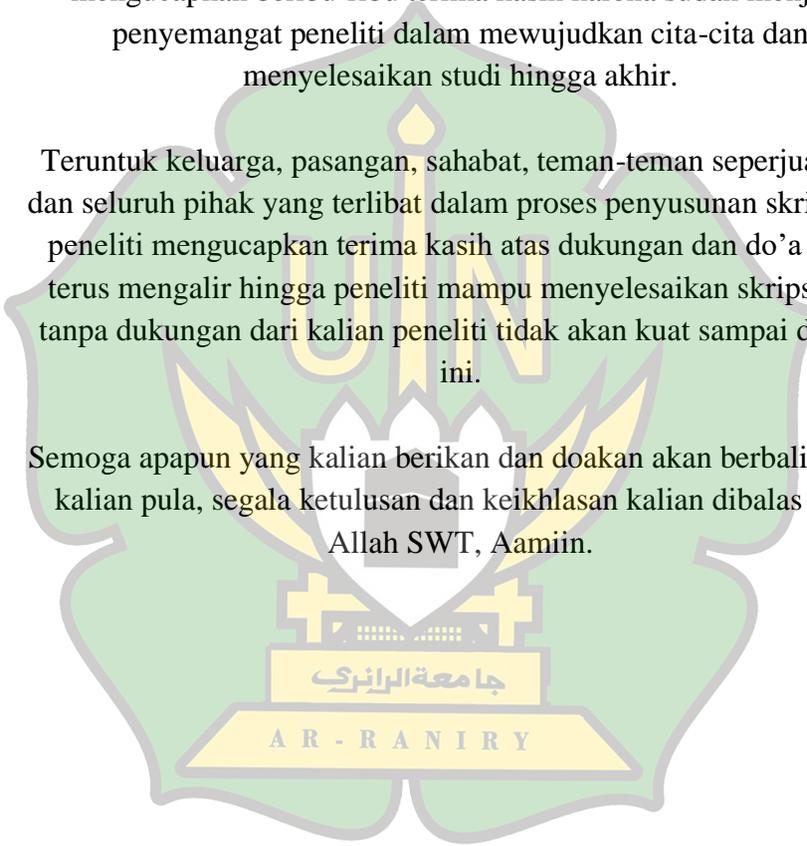
Ismail Rasvid Ridla Tarigan, M.A
NIP: 198310282015031001

HALAMAN PERSEMBAHAN

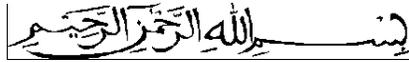
Skripsi ini saya persembahkan untuk Ayah, Bunda, Kakak dan Adik yang sangat saya cintai dan sayangi yang tak pernah lelah memberi dukungan baik moril maupun materil. Peneliti mengucapkan beribu-ribu terima kasih karena sudah menjadi penyemangat peneliti dalam mewujudkan cita-cita dan menyelesaikan studi hingga akhir.

Teruntuk keluarga, pasangan, sahabat, teman-teman seperjuangan dan seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini peneliti mengucapkan terima kasih atas dukungan dan do'a yang terus mengalir hingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini, tanpa dukungan dari kalian peneliti tidak akan kuat sampai di titik ini.

Semoga apapun yang kalian berikan dan doakan akan berbalik pada kalian pula, segala ketulusan dan keikhlasan kalian dibalas oleh Allah SWT, Aamiin.



KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)”**. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW., yang dengan hadirnya penelitian ini semoga menjadi bagian menyampaikan sunnahnya dalam khazanah ilmu pengetahuan. Penelitian skripsi ini dilakukan dengan penuh perjuangan sehingga didalamnya tidak mungkin tidak ada dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dalam bentuk moral maupun material, secara langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh elemen yang terlibat dan terkait baik secara akademis maupun nonakademis.

Shalawat beriring salam tidak lupa kita sanjung sajian kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw. Dimana beliau telah membawa kita dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh kemuliaan seperti yang sedang kita rasakan saat ini. Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. oleh karena itu, penulis

menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita S.Ag., M.Ag dan Inayatillah, MA.Ek selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafizh Maulana, SP., S. HI., ME selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec.,M. Ec.,M.Sc selaku pembimbing I dan Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A selaku pembimbing II. Terima kasih atas segala ilmu, arahan, dukungan serta motivasi yang telah diberikan demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Jalilah, S.HI., M.Ag selaku dosen Penasehat akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Perbankan Syariah.
6. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Kedua orang tua tercinta. Ayahanda Sulaiman Husen dan Ibunda Hanifah. Terima kasih atas segala do'a yang menyertai penulis. Cinta dan kasih sayang, pengorbanan,

kepercayaan, motivasi, semangat, serta dukungan yang sangat berpengaruh terhadap penulis dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Perbankan Syariah. Dan terima kasih teruntuk Nurul Malina, Ulfah Tursina Putri, Desi Suhana Unaisah dan Zuhратun Bahirah selaku saudara kandung penulis yang telah memberikan semangat, motivasi, arahan dan dukungan kepada penulis.

8. Teman-teman seperjuangan jurusan Perbankan Syariah angkatan 2018 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan untuk teman yang sangat istimewa Khairunnisa, Novi Herniza dan Selvia Azura yang telah banyak memberi dukungan moral maupun materil bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini, serta seluruh teman-teman lainnya yang tidak penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 21 Februari 2023

Penulis,

Fajri Rahmi

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	Ḥ	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</i> dan ya	Ai
َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

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
يَ / اَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup R Y

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

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. 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:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/
alMadīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, 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 : Fajri Rahmi
NIM : 190603416
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)
Pembimbing I : Israk Ahmadsyah, B.Ec.,M. Ec.,M.Sc. Ph.D
Pembimbing II : Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur penilaian konsumen/nasabah terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Pelayanan yang berkualitas dapat diwujudkan dengan sikap yang jujur, melayani dengan rendah hati dan tidak meremehkan konsumen, dalam pelayanan menggunakan pedoman Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan pemahaman produk terhadap minat menabung. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, penyebaran kuesioner dilakukan terhadap 100 responden yang sebelumnya ditentukan dengan teknik purposive sampling. Dalam membuktikan dan menganalisis data, maka digunakan Uji validitas, reliabilitas, Uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda serta uji F(simultan) dan uji T (Parsial). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel kualitas pelayanan dan pemahaman produk secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia karena memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Variabel kualitas pelayanan dan pemahaman produk secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa bahwa nilai R^2 (R square) sebesar 0,703 yang berarti 70,3%. Hal ini menunjukkan bahwa minat menabung mahasiswa FEBI pada Bank Syariah Indonesia dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan pemahaman produk . Sedangkan sisanya sebesar 0,297 atau 29,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar dari penelitian ini Seperti Promosi, Kualitas Produk, Lokasi dan lain sebagainya.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Pemahaman Produk, Minat Menabung*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Akademisi (Teoritis).....	8
1.4.2 Praktisi (Operasional).....	8
1.5 Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Minat Menabung	11
2.1.1 Pengertian Minat Menabung.....	11
2.1.2 Macam-Macam Minat	12
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah.....	14
2.1.4 Aspek-Aspek Minat Menabung.....	14
2.1.5 Indikator Minat	15
2.2 Kualitas Pelayanan	16
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	16
2.2.2 Klasifikasi Pelayanan.....	18
2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	18
2.3 Pemahaman Produk.....	20
2.3.1 Pengertian Pemahaman Produk	20

2.3.2	Produk Tabungan Bank Syariah	21
2.3.3	Indikator Pemahaman Produk.....	25
2.4	Penelitian Terkait.....	26
2.5	Kerangka Berpikir	43
2.6	Hipotesis Penelitian.....	44

BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... 46

3.1	Desain Penelitian	46
3.2	Lokasi Penelitian	47
3.3	Populasi dan Sampel.....	47
3.3.1	Populasi.....	47
3.3.2	Sampel	48
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.5	Sumber Data	50
3.6	Teknik Pengumpulan Data	51
3.7	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	52
3.7.1	Definisi Variabel Penelitian.....	52
3.7.2	Operasionalisasi Variabel	53
3.8	Metode dan Teknik Analisis Data	54
3.8.1	Uji Validitas.....	54
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	55
3.9	Uji Asumsi Klasik	55
3.9.1	Uji Normalitas	55
3.9.2	Uji Multikolinearitas.....	56
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	56
3.9.4	Regresi Linier Berganda	57
3.10	Rancangan Pengujian Hipotesis.....	57
3.10.1	Uji Secara Simultan	57
3.10.2	Uji Secara Parsial.....	58
3.10.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 60

4.1	Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia	60
4.1.1	Sejarah Bank Syariah Indonesia	60
4.1.2	Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia	61
4.1.3	Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia	62
4.2	Deskripsi Responden.....	62

4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Tabungan BSI	63
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa FEBI Aktif Angkatan 2019 Dan 2020	63
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	65
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	66
4.3.1	Uji Validitas	66
4.3.2	Uji Reliabilitas	67
4.4	Uji Asumsi Klasik	69
4.4.1	Uji Normalitas	69
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	70
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	71
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	72
4.6	Uji Hipotesis.....	74
4.6.1	Uji t.....	74
4.6.2	Uji f.....	76
4.6.3	Uji Determinasi.....	77
4.7	Pembahasan.....	78
4.7.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia.....	78
4.7.2	Pengaruh Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia.....	80
4.7.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia.....	81
BAB V PENUTUP		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN		91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Tabungan Wadiah Nasabah.....	2
Tabel 1.2	Jumlah Tabungan Mudharabah Nasabah.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terkait.....	35
Tabel 3.1	Populasi.....	48
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel	53
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Tabungan BSI	63
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa FEBI Aktif Angkatan 2019 Dan 2020	64
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	65
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas	66
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
Tabel 4.9	Hasil Uji t.....	75
Tabel 4.10	Hasil Uji f	76
Tabel 4.11	Hasil Uji Determinasi	77



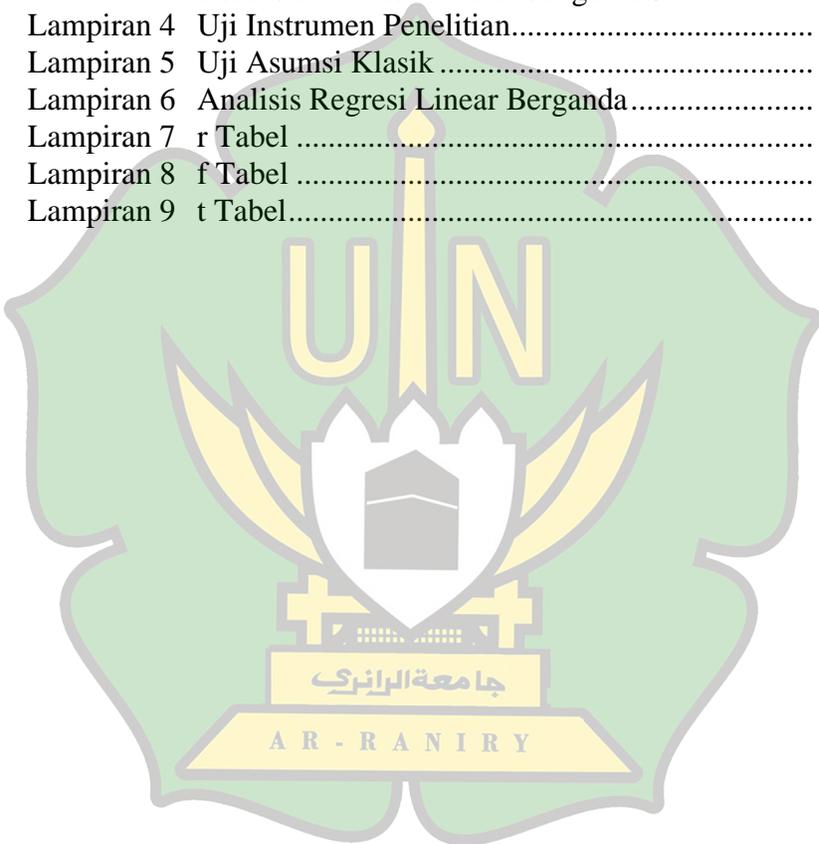
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	44
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	69
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (P-plot).....	70
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	91
Lampiran 2	Daftar Jawaban Responden	96
Lampiran 3	Persentase Karakteristik dan Tanggapan Responden Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Tabungan BSI.....	106
Lampiran 4	Uji Instrumen Penelitian.....	108
Lampiran 5	Uji Asumsi Klasik	110
Lampiran 6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	112
Lampiran 7	r Tabel	114
Lampiran 8	f Tabel	115
Lampiran 9	t Tabel.....	116



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era revolusi 4.0 kehadiran teknologi sebagai sebuah tanda kemajuan yang menyebabkan terjadinya percepatan globalisasi dan lompatan besar bagi penyebaran informasi dan komunikasi di dunia. Semakin mudah dan cepatnya mendapatkan informasi dengan menggunakan teknologi berdampak pada peningkatan interaksi antar individu untuk mendapat informasi yang dibutuhkan. Salah satu teknologi yang benar-benar membawa revolusi informasi di masyarakat adalah teknologi internet yang dianggap sebagai gelombang revolusi setelah revolusi pertanian dan revolusi industri. Kedatangan dan adopsi internet pada industri telah menghilangkan kendala tanpa batas jarak dan waktu dalam memperoleh informasi yang didapatkan dengan cepat dan mudah, baik dalam sektor ekonomi maupun sosial masyarakat termasuk kegiatan transaksi bisnis baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu yang mengikuti perkembangan teknologi informasi adalah industri perbankan.

Di Indonesia industri perbankan terus berkembang pesat yang ditandai dengan adanya digitalisasi, persaingan dana, persaingan suku bunga dan persaingan produk perbankan. Hal tersebut memunculkan sisi positif dalam dunia perbankan, karena adanya persaingan bisnis dalam meningkatkan kualitas kinerja dan

elayanan yang diberikan perusahaan. Perbankan syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan hukum Islam. Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah muslim memberikan ruang yang cukup luas bagi perkembangan bank syariah. Hingga saat ini, perbankan syariah sudah menunjukkan perkembangan yang semakin menggembirakan. Dimana, hal ini ditandai dengan semakin banyak dibuka cabang-cabang bank syariah di seluruh wilayah Indonesia.

Bahkan untuk memperkuat aset bank syariah di tahun 2021 juga terjadi merger antara beberapa bank syariah dimana sekarang sudah menjadi BSI. Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu bank yang sudah melakukan merger dimana sebelumnya hasil merger dari beberapa Bank Syariah yaitu Bank BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. Dalam perkembangannya tentunya untuk meningkatkan daya jual maka tentunya dibutuhkan dimensi dari masyarakat termasuk dengan minat masyarakat. Tabungan yang dibenarkan secara prinsip syariah, yaitu tabungan berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*. Bank syariah dalam perkembangannya mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan ini dikemukakan dalam data website BSI.

Tabel 1.1
Jumlah Tabungan Wadiah Nasabah

Tahun	Jumlah Tabungan
2021	Rp 34,836,276
2022	Rp 39,161,614

Sumber: www.bankbsi.co.id, 2022 (Diolah)

Tabel 1.2
Jumlah Tabungan Mudharabah Nasabah

Tahun	Jumlah Tabungan
2021	Rp 60,832,783
2022	Rp 64,567,631

Sumber: www.bankbsi.co.id, 2022 (Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, nasabah BSI cukup loyal dan mendapatkan respon positif dari masyarakat. Dengan adanya perkembangan jumlah nasabah ini diharapkan mampu menarik berbagai elemen masyarakat salah satunya kalangan muda termasuk salah satunya adalah mahasiswa. Dengan adanya ketertarikan dari mahasiswa akan perbankan syariah dilanjutkan dengan mempelajari perbankan syariah lebih dalam baik dari segi produk, akad serta kegiatan usaha perbankan syariah itu sendiri.

Minat sendiri merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap minat pelanggan, karena dengan tingkat pelayanan yang baik maka akan memudahkan pelanggan dalam menabung (Ambarwati, 2020). Dalam hal ini, ketika seseorang sudah berminat maka tentunya ingin memberikan efek positif bagi seseorang itu untuk bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia. Untuk menarik minat nasabah diantara hal yang perlu diperhatikan yaitu kualitas pelayanan dan pemahaman akan produk yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pendendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tingkat kualitas pelayanan jasa tidak dapat diukur berdasarkan sudut pandang penilaian pelanggan (Tjiptono, 2012). Dalam hal ini Bank Syariah Indonesia telah berusaha memberikan pelayanan termasuk memberikan beberapa produk yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Dari hasil dari penelitian Pratiwi (2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat berdampak positif dan signifikan terhadap minat menabung, Dan penelitian yang dilakukan oleh Aini (2018) yang mengemukakan bahwa pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami dan merasakan. Sehingga, dalam hal ini Bank Syariah Indonesia harus menjadi lembaga yang mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah agar pelayanan yang selama ini diberikan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah.

Selain kualitas pelayanan, pemahaman produk juga menjadi salah satu faktor yang sangat penting. Ketika seseorang mengetahui dan paham mengenai produk maka akan memberikan efek positif bagi minat masyarakat untuk bertransaksi di Bank Syariah Indonesia. Benjamin S. Bloom dalam Sudijono (2009) mengatakan bahwa pemahaman (*Comprehension*) merupakan suatu kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami segala sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami atau

mengerti tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai arah (Sudijono, 2009: 50).

Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan salah satu akan produk (Kotler & Keller, 2009: 4). Pemahaman produk suatu kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi berupa barang atau jasa setelah barang atau jasa tersebut itu diketahui dan diingat dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan penggunaannya.

Hasil penelitian (Yuliana, 2020) menunjukkan bahwa variabel pemahaman mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2016 atas produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Kemudian penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Haida (2020) yang menyatakan bahwa variabel pemahaman produk berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di kota Dumai Karena dengan memahami produk maka akan memudahkan nasabah untuk dapat mengetahui produk- produk perbankan syariah dengan memperoleh informasi dan memudahkan nasabah dalam mendapatkan pelayanan di perbankan syariah yang dituju sehingga menumbuhkan minat nasabah untuk menggunakan manfaat produk perbankan syariah.

Maka berdasarkan latar belakang diatas peneliti bermaksud untuk mengkaji bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan pemahaman produk terhadap minat nasabah, dalam penelitian ini peneliti hanya memfokuskan pada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry dimana mahasiswa FEBI merupakan mahasiswa yang mana setiap prodinya itu sudah mempelajari materi atau mata kuliah terkait dengan perbankan syariah, dan seharusnya mahasiswa FEBI memiliki pemahaman yang baik terkait dengan sistem dan operasional perbankan syariah.

Penelitian pada Bank Syariah Indonesia sebagai objek penelitian dikarenakan nasabah per tahun semakin meningkat dengan adanya sistem bagi hasil yang dihitung berdasarkan pendapatan pengelolaan dana ditambah nasabah sebelumnya yang berasal dari beberapa Bank Syariah. Dengan adanya pelayanan yang baik dari BSI maka nasabah yang ada akan lebih loyal serta menarik perhatian nasabah lainnya untuk menabung. Alasan Mahasiswa memilih BSI dikarenakan mempermudah nasabah untuk melanjutkan tabungannya setelah merger tanpa harus membuka buku tabungan yang baru serta ATM BSI sangat mudah dijangkau oleh nasabah terutama mahasiswa. Selain itu jika nasabah ingin menyetor uang tunai, nasabah tidak perlu menulis manual seperti biasanya dikarenakan bisa langsung di isi di web BSI sehingga memudahkan nasabah dalam hal tersebut.

Berdasarkan fakta penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman**

Produk Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, yang menjadi rumusan masalah penelitian ini yaitu :

1. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry di bank BSI?
2. Apakah pengaruh pemahaman produk terhadap minat menabung di bank BSI?
3. Apakah pengaruh kualitas pelayanan dan pemahaman produk secara simultan terhadap minat menabung di bank BSI?

1.3 Tujuan Penelitian

Yang menjadi tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry di bank BSI
2. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman produk terhadap minat menabung di bank BSI

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan pemahaman produk terhadap minat menabung di bank BSI

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dilakukan penelitian ini sebagai berikut :

1.4.1 Akademisi (Teoritis)

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi terkait pokok masalah yang disajikan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, khususnya civitas akademisi di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

1.4.2 Praktisi (Operasional)

Dapat memberikan input yang bermanfaat bagi Bank Syariah Indonesia dalam peningkatan pelayanan dengan memperhatikan kepuasan nasabah dan sebagai masukan dalam menentukan strategi yang mendukung bank ke arah kemajuan.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran utuh, jelas serta kemudahan memahami uraian pembahasan yang disajikan, maka peneliti menyusun dalam suatu sistematika penelitian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang Bank Syariah Indonesia, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan. Bab ini mempunyai fungsi memberikan arah yang jelas pada penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Membahas tentang landasan teori yang berisikan sub-sub bab yang membahas tentang teori minat menabung, teori kualitas pelayanan, teori pemahaman pengetahuan produk, penelitian terdahulu, kerangka berfikir serta pengembangan hipotesis. Bab ini berfungsi sebagai penjelas teori-teori yang akan diuji.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Membahas tentang rancangan penelitian, variable penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, dan teknik sampling, jenis dan sumber data, instrument pengumpulan data, serta metode pengolahan data dan analisis data. Bab ini berfungsi sebagai penjelas tentang prosedur penelitian, mulai dari pengumpulan data sampai analisis data.

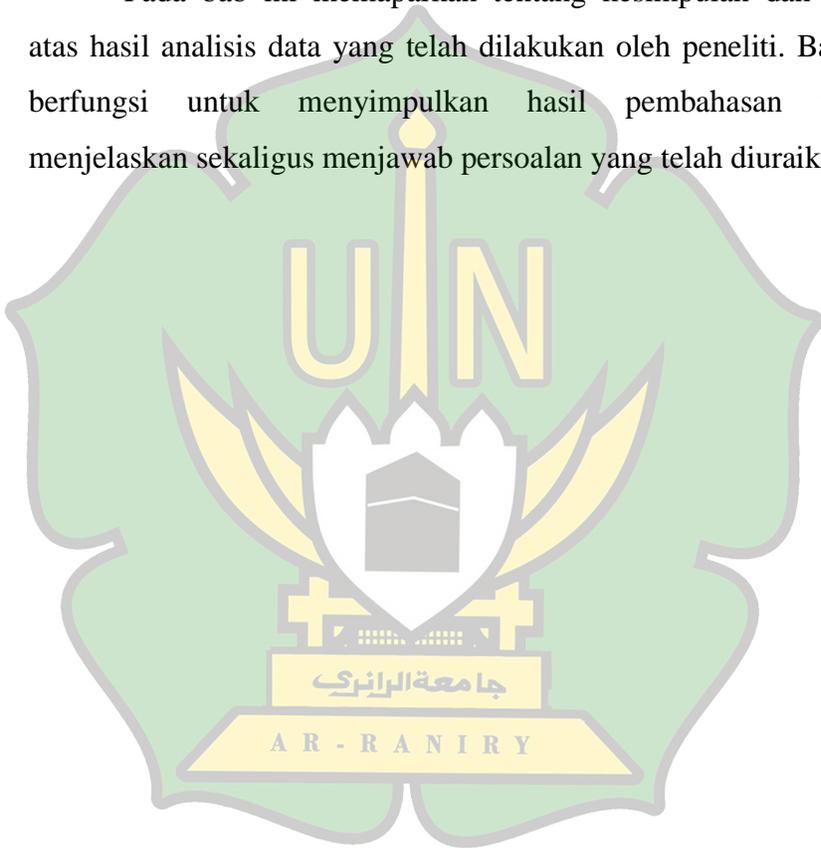
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil pengujian instrumen, hasil pengujian deskripsi, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan.

Bab ini berfungsi sebagai penguji teori dengan data yang diambil sekaligus pembuktian atas teori-teori yang telah dipaparkan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini memaparkan tentang kesimpulan dan saran atas hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti. Bab ini berfungsi untuk menyimpulkan hasil pembahasan untuk menjelaskan sekaligus menjawab persoalan yang telah diuraikan.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Minat Menabung

2.1.1 Pengertian Minat Menabung

Menurut Raymond (2020: 158) minat didefinisikan sebagai “suatu keinginan yang muncul dari dalam diri seorang atau yang diberikan dari seseorang pencetus dalam keputusan pembelian, di mana orang tersebut yang pertama kali mengusulkan gagasan kepada orang lain untuk membeli suatu produk atau jasa”. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah, keinginan (Khotimah dkk, 2011). Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah ketertarikan pada sesuatu subjek yang akan dilakukan untuk menambah wawasan, pengalaman, keuntungan maupun kepuasan hati dalam hidup seseorang.

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Secara luas menabung dapat diartikan sebagai suatu kegiatan meyisihkan dari pendapatannya untuk dikumpulkan sebagai cadangan di hari depan.

Minat menabung adalah suatu rasa atau proses ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk perbankan, dan ingin mencoba, menggunakan dan memiliki produk tersebut dalam hal ini tabungan. Menurut Gordman (2006 :4) "pelanggan adalah sumber kehidupan dari suatu perusahaan dan setiap perusahaan memiliki tiger jenis pelanggan, yaitu: pelanggan inti, pelanggan oportunistis, dan pelanggan *must-have*".

2.1.2 Macam-Macam Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat bergantung pada sudut pandang dan cara penggolongan seperti:

- 1) Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak atau nyaman, kebebasan beraktivitas. Minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung hubungan dengan diri kita.
- 2) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau asli misalnya bagaimana mencetak gol sebanyak mungkin, bagaimana mengalahkan lawan dan sebagainya. Minat ekstrinsik

adalah minat berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut apabila tujuan sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.

- 3) Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu (Astuti dan Mustikawati, 2013):
- a) *Expressed Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas yang disenangi dan paling tidak disenangi.
 - b) *Manifest interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobinya.
 - c) *Terted interest* adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu obyek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.
 - d) *Inventoried interest* adalah minat yang diungkapkan dengan melakukan alat-alat yang sudah distandarisasikan, dimana biasanya berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditunjukkan kepada subyek apakah ia senang atau tidak senang terhadap sejumlah aktivitas atau obyek yang ditanyakan.

2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah

Faktor yang mempengaruhi minat menurut (Kotler, 2009 :166):

a) Faktor budaya

Budaya (*culture*) merupakan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Kelas budaya, sub budaya dan sosial sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

b) Faktor sosial

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, dan peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian.

c) Faktor pribadi

Keputusan pembeli dipengaruhi dengan suatu karakteristik pribadi. Faktor pribadi ini terdiri dari usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan nilai.

d) Faktor psikologis

Pilihan pembeli seseorang yang juga dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang utama, yaitu motivasi, persepsi, belajar, serta kepercayaan dan sikap.

2.1.4 Aspek-Aspek Minat Menabung

a) Sikap umum terhadap aktivitas (*General attitude toward the activity*)

- b) Pilihan spesifik untuk menyukai aktivitas (*Specific preference for or liking the activity*)
- c) Merasa senang dengan aktivitas (*Enjoyment of the activity*)
- d) Aktivitas tersebut mempunyai arti penting bagi individu (*Personal importance or significance of the activity to the individual*)

2.1.5 Indikator Minat

Menurut Lucas dan Britt (2003) dalam (Ginting dkk, 2015) bahwa indikator-indikator minat yaitu:

- 1) Perhatian (*Attention*) merupakan perhatian dari konsumen terhadap suatu produk pada barang atau jasa.
- 2) Ketertarikan (*Interest*) merupakan proses setelah terjadi perhatian dan timbul rasa tertarik pada konsumen tersebut terhadap suatu produk barang maupun jasa.
- 3) Keinginan (*Desire*) merupakan proses dimana perasaan untuk menginginkan atau memiliki suatu produk tersebut.
- 4) Keyakinan (*Confidence*) merupakan proses sikap yang timbul rasa yakin atas suatu produk tersebut.
- 5) Keputusan (*Decision*) merupakan proses akhir untuk mengambil tindakan dalam memperoleh produk yang ingin digunakan.

2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pendendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tingkat kualitas pelayanan jasa tidak dapat diukur berdasarkan sudut pandang penilaian pelanggan. Lewis dan Boomas dalam Gasperzs dikutip oleh Dyah Kusumawati dan Abdul Syakur menyatakan bahwa kualitas dinyatakan sebagai pengukuran tingkat jasa yang diberikan atau disalurkan sesuai dengan harapan konsumen (Kusumawati dan Syakur, 2016 :148).

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolok ukur untuk menilai suatu kualitas pelayanan terhadap konsumen adalah standarisasi syariah. Kualitas Pelayanan dalam sebuah bisnis islami dilandasi beberapa sifat rasulullah yang meliputi Shidiq, Amanah dan fathanah, Tabligh. Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personal yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Dalam berdagang dikenal istilah menjual dengan amanah, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya sehingga Salah satu karakter pedagang yang terpenting dan diridhoi Allah adalah kebenaran.

Kualitas pelayanan yang maksimal dari perusahaan akan menciptakan nilai yang dirasa baik oleh konsumen. Perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan fasilitas dan teknologi yang

tersedia, melainkan bagaimana menciptakan kualitas pelayanan yang optimal (Samarwan, 2011 :234). Kualitas pelayanan sebagai kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Kualitas pelayanan dirasakan oleh nasabah merupakan penilaian global, berhubungan dengan suatu transaksi spesifik, lebih abstrak dan eksklusif karena didasarkan pada persepsi-persepsi kualitas yang berhubungan dengan kepuasan serta komparasi harapan-harapan dengan persepsi-persepsi kinerja produk jasa bank, fleksibilitas respons perubahan permintaan pasar. Kualitas pelayanan merupakan ciri dari sifat pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan tersirat dalam diri pelanggan (Hasan, 2010 :91).

Sejumlah atribut kualitas pelayanan yang memuaskan pengguna industri jasa adalah sebagai berikut:

- 1) Ketepatan waktu pelayanan yaitu kemampuan karyawan untuk menyelesaikan pelayanan dengan waktu proses yang lebih cepat sehingga meminimalkan waktu tunggu bagi nasabah.
- 2) Akurasi pelayanan, yaitu pelayanan yang berkaitan dengan reliabilitas pelayanan, tanggung jawab dan bebas dari kesalahan-kesalahan.
- 3) Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, terutama bagi karyawan yang berada di garis

depan yang secara langsung berinteraksi dan melayani nasabah.

- 4) Kemudahan mendapatkan pelayanan, seperti outlet, cukupnya jumlah yang melayani, administrasi, fasilitas pendukung, seperti komputer untuk memproses data, dan lain-lain (Hasan, 2010).

2.2.2 Klasifikasi Pelayanan

Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu (Arif, 2010 :213):

- 1) *Care service*, adalah pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan yang merupakan produk utamanya. Misalnya perbankan produk utamanya adalah sebagai sarana penyimpanan dana masyarakat
- 2) *Facilitating service*, adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan. Pelayanan tambahannya adalah adanya bagi hasil yang diberikan kepada nasabah penabung.
- 3) *Supporting service*, merupakan pelayanan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak “pesaingnya”. Misalkan fasilitas mobile banking dan internet banking.

2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Beberapa indikator kualitas pelayanan antara lain (Suprpto, 2006):

- 1) *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan tepat dan terpercaya. Seperti kecepatan pelayanan, pelayanan yang ramah serta selalu siap menolong.
- 2) *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kemampuan membantu pelanggan dan memberikan ketanggapan. Seperti: kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dan menghadapi masalah timbul, kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah keluhan yang disampaikan pelanggan.
- 3) *Assurance* (keyakinan) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, seperti: pengetahuan dan kecakapan staf baik karyawan maupun operasional, melakukan komunikasi yang efektif dengan nasabah .
- 4) *Emphaty* (empati) yaitu kemampuan untuk peduli dan memberi perhatian pribadi pada nasabah, seperti; memberikan perhatian secara individu kepada nasabah, bertanggung jawab terhadap nasabah dan keyamanan nasabah.
- 5) *Tangible* (berwujud/bukti fisik) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal dan media komunikasi. Seperti; kebersihan dan kerapian kantor maupun staf, penataan interior maupun exterior kantor.

Bank yang berorientasi pada pelayanan akan membawanya sukses besar, bank yang peka akan melihat sikap emosional nasabah sebagai suatu indikator yang harus ditangani dengan sebaik-baiknya untuk kemudian ditawarkan kepada nasabah. Pelayanan dapat menciptakan kepuasan nasabah, mengidentifikasi keinginan nasabah, mengembangkan produk yang mampu memuaskan keinginan nasabah (Hasan, 2010 :94).

2.3 Pemahaman Produk

2.3.1 Pengertian Pemahaman Produk

Benjamin S. Bloom dalam Anas Sudijono (2009 :50) mengatakan bahwa pemahaman (*Comprehension*) merupakan kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami segala sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengerti tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai arah. Pengertian produk (*product*) menurut Kotler & Armstrong (2008), adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Pemahaman produk adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi berupa barang atau jasa setelah barang atau jasa tersebut itu diketahui dan diingat dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan penggunanya.

2.3.2 Produk Tabungan Bank Syariah

Tabungan merupakan salah satu bentuk produk penghimpun dana dalam bentuk simpanan yang dapat diambil kapan saja jika nasabah membutuhkannya, inilah yang menyebabkan tabungan biasa disebut dengan bentuk simpanan yang bersifat likuid. Tabungan di bank syariah menggunakan akad *wadi'ah* dan *mudharabah*. Walaupun bagi hasil yang diberikan kepada nasabah pengguna produk tabungan kecil, namun peminat produk tabungan lebih besar dibandingkan produk penghimpun dana yang lainnya (Arif, 2012:135).

Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000, tabungan terdiri atas 2 jenis, yaitu (Arif, 2012 :134):

1. Tabungan yang tidak dibenarkan secara prinsip syariah berupa tabungan berdasarkan perhitungan bunga.
2. Tabungan yang dibenarkan secara prinsip syariah, yaitu tabungan berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*.

Akad menurut mayoritas fuqaha merupakan suatu perbuatan untuk membuat apa yang diinginkan dua belah pihak dengan melakukan *ijab qabul* (Mughniyah, 2009:34). Akad pada bank syariah adalah kesepakatan tertulis antara bank syariah dan nasabah yang membuat adanya kewajiban maupun hak untuk masing-masing pihak sesuai dengan prinsip syariah. Adapun akad yang diterapkan pada produk tabungan syariah yaitu akad *wadi'ah* dan *mudharabah*

1. *Wadi'ah*

Titipan atau simpanan dalam tradisi fiqh Islam dikenal dengan sebutan *al-wadi'ah*. *Al-wadi'ah* merupakan titipan yang murni dari satu pihak ke pihak yang lainnya baik itu individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapanpun si penitip ingin mengambilnya (Sjahdeini, 2007:55). *Wadi'ah* adalah titipan nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat jika nasabah menghendakinya. *Wadi'ah* sendiri terdiri atas dua macam yaitu:

- a. *Wadi'ah Yad Amanah* dimana bank tidak boleh memanfaatkan harta titipan nasabah, namun pihak bank boleh mengenakan biaya administrasi kepada nasabah sebagai kontraprestasi atas penjagaan barang atau harta yang nasabah titipkan.
- b. *Wadi'ah Yad Dhamanah* dimana bank syariah dapat menggunakan dana titipan nasabah, namun bank syariah tetap memiliki tanggung jawab atas dana nasabah yang mereka gunakan.

Akad *wadi'ah* yang diimplementasikan dalam bank syariah yaitu *wadi'ah yad dhamanah*. Adapun rukun akad *wadi'ah* menurut jumhur ulama ada empat macam diantaranya yaitu dua orang yang melakukan akad (pihak yang menitip dan yang dititipi), sesuatu atau barang yang ingin dititipkan, kemudian adanya *sighah* (*Ijab dan Qabul*) (Az-Zuhaili, 2011).

2. *Mudharabah*

Mudharabah merupakan akad kerjasama usaha antara dua belah pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyiapkan modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola modal (*mudharib*). Keuntungan usaha nantinya akan dituangkan dalam kontrak, dan apabila terjadi kerugian si pemilik modal yang akan menanggungnya apabila kerugian itu bukan diakibatkan oleh si pengelola modal. Apabila kerugian diakibatkan oleh si pengelola maka si pengelola modal yang harus bertanggung jawab atas kerugian yang ia sebabkan (Antonio, 2001 :95).

Akad *mudhrabah* terdiri atas dua macam yaitu:

- a. *Mudharabah Mutlaqah* dimana dalam hal ini *shahibul mal* tidak memberikan batasan kepada *mudharib* untuk mengelola dana yang ia miliki.
- b. *Mudharabah Muqayyadah* merupakan akad dimana *shahibul mal* memberikan batasan kepada *mudharib* untuk mengelola dananya.

Adapun syarat akad *mudharabah* yaitu (Mas'adi, 2002 :197):

- a. Masing-masing pihak memenuhi syarat kecakapan *wakalah*.
- b. Modal yang diberikan jumlahnya harus jelas dan harus tunai diberikan kepada pihak pengelola dana.

- c. Presentase keuntungan dan periode pembagian keuntungan harus dinyatakan jelas berdasarkan kesepakatan antara pemilik dan pengelola dana.
- d. Pengelola modal memiliki hak penuh atas pengelolaan modal tanpa adanya campur tangan dari pengelola modal.
- e. Kerugian ditanggung sepenuhnya oleh pemilik modal, pengelola modal hanya menanggung kerugian pekerjaan saja.

Rukun akad *mudharabah* terpenuhi jika memenuhi rukun-rukunnya, yaitu (Antonio, 2001):

- a. *Shahibul mal* merupakan pihak yang bertindak sebagai pemilik dana yang menaruhnya di bank, adapun *shahibul mal* yang dimaksud disini yaitu nasabah bank syariah.
- b. *Mudharib* yaitu pihak yang mengelola dana *shahibul mal* untuk dimanfaatkan, *mudharib* yang dimaksud disini yaitu bank syariah.
- c. Adanya usaha/pekerjaan yang hasilnya akan dibagihasilkan.
- d. Kejelasan bagi hasil yang ditetapkan di awal perjanjian.
- e. Adanya *ijab kabul* antara pihak *shahibul mal* dan *mudharib*.

2.3.3 Indikator Pemahaman Produk

Menurut Benyamin. S Bloom dalam Muthya (2017) menyatakan bahwa indikator yang dapat dikembangkan dalam tingkatan proses kognitif pemahaman yaitu:

- a. *Interpreting* (interpretasi) merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk dapat menerima pengetahuan/informasi dari objek tertentu serta mampu menjelaskannya kedalam bentuk lain.
- b. *Exemplifying* (Mencontohkan) merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk memberikan contoh suatu konsep yang sudah dipelajari dalam proses pembelajaran.
- c. *Classifying* (Mengklasifikasikan) merupakan suatu kemampuan yang ada pada seseorang untuk mengelompokkan sesuatu yang berawal dari kegiatan seseorang yang dikenal pada suatu objek tertentu, kemudian seseorang tersebut mampu menjelaskan ciri-ciri dari konsep tersebut, dan mengelompokkan sesuatu berdasarkan ciri-ciri yang sudah ditemukan oleh seseorang tersebut.
- d. *Comparing* (Membandingkan) merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk mendeteksi persamaan dan perbedaan antara dua objek atau lebih.

e. *Explaining* (Menjelaskan) adalah menjelaskan pengembangan sebuah objek model pembelajaran. Produk menurut (Kotler dan Amstrong, 2008) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk dalam Islam memiliki pengertian hampir sama yang membedakan ialah produk hanya sebagai pemenuh kebutuhan bukan pemuas keinginan.

Pemahaman bertujuan untuk melihat kemampuan seseorang dalam menjawab pertanyaan yang disampaikan. Selain itu juga memberikan makna dari suatu objek tertentu. Dalam proses pengolahan informasi, di butuhkan objek agar nantinya seseorang mampu memberikan makna dari obyek tersebut. Dari makna itu sendiri maka akan menghasilkan ingatan-ingatan yang nantinya berpengaruh pada waktu jangka panjang (Sudjana, 2008 :2).

2.4 Penelitian Terkait

Berdasarkan hasil penelusuran penulis ada beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian penulis diantaranya:

Ariani (2022) meneliti tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung) Penelitian ini menggunakan

pendekatan Kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar pada responden mahasiswa FEBI. Data dianalisis menggunakan SPSS 16.0 dengan melakukan beberapa tahap uji analisis data, uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, uji hipotesis (uji t dan F) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung di BSI (2) variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung di BSI (3) variabel reputasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung di BSI (4) variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung di BSI (5) variabel pengetahuan, promosi, reputasi, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung di BSI.

Penelitian selanjutnya diteliti oleh Pratiwi (2021) meneliti tentang Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Mandiri Palopo. Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Mandiri Palopo. Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer, sampel yang

digunakan adalah *accidental sampling*, teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Palopo. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji Parsial (Uji t), dapat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel Fasilitas (X1) dan Pelayanan (X2) terhadap variabel Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Mandiri Palopo, dengan hasil penelitian yaitu variabel Fasilitas (X1) adalah 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau $0,000 < 0,05$ dan jika dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 6.756 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,985 atau $6.756 > 1,985$. maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah Mandiri Palopo. Sedangkan variabel Pelayanan (X2) sebesar 0.002 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau $0,002 < 0,05$ dan jika dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2.508 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,985 atau $2.508 > 1,985$. maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Mandiri Palopo. Hasil penelitian berdasarkan (uji F) membuktikan bahwa perolehan nilai F_{hitung} sebesar 81.484 yang lebih besar dari F_{tabel} yaitu 3,09. Maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan pelayanan berpengaruh secara bersama-sama.

Selanjutnya diteliti oleh Kartika (2021) tentang Pengaruh Pemahaman Tentang Bagi Hasil Dan Bunga Bank Terhadap Minat

Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan model regresi linear berganda, serta teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 92 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman tentang bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah pada bank syariah. Sedangkan, variabel pemahaman tentang bunga bank berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah pada bank syariah. Secara bersama-sama variabel pemahaman tentang bagi hasil dan bunga bank berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah pada bank syariah. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa angka R square sebesar 58,7% variabel minat menjadi nasabah dapat dipengaruhi oleh variabel pemahaman tentang bagi hasil dan bunga bank sedangkan sisanya sebesar 41,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Jurnal yang diteliti oleh Haida (2020) dengan judul Pengaruh Pemahaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Dumai. Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*Field Research*), dengan menggunakan Metode pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Populasi dalam penelitian ini adalah 1.000 orang. Penentuan sampel dilakukan dengan *non probability sampling* dengan teknik *sample sampling incidental*, yaitu sampel diambil berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Metode analisis data dengan menggunakan bantuan software SPSS 21 for windows. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pemahaman produk (X1) berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung (Y). Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung (Y). Dan ada pengaruh pemahaman produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syari'ah Indonesia Kota Dumai.

Selanjutnya yang diteliti oleh Ambarwati (2020) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemahaman Pengetahuan Produk Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Mini IAIN Ponorogo. Dalam skripsi ini penulis menjelaskan bahwa jenis penelitian yang digunakan penulis merupakan survey yang menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah metode kuesioner. Analisis yang digunakan menggunakan analisis regresi sederhana dengan uji t dan analisis regresi berganda dengan uji F dengan menggunakan SPSS 16, lalu menarik kesimpulan berdasarkan hasil olah data tersebut. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa (1) kualitas pelayanan X1 secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mini IAIN Ponorogo dengan nilai probability terhitung sebesar $0,000 < 0,05$ (2) pemahaman pengetahuan produk X2 secara parsial juga berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Mini IAIN Ponorogo dengan nilai probabilitay $0,000 < 0,05$ (3) kualitas pelayanan (x1) dan pemahaman pengetahuan produk (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh simultan signifikan terhadap minat menabung di bank Mini IAIN Ponorogo dilihat dari nilai probabilitas F (F-hitung) dalam regresi berganda sebesar $0,000 < 0,05$ menjelaskan bahwa hipotesis Ha3 diterima dan H03 ditolak.

Kemudian penelitian oleh Yuliana (2020). Meneliti tentang Pengaruh Produk dan Akad Terhadap Pemahaman Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palopo Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan populasi mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2016 dan sampel sebanyak 69 mahasiswa. Dalam tehnik pengambilan sampel, digunakan tehnik probability sampling yaitu cluster atau area sampling, tehnik ini digunakan mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2016 terdiri atas 6 kelas yaitu kelas A, B, C, D, E dan F. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner yang diisi oleh responden, kemudian data dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel pemahaman produk (X1) didapatkan nilai thitung $>$ ttabel ($2,417 > 1,996$) atau

nilai signifikan $0,018 < 0,05$ dan pada variabel pemahaman akad (X2) nilai thitung $>$ ttabel ($4,365 > 1,996$) atau nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini memiliki arti bahwa variabel pemahaman produk dan pemahaman akad tabungan mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2016 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Selanjutnya penelitian oleh Anggreini (2019) meneliti oleh Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unismuh Angkatan 2016) Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang didukung uji validasi dan uji realibilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 21 Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi mahasiswa tentang Bank Syariah terhadap minat menabung di Perbankan Syariah dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah. Hal tersebut terbukti dari hasil penelitian yang telah dilakukan, yang mana hasil dari uji validitas, uji reliabilitas, dan uji statistik deskriptif diketahui bahwa variabel bebas (Persepsi Mahasiswa tentang Bank Syariah) mempengaruhi variabel terikat (Minat Menabung di Perbankan Syariah). Dimana persepsi mahasiswa berpengaruh positif terhadap minat menabung di perbankan syariah.

Selanjutnya penelitian oleh Aini (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di BRI Syariah KCP Ponorogo. Dalam skripsi ini penulis menjelaskan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah menyimpulkan nilai X_1 dengan Y adalah sebesar 0,858. Nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat antara X_1 dan Y , maksudnya kuat, koefisien regresi variabel kualitas pelayanan diketahui juga *Unstandardized coefficients* yang nilai positif 0,247 dan nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,00 atau lebih kecil dari 0,05. Tidak terdapat pengaruh antara keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Ponorogo, hal ini dapat diketahui dari nilai X_2 dengan Y adalah sebesar 0,773. nilai menunjukkan hubungan yang lemah positif dilihat dari probability terhitung variabel keunggulan produk $0,06 > 0,05$ menunjukkan hipotesis alternatif (H_{a2}) yang diajukan ditolak dan menerima H_0 . ada pengaruh kualitas pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo. hal ini dibuktikan dari analisis bahwa dengan taraf kesalahan dengan R Square adalah 0,571 atau 57,1%. Hal ini berarti sebesar 57,1% dependen (Aini, 2018). Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan adalah sisi variabel yang digunakan. Peneliti yang dipakai peneliti pengaruh kualitas pelayanan dan pemahaman pengetahuan produk terhadap minat menabung. Persamaannya sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan.

Kemudian penelitian yang diteliti oleh Romdhoni, A., & sari, D. (2018). Tentang Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Dalam penelitian ini untuk variabel bebas adalah pengetahuan, kualitas layanan, produk, dan religiusitas, sedangkan untuk variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat nasabah menggunakan produk simpanan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang dengan pengambilan sampel menggunakan metode random sampling. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan data primer menggunakan kuesioner yang harus dijawab oleh responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan berdasarkan uji t variabel pengetahuan dan religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk tabungan. Sedangkan variabel kualitas pelayanan dan produk tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dengan menggunakan produk simpanan. Berdasarkan uji F diketahui bahwa pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk tabungan di BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura Sukoharjo.

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Penelitian dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1	Fitria Ariani (2022) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung)	Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar pada responden mahasiswa FEBI. Data dianalisis menggunakan SPSS 16.0 dengan melakukan beberapa tahap uji analisis data, uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, uji hipotesis (uji t dan F) dan koefisien determinasi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung di BSI (2) variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung di BSI (3) variabel reputasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung di BSI (4) variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung di BSI (5) variabel pengetahuan, promosi, reputasi, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap minat menabung mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung di BSI.	Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu keduanya mengkaji tentang minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia sedangkan perbedaannya yaitu terdapat pada waktu dan tempat penelitian yang berbeda.

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Penelitian dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
2	Hesti Kandi Pratiwi (2021), Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Mandiri Palopo	Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer, sampel yang digunakan adalah <i>accidental sampling</i> , teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Dengan populasi sebanyak 5.332 dan responden sebanyak 99 orang. Respondennya adalah masyarakat.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji Parsial (Uji t), dapat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel Fasilitas (X1) dan Pelayanan (X2) terhadap variabel Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Mandiri Palopo, dengan hasil penelitian fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah Mandiri Palopo dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Mandiri Palopo. Hasil penelitian berdasarkan (uji F) membuktikan bahwa fasilitas dan pelayanan berpengaruh secara bersama-sama.	Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu keduanya mengkaji tentang pelayanan dan minat menabung, sedangkan perbedaannya yaitu peneliti tidak mengkaji tentang fasilitas dan yang menjadi respondennya mahasiswa sedangkan penelitian sebelumnya yang menjadi respondennya yaitu masyarakat

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Penelitian dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
3	Intan Sri Kartika (2021) Pengaruh Pemahaman Tentang Bagi Hasil Dan Bunga Bank Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)	Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan model regresi linear berganda, serta teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 92 responden.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman tentang tentang bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah pada bank syariah. Sedangkan, variabel pemahaman tentang bunga bank berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah pada bank syariah. Secara bersama-sama variabel pemahaman tentang bagi hasil dan bunga bank berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah pada bank syariah. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa angka R square sebesar 58,7% variabel minat menjadi nasabah dapat dipengaruhi oleh variabel pemahaman tentang bagi hasil dan bunga bank sedangkan sisanya sebesar 41,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.	Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu keduanya menggunakan sampel mahasiswa perbankan syariah sedangkan perbedaannya yaitu peneliti Mengkaji tentang pemahaman produk sedangkan peneliti sebelumnya mengkaji tentang pemahaman bagi hasil dan bunga.

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Penelitian dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
4	Syamratul Haida (2020), Pengaruh Pemahaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Dumai	Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (Field Research), dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah 1.000 orang dan responden sebanyak 91 orang. Respondennya adalah masyarakat.	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa a pemahaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung. Dan ada pengaruh pemahaman produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syari'ah Indonesia Kota Dumai.	Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu keduanya mengkaji tentang pemahaman produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung, sedangkan perbedaannya peneliti mengambil lokasi yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.
5	Ida Ambarwati (2020), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemahaman Pengetahuan Produk Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank	Jenis penelitian yang digunakan penulis merupakan survey yang menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah metode kuesioner. Analisis yang digunakan menggunakan analisis regresi sederhana dengan uji t dan analisis regresi berganda dengan uji F.	Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, pemahaman pengetahuan produk secara parsial juga berpengaruh terhadap minat menabung, kualitas pelayanan dan pemahaman pengetahuan produk secara simultan (bersama-sama) berpengaruh simultan signifikan terhadap	Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu keduanya mengkaji tentang kualitas pelayanan dan pemahaman produk mahasiswa terhadap minat menabung, sedangkan Perbedaannya yaitu terdapat pada waktu dan tempat penelitian

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Penelitian dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
	Mini IAIN Ponorogo	dengan menggunakan SPSS 16, populasi sebanyak 247 dan responden sebanyak 71. Respondennya adalah mahasiswa	minat menabung. Dilihat dari nilai probabilitas F (F-hitung) dalam regresi berganda menjelaskan bahwa hipotesis Ha3 diterima dan H ₀ 3 ditolak	yang berbeda.
6	Yuliana (2020). Pengaruh Produk dan Akad Terhadap Pemahaman Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palopo Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan populasi mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2016 dan sampel sebanyak 69 mahasiswa. Dalam tehnik pengambilan sampel, digunakan tehnik probability sampling yaitu cluster atau area sampling, tehnik ini digunakan mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2016 terdiri atas 6 kelas yaitu kelas A, B, C, D, E dan F. Data dikumpulkan dengan menggunakan	Hasil penelitian menunjukan bahwa pada variabel pemahaman produk (X1) didapatkan nilai thitung > ttabel (2,417 > 1,996) atau nilai signifikan 0,018 < 0,05 dan pada variabel pemahaman akad (X2) nilai thitung > ttabel (4,365 > 1,996) atau nilai signifikan 0,000 < 0,05. Hal ini memiliki arti bahwa variabel pemahaman produk dan pemahaman akad tabungan mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2016 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.	Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu keduanya mengkaji tentang pemahaman mahasiswa perbankan terhadap minat menabung di bank syariah sedangkan perbedaannya yaitu terdapat pada waktu dan tempat penelitian yang berbeda.

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Penelitian dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
		kuisisioner yang diisi oleh responden, kemudian data dianalisis menggunakan analisis regresi berganda		
7	Gina Anggreini (2019) Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unismuh Angkatan 2016)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang didukung uji validasi dan uji realibilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 21	Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi mahasiswa tentang Bank Syariah terhadap minat menabung di Perbankan Syariah dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel persepsi mahasiswa tentang bank menabung di Perbankan Syariah dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah. Hal tersebut terbukti dari hasil penelitian yang telah dilakukan, yang mana hasil dari uji validitas, uji reliabilitas, dan uji statistik deskriptif diketahui bahwa variabel bebas (Persepsi	Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu keduanya mengkaji tentang Minat menabung mahasiswa perbankan syariah sedangkan perbedaannya yaitu peneliti tidak membahas persepsi.

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Penelitian dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
			<p>Mahasiswa tentang Bank Syariah) mempengaruhi variabel terikat (Minat Menabung di Perbankan Syariah). Dimana persepsi mahasiswa berpengaruh positif terhadap minat menabung di perbankan syariah. Adapun saran dari penulis untuk dijadikan bahan masukan yang berguna dan bermanfaat bagi perbankan syariah yaitu, perbankan syariah hendaknya lebih banyak mensosialisasikan pentingnya meningkatkan pengetahuan nasabah tentang bank syariah dengan cara memberikan lebih banyak informasi tentang perbankan syariah.</p>	
8	Miming Nur Okta Nur Aini (2018), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan keunggulan Produk	Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan menggunakan metode kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan	Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh kesimpulan bahwa kualitas pelayanan ditemukan positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan hubungan yang kuat dan tidak	Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu keduanya mengkaji tentang kualitas pelayanan, sedangkan.

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Penelitian dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
	Terhadap Kepuasan Nasabah Di BRI Syariah KCP Ponorogo	kuesioner dan dokumentasi, populasi nasabah sebanyak 8119 dan responden sebanyak 100 nasabah, menggunakan data primer. Respondennya adalah masyarakat	terdapat pengaruh antara keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah. Adapun teknik pengumpulandata yang dilakukan adalah menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah program SPSS versi 16.0	perbedaannya Yaitu disini peneliti menggunakan sampel mahasiswa perbankan syariah dimana seperti yang kita ketahui bahwa pasti mahasiswa perbankan syariah lebih tahu dan faham akan produk, prinsip serta akad dari perbankan syariah khususnya produk dan akad tabungan
9	Romdhoni, A., & sari, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada	Dalam penelitian ini untuk variabel bebas adalah pengetahuan, kualitas layanan, produk, dan religiusitas, sedangkan untuk variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat nasabah menggunakan produk simpanan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan berdasarkan uji t variabel pengetahuan dan religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk tabungan. Sedangkan variabel kualitas pelayanan dan produk tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dengan menggunakan produk simpanan. Berdasarkan uji F diketahui bahwa	Adapun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu keduanya mengkaji tentang kualitas pelayanan sedangkan perbedaannya yaitu peneliti tidak membahas tentang religiusitas.

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Penelitian dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
	Lembaga Keuangan Mikro Syariah.	100 orang dengan pengambilan sampel menggunakan metode random sampling. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan data primer menggunakan kuesioner yang harus dijawab oleh responden. Analisis data dalam penelitian ini Menggunakan Regresi Linier Berganda.	pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk tabungan di BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura Sukoharjo.	

Sumber: Data Diolah (2022)

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berdasarkan landasan teori yang dikemukakan di atas, maka dihasilkan kerangka berfikir yang berupa kerangka asosiatif:

Variabel X1 : Kualitas Pelayanan

Variabel X2: Pemahaman Produk

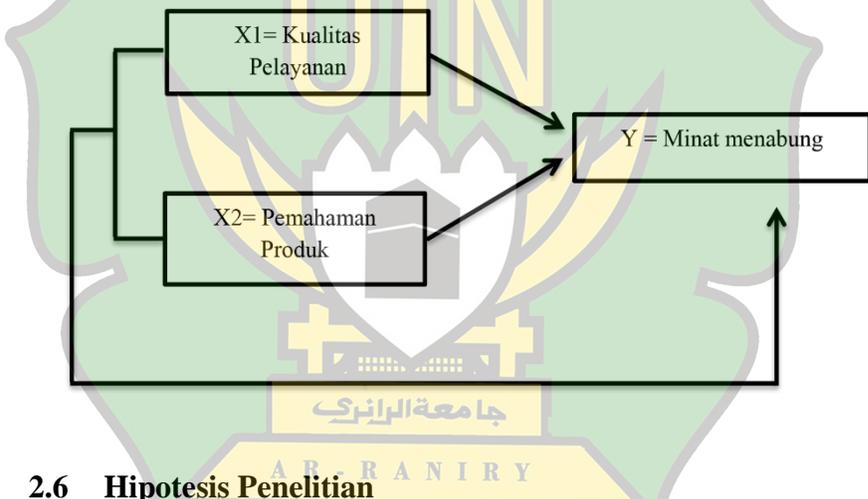
Variabel Y : Minat Menabung

Berdasarkan landasan teori di atas, dapat diajukan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut:

- a. Jika kualitas pelayanan baik maka minat menabung mahasiswa tinggi, atau sebaliknya.
- b. Jika pemahaman produk baik maka minat menabung mahasiswa tinggi, atau sebaliknya.

Jika digambarkan adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran

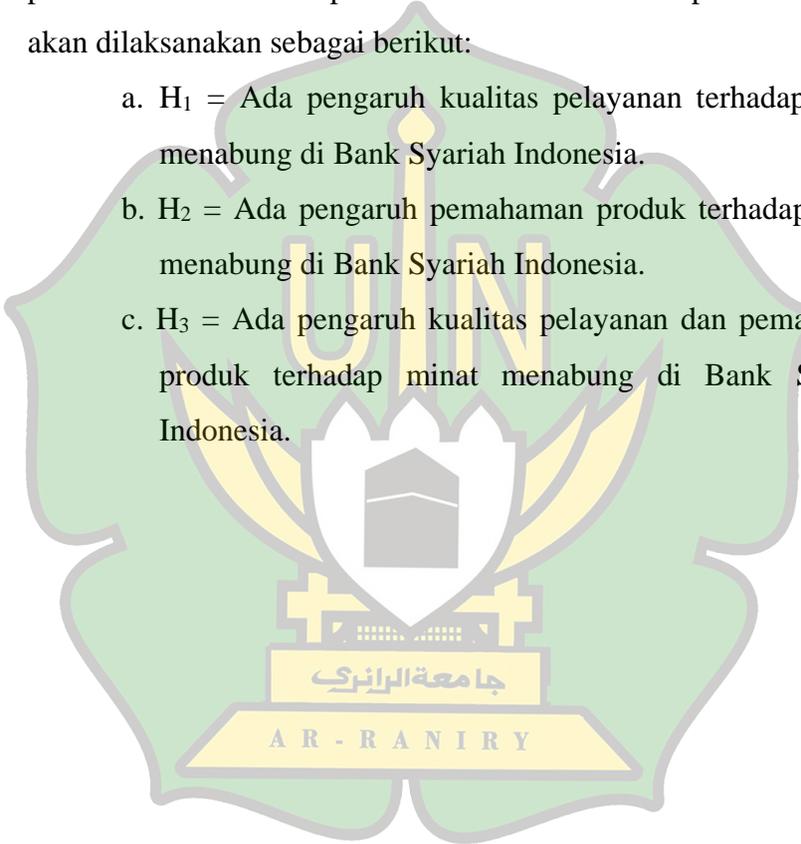


2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari kata “hypo” yang artinya “di bawah” dan “thesa” yang artinya kebenaran. Jadi hipotesis secara etimologis artinya kebenaran yang masih diragukan. Atau semacam dugaan sementara yang mengandung pernyataan-pernyataan ilmiah, tetapi masih memerlukan pengujian. Oleh karena itu, hipotesis dibuat berdasarkan hasil penelitian masa lalu atau berdasarkan

data-data yang telah ada sebelum penelitian dilakukan secara lebih lanjut yang tujuannya untuk menguji kembali hipotesis tersebut (Abdullah dan Saebani, 2014). Dari kajian pustaka yang telah peneliti lakukan, baik kajian teoritis maupun penelitian terdahulu, peneliti menarik kesimpulan sementara dari hasil penelitian yang akan dilaksanakan sebagai berikut:

- a. H_1 = Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia.
- b. H_2 = Ada pengaruh pemahaman produk terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia.
- c. H_3 = Ada pengaruh kualitas pelayanan dan pemahaman produk terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian bersifat objektif mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik (Hermawan dan Leila, 2017: 6). Metode penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015: 8).

Adapun Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Asosiatif yang penulis maksud yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan pemahaman produk terhadap minat menabung pada BSI.

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian survey yang menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Tujuan dan arah penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif untuk membuat

pecandraan secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

3.2 Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja), yaitu berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dikarenakan responden yang menjadi sasaran penelitian adalah mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Ar-Raniry itu sendiri. Yang beralamatkan di Jl. Syekh Abdul Rauf, Kelurahan: Kopelma Darussalam, Kecamatan: Syiah Kuala, Kota: Kota Banda Aceh, Provinsi : Aceh.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009 :80). Berdasarkan wawancara dengan prodi FEBI UIN Ar-Raniry, jumlah nasabah sebanyak 1,164.

Tabel 3.1
Populasi

Program Studi	Mahasiswa Angkatan		Total
	2019	2020	
Perbankan Syariah	424	115	539
Ekonomi Syariah	211	209	420
Ilmu Ekonomi	127	78	205
Total	1,156	794	1,164

Sumber: Data diolah (2022)

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang di ambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Adapun penentuan sejumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan metode teknik sampling (Sugiyono, 2013 :80). Untuk itu jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 1,164 mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry.

Dalam penelitian ini jumlah populasi sebanyak 1,164 mahasiswa. Jumlah tersebut di ambil berdasarkan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : persen kelonggaran 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel di ambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{1,164}{1+1,164(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1,164}{12,64}$$

n = 92,08 (d disesuaikan oleh penulis menjadi 100 responden)

Dalam penelitian ini teknik sampel yang digunakan adalah *probability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah responden yang terpilih menjadi anggota sampel atas dasar pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009). Kriteria dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Mahasiswa aktif angkatan tahun 2019 dan 2020
- 2) Mahasiswa yang memiliki tabungan BSI

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah cara mengambil sampel dari populasi penelitian. Terdapat berbagai macam teknik sampling untuk menentukan sampel yang akan di pakai dalam penelitian.

Teknik sampling pada dasarnya bisa dikelompokkan menjadi dua macam yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.

Dari definisi tersebut dapat ditentukan bahwa teknik sampling dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah responden yang terpilih menjadi anggota sampel atas dasar pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009).

3.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan (Arikunto, 2006 :129).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang di kumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2017 :16). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuisisioner kepada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Untuk mengetahui pengaruh 2 variabel independen penelitian

(kualitas pelayanan dan pemahaman produk) terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya (Siregar, 2017 :16). Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari objek penelitian yaitu Bank Syariah Indonesia berasal dari media sosial maupun wawancara dari karyawan. Selain itu terdapat data sekunder dari buku-buku, jurnal dan penelitian yang dilakukan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini yang digunakan adalah kuesioner (angket). Kuesioner (angket) merupakan serangkaian pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Dalam penelitian ini teknik pengukuran yang digunakan yaitu dengan menggunakan Skala Likert (*method of summated ratings*) (Darmawan, 2014 :169).

Skala ini terdiri atas sejumlah pertanyaan yang semuanya menunjukkan sikap terhadap suatu objek tertentu yang akan diukur, untuk setiap pertanyaan akan disediakan sejumlah alternatif yang berjenjang atau bertingkat. Nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan dijumlah sehingga mendapatkan nilai total. Dalam penelitian ini jawaban responden diberi skor berdasarkan Skala Likert sebagai berikut:

1. Skor 5 = Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 = Setuju (S)
3. Skor 3 = Kurang Setuju (KS)
4. Skor 2 = Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Untuk memperoleh hasil penelitian yang nantinya akan diuji dengan menggunakan uji instrument penelitian yaitu Skala Likert maka peneliti membuat kisi-kisi pertanyaan atau pernyataan yang nantinya akan diberikan kepada responden untuk dijawab. Didalam penelitian ini setiap variable akan ditentukan indikator yang akan digunakan, kemudian setiap indikator akan dibuatkan beberapa item pertanyaan.

3.7 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.7.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, macam variabel umumnya ada dua (Siregar, 2014 :11):

- a. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas

merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

b. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel terikat disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Untuk kepentingan analisis data, variabel bebas dinotasikan dengan “X” sedangkan variabel terikat dinotasikan dengan “Y”.

3.7.2 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional masing-masing variabel yang akan digunakan pada penelitian ini dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel**

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan ciri dari sifat pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan tersirat dalam diri pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan 2. Daya tanggap 3. Kepastian 4. Empati 5. Bukti fisik (Suprpto, 2006)

Tabel 3.2-Lanjutan

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
Pemahaman Produk (X2)	Pemahaman adalah proses yang ditempuh oleh seseorang untuk mengartikan sebuah obyek. Pemahaman bertujuan untuk melihat kemampuan seseorang dalam menjawab pertanyaan yang disampaikan.	1. Interpretasi 2. Mencontohkan 3. Mengklasifikasikan 4. Membandingkan 5. Menjelaskan (Muthya, 2017)
Minat menabung (Y)	Minat menabung adalah suatu keinginan yang tumbuh dalam diri seseorang terhadap sesuatu yang dibutuhkan dan disukai.	1. Perhatian 2. Ketertarikan 3. Keinginan 4. Keyakinan 5. Keputusan (Ginting dkk, 2015)

Sumber: Data diolah (2022)

3.8 Metode dan Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05

artinya satu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total (Priyatno, 2010).

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan sebuah instrumen. Jadi reliabilitas menunjukkan apabila instrumen tersebut konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan (Agung, 2012: 51). Adapun untuk menguji reliabilitas rumus yang digunakan adalah koefisien alfa cronbach jika nilai Alpha $>$ 0,60.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai residu atau perbedaan yang ada dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu dapat diketahui dari kurva dalam output analisis SPSS berupa suatu bentuk kurva seperti lonceng (*bellshaped curve*) jika data berdistribusi normal. Secara deskriptif, uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan histogram regression residual yang sudah distandarkan (Machali, 2017 :89).

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan), berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji multikolinearitas dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Kriteria yang digunakan adalah:

- a) Jika nilai VIF < 10 atau memiliki toleransi $> 0,1$ maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi;
- b) Jika koefisien korelasi antar variabel bebas kurang dari 0,5 maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Kemungkinan adanya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan diagram *scatterplot*, dimana sumbu X adalah residual dan sumbu Y yang diprediksi. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model regresi (Ghozali, 2018 :105).

3.9.4 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier ganda adalah analisis yang digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel terikat (*dependent*) dengan lebih dari satu variabel bebas (*independent*) (Wulansari, 2016: 176). Topik permasalahan dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel terikat dan dua variabel bebas, maka digunakan uji statistik dengan metode regresi linier dengan dua variabel bebas. Rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut (Siregar, 2017: 406):

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X₁ = variabel bebas pertama

X₂ = variabel bebas kedua

α, b₁, dan b₂ = konstanta

e = Error term

3.10 Rancangan Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji Secara Simultan

Uji F dipakai untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Untuk melihat pengaruh yang terjadi dilakukan dengan membandingkan nilai sig dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai sig lebih kecil dari nilai derajat kepercayaan (sig < 0,05), berarti

terdapat hubungan yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan ialah:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima artinya variabel bebas secara serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak artinya variabel bebas secara serentak tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Dengan mengambil kesimpulan:

Nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak.

Nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.

3.10.2 Uji Secara Parsial

Uji t untuk melihat signifikan pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Untuk pengambilan kesimpulannya dinyatakan dengan melihat nilai signifikan dan membandingkan dengan taraf kesalahan (signifikansi) yang dipakai, yakni jika nilai probabilitas $<$ nilai alpha (α), maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Trihendardi, 2013 :154).

Adapun dasar pengambilan keputusan adalah:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya variabel bebas (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya variabel bebas (X) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Dan mengambil kesimpulan:

Nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak

Nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2006) mengatakan Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen, dengan bantuan olahan program SPSS koefisien determinasi (R^2) terletak pada model summary dan tertulis R square yang mana dikatakan baik jika di atas 0,5 karena nilai R Square berkisar antara 0 dan 1, nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, dalam penelitian ini menggunakan Adjusted R Square karena variabel independent lebih dari dua dan nilai Adjusted R Square dapat naik turun apabila variabel independent ditambahkan dalam model penelitian. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (cross section) relatif mudah karena adanya variasi yang besar dari masing-masing pengamatan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia

4.1.1 Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap *halal matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu

entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).

4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Adapun visi dan misi Bank Syariah Indonesia yaitu:

- a. Visi Bank Syariah Indonesia
Menjadi top 10 global Islamic Bank
- b. Misi Bank Syariah Indonesia
 - Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Tabungan BSI

Adapun hasil distribusi frekuensi responden menurut memiliki tabungan BSI, dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

**Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Tabungan BSI**

Memiliki tabungan Bank Syariah Indonesia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	100	100,0	100,0	100,0

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari hasil tabel karakteristik responden berdasarkan memiliki tabungan BSI diatas, maka dapat diketahui dari 100 responden yang memiliki tabungan BSI sebanyak 100 orang atau 100 persen.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa FEBI Aktif Angkatan 2019 Dan 2020

Karakteristik responden berdasarkan mahasiswa FEBI aktif angkatan 2019 dan mahasiswa FEBI aktif angkatan 2020, Adapun hasil distribusi frekuensi responden menurut memiliki tabungan BSI, dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa FEBI Aktif Angkatan 2019 Dan 2020

Mahasiswa FEBI Aktif Angkatan 2019 Dan 2020					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2019	68	68,0	68,0	68,0
	2020	32	32,0	32,0	32,0
Total		100	100,0	100,0	100,0

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari hasil tabel karakteristik responden berdasarkan mahasiswa FEBI aktif angkatan 2019 dan 2020, maka dapat diketahui bahwa mahasiswa FEBI aktif angkatan 2019 sebanyak 68 orang atau 68 persen, dan mahasiswa FEBI aktif angkatan 2020 sebanyak 32 orang atau 32 persen.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Adapun hasil distribusi frekuensi responden menurut jenis kelamin, dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	46	46,0	46,0	46,0
	Perempuan	54	54,0	54,0	54,0
	Total	100	100,0	100,0	100,0

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari hasil tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diatas, yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 46 orang atau 46 persen dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 54 orang atau 54 persen.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Karakteristik responden berdasarkan jurusan, terdiri atas perbankan syariah, Ekonomi syariah, dan Ilmu ekonomi. Adapun hasil distribusi frekuensi responden menurut jenis kelamin, dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

		Jurusan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ekonomi Syariah	21	21,0	21,0	21,0
	Ilmu Ekonomi	23	23,0	23,0	23,0
	Perbankan Syariah	56	56,0	56,0	56,0
	Total	100	100,0	100,0	100,0

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari hasil tabel karakteristik responden berdasarkan jurusan di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan jurusan ekonomi syariah sebanyak 21 orang atau 21 persen, jurusan ilmu ekonomi sebanyak 23 orang atau 23 persen, dan jurusan perbankan syariah sebanyak 56 orang atau 56 persen.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Pengujian validitas adalah pengujian instrumen data yang bertujuan untuk melihat kemampuan dan kelayakan indikator dalam menjelaskan suatu variabel. Di mana, pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai R hitung dari output SPSS dengan nilai R tabel. Suatu instrumen dikatakan valid jika nilai R hitung lebih besar dari R tabel. Dan sebaliknya, jika nilai R hitung lebih kecil dari R tabel maka indikator tersebut dikatakan tidak valid.

Berikut pengujian validitas pada variabel terikat yaitu Minat Menjadi Nasabah pada Bank Syariah (Y), variabel bebas yaitu Pemahaman tentang Bagi Hasil (X1), dan Pemahaman tentang Bunga Bank (X2). Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan/ Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.779	0,1966	Valid
	X1.2	0.807	0,1966	Valid
	X1.3	0.772	0,1966	Valid
	X1.4	0.784	0,1966	Valid
	X1.5	0.824	0,1966	Valid
	X1.6	0.900	0,1966	Valid
	X1.7	0.798	0,1966	Valid
	X1.8	0.771	0,1966	Valid
	X1.9	0.827	0,1966	Valid
	X1.10	0.766	0,1966	Valid

Lanjutan Tabel 4.5

Pemahaman Produk (X2)	X2.1	0.819	0,1966	Valid
	X2.2	0.831	0,1966	Valid
	X2.3	0.825	0,1966	Valid
	X2.4	0.821	0,1966	Valid
	X2.5	0.846	0,1966	Valid
	X2.6	0.854	0,1966	Valid
	X2.7	0.913	0,1966	Valid
	X2.8	0.819	0,1966	Valid
	X2.9	0.823	0,1966	Valid
	X2.10	0.844	0,1966	Valid
Minat Menabung (Y)	Y1	0.821	0,1966	Valid
	Y2	0.835	0,1966	Valid
	Y3	0.789	0,1966	Valid
	Y4	0.852	0,1966	Valid
	Y5	0.810	0,1966	Valid
	Y6	0.890	0,1966	Valid
	Y7	0.835	0,1966	Valid
	Y8	0.874	0,1966	Valid
	Y9	0.880	0,1966	Valid
	Y10	0.884	0,1966	Valid

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai R hitung pada seluruh indikator penyusun variabel penelitian lebih besar dari nilai R tabel yakni sebesar 0,1966. Artinya, keseluruhan indikator dalam penelitian ini valid dan dapat menjelaskan variabel penelitian. Sehingga data dalam penelitian ini dapat dilanjutkan untuk diuji pada pengujian selanjutnya.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten yang akan dilakukan secara statistik.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik cronbach's alpha. Jika nilai cronbach's alpha > 0,60, maka kuesioner dapat dikatakan reliabel, jika sebaliknya cronbach's alpha < 0,60, maka kuesioner dalam penelitian ini tidak reliabel. Berikut hasil guji reliabilitas sebagaimana yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Minat menabung mahasiswa pada Bank Syariah Indonesia	10	0,739	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X1)	10	0,932	Reliabel
3	Pemahaman Produk (X2)	10	0,952	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2023)

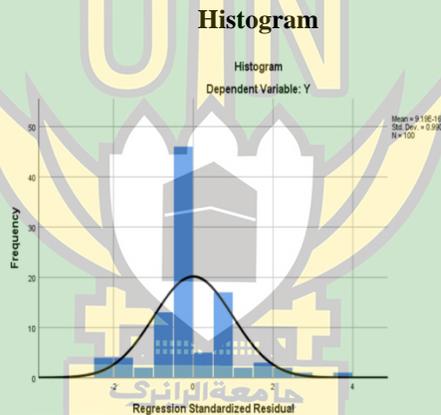
Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,60. Artinya, data pada variabel kualitas pelayanan, pemahaman produk, dan minat menabung mahasiswa reliabel serta konsistensi dalam mendukung hasil penelitian ini.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat distribusi persebaran data penelitian apakah terdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan output histogram dan normal probability plot dengan menggunakan SPSS. Berikut ini gambar 4.2 adalah pengujian menggunakan analisis grafik histogram.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas

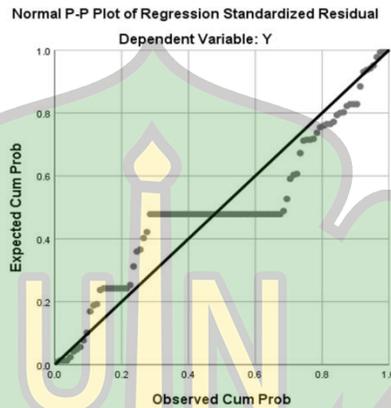


Sumber: Data Primer (diolah), 2023

Hasil grafik histogram pada Gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa garis pada grafik histogram tersebut melengkung secara standar normalnya, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini berdistribusi normal atau dengan kata lain grafik ini memberikan pola distribusi

normal yang mendekati normal. Artinya residual terdistribusi secara normal.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas (P-plot)



Sumber: Data Primer (diolah), 2023

Berdasarkan gambar 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal, karena terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal sehingga dapat dinyatakan data tersebut terdistribusi normal atau model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat multikolinearitas antar variabel independen, karena model regresi yang baik tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel independen. Adapun hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	(Constant)		
	X1	0,688	1,454
	X2	0,688	1,454

a. Dependent Variable: Y

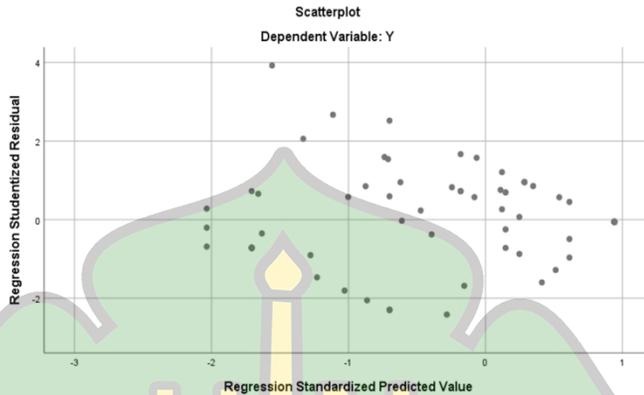
Sumber: Data Primer (diolah), 2023

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat diketahui setiap variabel independen memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 atau nilai Tolerance value lebih besar dari 0.1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian yang dilakukan ini tidak terdapat hubungan multikolinearitas antar variabel Independen.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini digunakan untuk melihat apakah terdapat penyimpangan asumsi regresi, karena model regresi yang baik tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer (diolah), 2023

Berdasarkan gambar 4.4 hasil uji heteroskedastisitas di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik pada scatterplot menyebar secara merata atau tidak membentuk pola tertentu yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian mengenai berpengaruh atau tidaknya variabel kualitas pelayanan dan pemahaman produk terhadap minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada BSI. Adapun hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	7,000	2,893	
	X1	0,535	0,057	0,627
	X2	0,328	0,071	0,308

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer (diolah), 2023

Dari hasil uji analisis regresi linier berganda di atas, maka dapat dibuat persamaan sebagai berikut :

$$Y = 7,000 + 0,535X_1 + 0,328X_2$$

Berdasarkan persamaan yang terbentuk di atas, maka dapat dijelaskan interpretasinya sebagai berikut :

1. Nilai konstanta diperoleh sebesar 7,000. Nilai tersebut berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan pemahaman produk mempunyai hubungan positif sebesar 7,000 terhadap minat menabung mahasiswa FEBI pada Bank Syariah Indonesia. Maka variabel minat menabung mahasiswa FEBI pada Bank Syariah Indonesia akan tetap sebesar 7,000.
2. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan diperoleh sebesar 0,535. Nilai tersebut dapat berarti bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif sebesar 0,535 terhadap minat menabung mahasiswa FEBI pada

Bank Syariah Indonesia. Jadi diinterpretasikan jika variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 0,535 terhadap variabel minat menabung mahasiswa FEBI pada Bank Syariah Indonesia.

3. Nilai koefisien variabel pemahaman produk diperoleh sebesar 0,328. Nilai tersebut dapat berarti bahwa variabel pemahaman produk mempunyai hubungan positif sebesar 0,328 terhadap minat menabung mahasiswa FEBI pada Bank Syariah Indonesia. Jadi diinterpretasikan jika variabel pemahaman produk mengalami peningkatan sebesar 0,328 terhadap variabel minat menabung mahasiswa FEBI pada Bank Syariah Indonesia.

4.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan pemahaman produk terhadap minat menabung mahasiswa FEBI secara uji t, uji F dan uji determinasi.

4.6.1 Uji t

Uji t dalam penelitian ini digunakan menguji variabel dependen secara parsial terhadap variabel terikat. Adapun hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.9
Hasil Uji t

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2,419	0,017
	X1	9,401	0,000
	X2	4,620	0,000
a. Dependent Variable: Y			

Sumber: Data Primer (diolah), 2023

Dari hasil uji t di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh sebesar 9,401, dengan tingkat signifikan 0,000. Sedangkan nilai t tabel sebesar 1,660. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap variabel minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia, karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($9,401 > 1,660$) dan tingkat signifikannya dibawah 0,05 ($0,000 < 0,05$) atau hipotesis H_1 diterima.
2. Nilai t hitung untuk variabel pemahaman produk diperoleh sebesar 4,620 dengan tingkat signifikan 0,000. Sedangkan nilai t tabel sebesar 1,660. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel pemahaman produk secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap variabel

minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia, karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($4,620 > 1,660$) dan tingkat signifikannya dibawah 0,05 ($0,000 < 0,05$) atau hipotesis H_2 diterima.

4.6.2 Uji f

Uji f dalam penelitian ini digunakan menguji pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Adapun hasil uji f dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1050,056	2	525,028	115,041	.000 ^b
	Residual	442,694	97	4,564		
	Total	1492,750	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Data Primer (diolah), 2023

Dari hasil uji F di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 115,041, dengan tingkat signifikan 0,000. Sedangkan nilai F tabel diperoleh sebesar 3,09. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan pemahaman produk secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia. Karena nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel yakni sebesar $115,041 > 3,09$

dan signifikan $< 0,05$ yakni ($0,000 < 0,05$) atau hipotesis H_3 diterima.

4.6.3 Uji Determinasi

Uji determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan dan pemahaman produk terhadap minat menabung mahasiswa FEBI. Adapun hasil uji determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	0,703	0,697	2,136
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data Primer (diolah), 2023

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa nilai R^2 (R square) sebesar 0,703 yang berarti 70,3%. Hal ini menunjukkan bahwa minat menabung mahasiswa FEBI pada Bank Syariah Indonesia dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan pemahaman produk . Sedangkan sisanya sebesar 0,297 atau 29,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar dari penelitian ini seperti promosi, kualitas produk, lokasi, religiusitas, dan lain sebagainya.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga keuangan syariah yang independen memiliki tujuan untuk memberikan pelayanan terbaik dalam sektor industri keuangan. Adanya sistem pelayanan yang berdasarkan nilai-nilai Islam menjadi keunggulan tersendiri bagi Bank Syariah Indonesia. Terlebih lagi adanya prioritas masyarakat Aceh dalam mengharapkan pelayanan yang Islami semakin mendorong Bank Syariah Indonesia dalam memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah. Dari hasil jawaban responden terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia peneliti menemukan bahwa persepsi nasabah terhadap pelayanan yang dirasakan sudah baik. Artinya, Bank Syariah Indonesia telah memberikan kualitas pelayanan yang baik yang membuat nasabah puas. Jika didasarkan pada hasil penelitian ini yang menemukan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah, maka optimalisasi pelayanan dapat ditingkatkan untuk menunjang kepuasan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia.

Pelayanan yang diberikan oleh suatu bank sangat berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih suatu bank. Faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan bank untuk memberikan pelayanan

yang baik kepada pelanggan. pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (*reliability*), pelayanan yang cepat dan tepat (*responsiveness*), pelayanan yang menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para nasabah (*assurance*), dan pelayanan yang ramah dan bersahabat (*emphaty*) akan memuaskan nasabah untuk menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini sejalan dengan hasil dari penelitian Pratiwi (2021) yang juga menemukan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat berdampak positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Dan hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini (2018) yang mengemukakan bahwa pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami dan merasakan. Sehingga, dalam hal ini Bank Syariah Indonesia harus menjadi lembaga yang mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah agar pelayanan yang selama ini diberikan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah.

4.7.2 Pengaruh Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia

Bagi Bank Syariah Indonesia, dalam meningkatkan minat nasabah, pemberian pemahaman produk harus lebih ditingkatkan. Pihak perusahaan harus lebih memperhatikan produk-produk yang diberikan kepada nasabah agar sesuai dengan tujuan perusahaan. Jika pemahaman produk yang diberikan kepada nasabah baik dan nasabah bisa memahami produk perbankan, maka nasabah akan merasa puas dan nyaman dan dapat meningkatkan minat nasabah dalam menabung. Maka hasil sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliana (2020) yang mengemukakan bahwa pemahaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Dapat disimpulkan bahwa pemahaman produk adalah suatu kondisi dimana seseorang mengerti secara menyeluruh mengenai produk bank syariah yang diikuti dengan keinginan untuk terlibat secara langsung dalam suatu objek aktivitas tertentu. Dalam hal ini mahasiswa perbankan syariah UIN Ar-Raniry angkatan 2019 dan 2020 akan berminat menabung di bank syariah apabila mereka memahami produk bank syariah karena dirasakan bermakna bagi dirinya dan ada harapan yang dituju.

Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa variabel pemahaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada

Bank Syariah Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini sejalan dengan hasil dari penelitian Ambarwati (2020) yang juga menemukan bahwa pemahaman produk yang baik dapat berdampak positif dan signifikan terhadap minat menabung.

4.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanannya dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterimanya melampaui harapan pelanggan, maka kualitas dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik atau tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Pemahaman produk salah satu faktor dalam menentukan minat terhadap suatu produk. Dalam hal ini perbankan syariah, nasabah dalam menentukan minatnya didasarkan oleh pemahaman produk yang ditawarkan dan mudah untuk diakses oleh nasabah. Karena dengan memahami produk maka akan memudahkan nasabah untuk dapat mengetahui produk- produk perbankan syariah dengan memperoleh informasi dan memudahkan nasabah dalam mendapatkan pelayanan di perbankan syariah yang dituju sehingga

menumbuhkan minat nasabah untuk menggunakan manfaat produk perbankan syariah.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan pemahaman produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Pada Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut dapat berarti bahwa hipotesis ketiga diterima atau menerima H_3 , karena nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel.

Kualitas pelayanan dan pemahaman produk mempengaruhi minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Pada Bank Syariah Indonesia. Semakin tinggi kualitas pelayanan dan pemahaman produk yang diberikan, Maka minat menabung mahasiswa juga akan meningkat. Hasil penelian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Haida (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan pemahaman produk berpengaruh terhadap minat menabung.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa hasil menunjukkan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai thitung sebesar 9,401 maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,401 > 1,660$) atau nilai signifikan $0,000 < 0,05$, Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Dengan demikian hipotesis H_1 diterima.
2. Variabel pemahaman produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa hasil menunjukkan variabel pemahaman produk memiliki nilai thitung sebesar 4,620 maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,620 > 1,660$) atau nilai signifikan $0,000 < 0,05$, Maka dapat

disimpulkan bahwa pemahaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Dengan demikian hipotesis H₂ diterima.

3. Variabel kualitas pelayanan dan pemahaman produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa hasil menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan pemahaman produk memiliki nilai fhitung sebesar 115,041 maka dapat diketahui bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($115,041 > 3,09$) atau nilai signifikan $0,000 < 0,05$, Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan pemahaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Dengan demikian hipotesis H₃ diterima.

5.2 Saran

1. Pihak Praktisi
 - a. Bank Syariah Indonesia harus terus meningkatkan kualitas pelayanan menjadi lebih efektif dan efisien agar minat menabung nasabah terus meningkat.
 - b. Dalam usia yang masih baru hasil merger kiranya modal besar yang dimiliki menjadi pemantik peningkatan kualitas pelayanan agar minat menabung nasabah terus

meningkat seiring berjalannya waktu dan penambahan jumlah nasabah ke depannya dari hasil word by mouth.

- c. Bagi mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry agar meningkatkan minat untuk menabung di bank syariah dengan pemahaman dan pengetahuan yang mereka miliki.

2. Pihak Akademisi

- a. Penelitian ini agar menjadikan salah satu tambahan referensi mengenai kualitas pelayanan dan pemahaman produk terhadap minat menabung mahasiswa FEBI pada Bank Syariah Indonesia, dan menambah wawasan atau pengetahuan bagi peneliti selanjutnya, pihak kampus dan pihak-pihak yang berkepentingan.
- b. Kepada peneliti selanjutnya, agar dapat mengambil penelitian di beberapa daerah, penelitian ini tidak hanya pada mahasiswa tetapi bisa pada level masyarakat. Kemudian mengembangkan variabel lain yang belum dipakai pada penelitian ini atau menambah sampel yang lebih banyak. Sehingga semakin banyak faktor-faktor lain yang dapat menambah minat menabung mahasiswa FEBI pada Bank Syariah Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi dan Beni Ahmad Saebani. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Agung, Anak Agung Putu. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press.
- Aini, Miming Okta Nur. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di BRI Syariah KCP Ponorogo, *Skripsi: Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*.
- Ambarwati, Ida. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Pengetahuan Produk Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Mini IAIN Ponorogo. *Skripsi: Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo*.
- Anggreini, Gina. (2019). Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unismuh Angkatan 2016). *Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syariah : Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ariani, Fitria. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung) *Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung*.

- Arif, M. Nur Rianto. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2012) *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, Tri, & R. Indah Mustikawati. (2013). Pengaruh Persepsi nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah, *Skripsi*: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Az-Zuhaili, Wahbah. (2011). *Fiqih Islam*. Jakarta: Gema Isnani.
- Darmawan, Deni. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, IV*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- _____ (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, R., Rachman, F., & Amir, H. (2015). Pengaruh Stimulus Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Bli Produk Baru. 12(11), 182.
- Gordman, Robert. 2006. *The Must have Costumer-7 Taktik Jitu Merebut Hati Pelanggan Idaman Anda*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Haida, Syamratul. (2020). Pengaruh Pemahaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Dumai. *Jurnal Al-Hisbah Fakultas Ekonomi Islam IAITF Dumai, 01(2)*.
- Hasan, Ali. (2010) *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Hermawan, Asep dan Husna Leila Yusron. (2017). *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(13), 38-51.
- Kanuk, Leslie Lazar. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: indeks.
- Kartika, Intan Sri. (2021). Pengaruh Pemahaman Tentang Bagi Hasil Dan Bunga Bank Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry). *Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Ar-Raniry*.
- Keller, Kotler. (2015). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta:Airlangga.
- Khotimah, H., Warsini, S., & Nuraeni, Y. (2011). Pengaruh Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah di Pasar Moal (Survei Pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok). *Jurnal Account* 2(2),423-433.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Ed 13 Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kusumawati, Dyah Dan Abdul Syakur. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Komunikasi Words Of

- Mounth (Studi Pada Bpr Demak Cabang Sayung, Kab. Demak). *Jurnal Universitas Sultan Fatah*.
- Machali, Imam. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Prodi MPI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Pendidikan UIN Sunan Kalijaga.
- Mas'adi, Ghufron A. (2002). *Fiqh Muamalah Kontekstual*. Semarang: PT RajaGrafindo Persada.
- Mughniyah, Muhammad Jawad. (2009). *Fiqh Al-Iman Ja'Far Ash-Shadiq Ju3&4*.
- Muthya, A. (2017) Analisis Pemahaman Masyarakat Kecamatan Medan Johor Terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan. *Skripsi: Universitas Sumatera Utara*
- Pratiwi, Hesti Kandi. (2021). Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Mnadiri Palopo. *Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*.
- Priyanto, D. (2010). *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom.
- Raymond, & Indrawan, M. G. (2020). Pengaruh Norma Subjektif Dan Return Ekspektasian Terhadap Minat Investasi Saham Pada Calon Investor Pada Program Yuk Nabung Saham Di Kota Batam. *Jurnal Akrab Juara*.
- Romdhoni, A., & sari, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 126-147.
- Samarwan, Ujang dll. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Siregar, Syofian. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.

- _____ (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sjahdeini, Prof. Dr. Sutan Remy, S.H. (2007). *Perbankan Islam: Dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Sudijono, Anas. (2009). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sudjana, Nana. (2008). *Penelitian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&G*. Bandung: Alfabeta
- Suprpto, Johanes. (2006). *Pengetahuan Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Tjiptono. (2012). *Service Management Mewujudkan layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Trihendardi. (2013). *Langkah Praktis Menguasai Statistik Untuk Ilmu Sosial Kesehatan Konsep & Penerapannya Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wulansari, Andhita Dessy. (2016). *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felicha.
- www.bankbsi.co.id
- Yuliana, 2020. Pengaruh Produk dan Akad Terhadap Pemahaman Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palopo Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Skripsi*: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PEMAHAMAN PRODUK TERHADAP MINAT MENABUNG
PADA BANK SYARIAH INDONESIA
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM UNIVERSITI ISLAM NEGERI AR-RANIRY)

Identitas Responden

Nama : _____

Memiliki Tabungan Bank Syariah Indonesia : _____
 Iya Tidak

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) : _____
 Iya Tidak

Jenis Kelamin : _____

Jurusan : _____
 Perbankan Syariah Ekonomi Syariah

Ilmu Ekonomi : _____

Mahasiswa Aktif Angkatan : _____
 2019 2020

Petunjuk Pengisian:

1. Mohon jawab setiap item pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda \surd pada salah satu kolom jawaban yang tersedia.
2. Kejujuran dan keterbukaan responden sangat diharapkan untuk menjaga kualitas dan validitas hasil penelitian

3. Angket ini berbentuk angket pernyataan dengan keterangan sebagai berikut:

Keterangan Menjawab:

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak

Setuju

S : Setuju

STS :

Sangat Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

No	Pernyataan	SS	S	K S	TS	STS
1	Pegawai Bank Syariah Indonesia melayani nasabah dengan baik dan menyelesaikan masalah dengan cepat dan tepat.					
2	Bank Syariah Indonesia menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan.					
3	Pegawai Bank Syariah Indonesia selalu menjelaskan produk-produk yang dimiliki secara lebih jelas.					
4	Pegawai Bank Syariah Indonesia memiliki respon yang cepat dalam menangani keluhan dari nasabah.					
5	Pegawai Bank Syariah Indonesia memberikan kepastian pelayanan yang dapat dipercaya.					
6	Pegawai Bank Syariah Indonesia mampu menanamkan kepercayaan					

	kepada nasabah.					
7	Pegawai Bank Syariah Indonesia selalu siap memberikan bantuan kepada nasabah yang kurang mengerti dalam proses perbankan.					
8	Pegawai Bank Syariah memperhatikan kepentingan nasabah.					
9	Bank Syariah Indonesia memiliki ruang pelayanan yang bersih					
10	Bank Syariah Indonesia menyediakan peralatan perbankan yang modern.					

2. Pemahaman Produk (X₂)

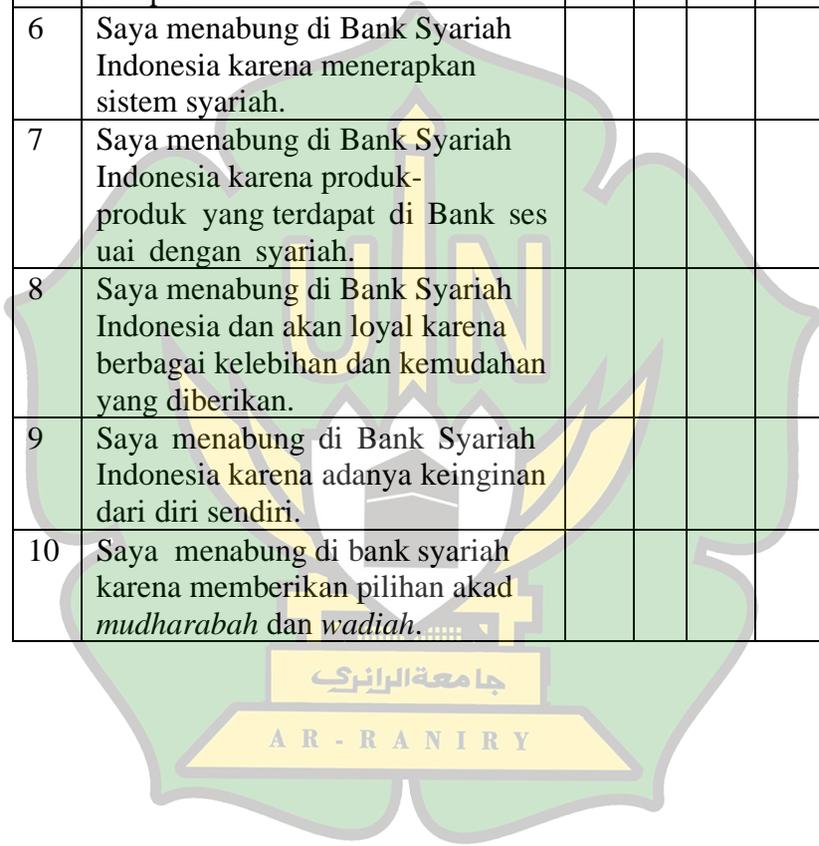
No	Pernyataan	SS	S	K S	TS	STS
1	Tabungan merupakan produk yang bersifat likuid atau dapat diambil kapan saja.					
2	Dalam akad <i>mudharabah</i> nasabah sepenuhnya memahami dananya untuk dikelola oleh pihak bank syariah.					
3	Saya memahami produk tabungan bank syariah menggunakan akad <i>wadi'ah</i>					
4	Saya memahami Bank syariah dalam praktiknya tidak menerapkan sistem					

	bunga (riba) pada layanannya					
5	Produk tabungan bank syariah berbeda dengan produk tabungan bank konvensional.					
6	Transaksi bank syariah menggunakan akad yang sesuai dengan prinsip syariah sedangkan bank konvensional tidak.					
7	Saya dapat membedakan setiap produk yang ada di Bank Syariah.					
8	Saya dapat membedakan produk mana yang dibutuhkan sesuai kebutuhan .					
9	Saya mampu menjelaskan salah satu produk penghimpun dana bank syariah yaitu tabungan.					
10	Saya mampu menjelaskan tabungan bank syariah menggunakan prinsip <i>mudharabah</i> dan <i>wadi'ah</i> .					

3. Minat Menabung (Y)

No	Pernyataan	SS	S	K S	TS	STS
1	Saya merekomendasikan produk di Bank kepada orang lain.					
2	Saya mencari informasi tentang produk di Bank Syariah Indonesia dari berbagai media					
3	Saya tertarik menabung di Bank Syariah Indonesia karena fasilitas dan pelayanan yang diberikan dapat memuaskan.					

4	Saya tertarik menabung karena percaya tingkat kinerja Bank Syariah.					
5	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena adanya kebutuhan atau tujuan yang harus dicapai.					
6	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena menerapkan sistem syariah.					
7	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena produk-produk yang terdapat di Bank sesuai dengan syariah.					
8	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia dan akan loyal karena berbagai kelebihan dan kemudahan yang diberikan.					
9	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena adanya keinginan dari diri sendiri.					
10	Saya menabung di bank syariah karena memberikan pilihan akad <i>mudharabah</i> dan <i>wadiah</i> .					



Lampiran 2 Daftar Jawaban Responden

NO	Kualitas Pelayanan										Jumlah
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	36
24	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	36
25	5	5	4	3	4	5	4	5	5	5	45
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	43
29	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	47
30	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	45
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	45

33	3	4	5	5	4	4	3	4	5	5	42
34	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
37	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
38	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	44
39	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
42	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
43	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	47
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
45	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	46
46	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	47
47	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
48	4	5	5	5	5	4	3	4	5	5	45
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	46
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	45
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	45
57	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	38
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
61	5	5	5	2	3	4	3	4	5	4	40
62	5	5	4	3	5	4	4	3	5	4	42
63	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	43
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
65	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

67	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	47
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
70	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	40
71	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
72	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	41
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
74	4	4	4	2	4	4	4	3	4	5	38
75	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
76	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	46
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
82	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
85	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	43
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

NO	Pemahaman Produk										Jumlah
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
24	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	47
25	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	46
26	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
29	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
30	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	47

33	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	45
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
37	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
38	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
39	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	48
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	47
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
45	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
46	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
47	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
48	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
57	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	44
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
63	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
65	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

67	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	47
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
72	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	45
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

NO	Minat Menabung										Jumlah
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
25	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	46
28	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	45
29	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	43
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

32	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
33	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
37	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
38	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
39	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
42	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
43	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
45	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	47
46	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	46
47	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	45
48	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
57	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
61	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	43
62	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
63	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

65	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	46
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	47
70	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	45
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
72	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	47
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	45
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
82	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
85	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40



Lampiran 3 Persentase Karakteristik dan Tanggapan Responden Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Tabungan BSI

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Tabungan BSI

Memiliki tabungan Bank Syariah Indonesia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	100	100,0	100,0	100,0

Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa FEBI Aktif Angkatan 2019 Dan 2020

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa FEBI Aktif Angkatan 2019 Dan 2020

Mahasiswa FEBI Aktif Angkatan 2019 Dan 2020					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2019	68	68,0	68,0	68,0
	2020	32	32,0	32,0	32,0
	Total	100	100,0	100,0	100,0

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	46	46,0	46,0	46,0
	Perempuan	54	54,0	54,0	54,0

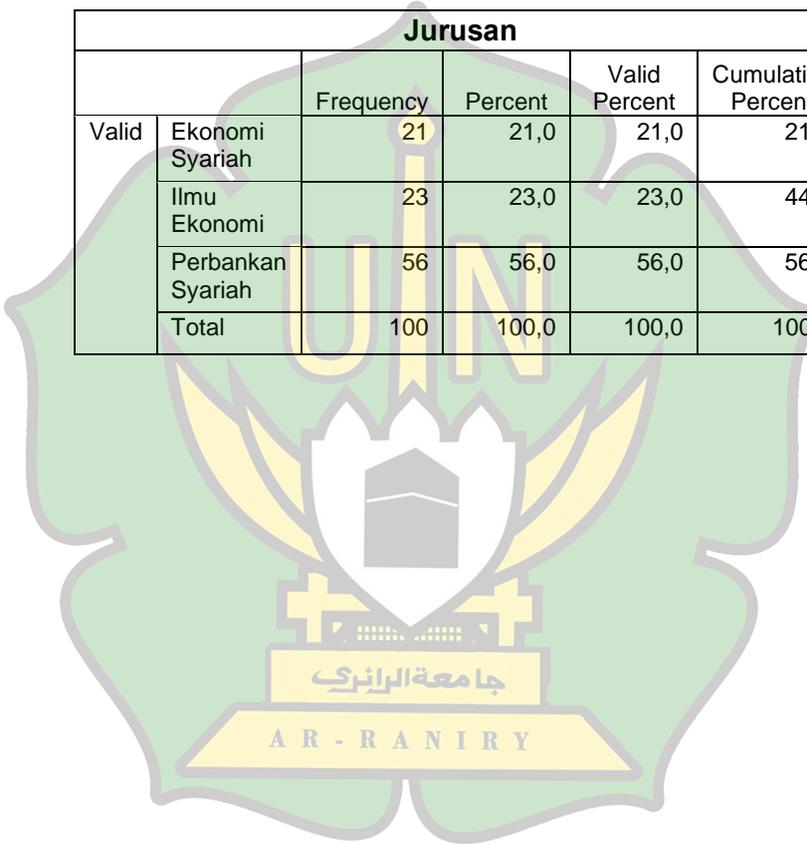
	Total	100	100,0	100,0	100,0
--	-------	-----	-------	-------	-------

Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

		Jurusan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ekonomi Syariah	21	21,0	21,0	21,0
	Ilmu Ekonomi	23	23,0	23,0	44,0
	Perbankan Syariah	56	56,0	56,0	56,0
	Total	100	100,0	100,0	100,0



Lampiran 4 Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan/ Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.779	0,1966	Valid
	X1.2	0.807	0,1966	Valid
	X1.3	0.772	0,1966	Valid
	X1.4	0.784	0,1966	Valid
	X1.5	0.824	0,1966	Valid
	X1.6	0.900	0,1966	Valid
Pemahaman Produk (X2)	X1.7	0.798	0,1966	Valid
	X1.8	0.771	0,1966	Valid
	X1.9	0.827	0,1966	Valid
	X1.10	0.766	0,1966	Valid
	X2.1	0.819	0,1966	Valid
	X2.2	0.831	0,1966	Valid
	X2.3	0.825	0,1966	Valid
	X2.4	0.821	0,1966	Valid
	X2.5	0.846	0,1966	Valid
	X2.6	0.854	0,1966	Valid
X2.7	0.913	0,1966	Valid	
X2.8	0.819	0,1966	Valid	
X2.9	0.823	0,1966	Valid	
X2.10	0.844	0,1966	Valid	
Minat Menabung (Y)	Y1	0.821	0,1966	Valid
	Y2	0.835	0,1966	Valid
	Y3	0.789	0,1966	Valid
	Y4	0.852	0,1966	Valid
	Y5	0.810	0,1966	Valid
	Y6	0.890	0,1966	Valid
	Y7	0.835	0,1966	Valid

	Y8	0.874	0,1966	Valid
	Y9	0.880	0,1966	Valid
	Y10	0.884	0,1966	Valid
	Y1	0.821	0,1966	Valid

Uji Reliabilitas

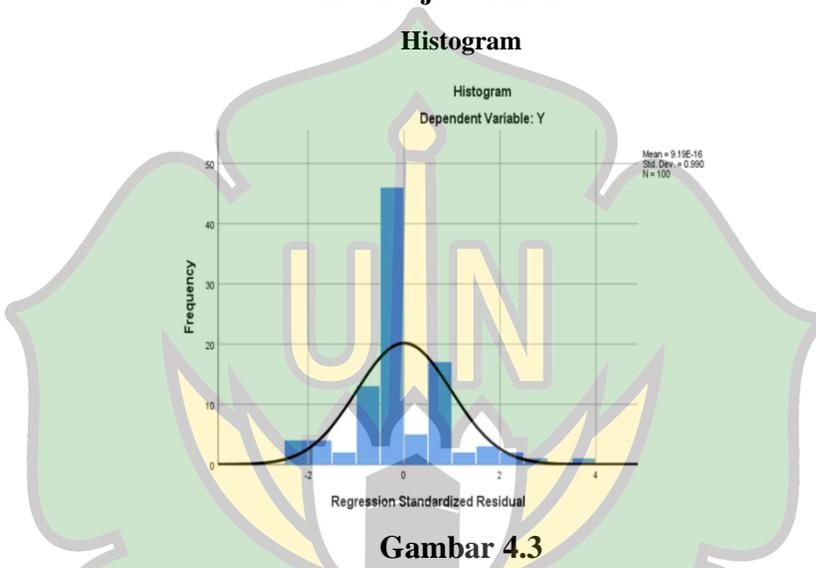
Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Minat menabung mahasiswa pada Bank Syariah Indonesia	10	0,739	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X1)	10	0,932	Reliabel
3	Pemahaman Produk (X2)	10	0,952	Reliabel

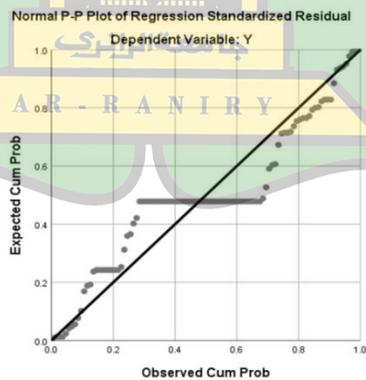
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas
Histogram



Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas (P-plot)



Uji Multikolinearitas

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolinearitas

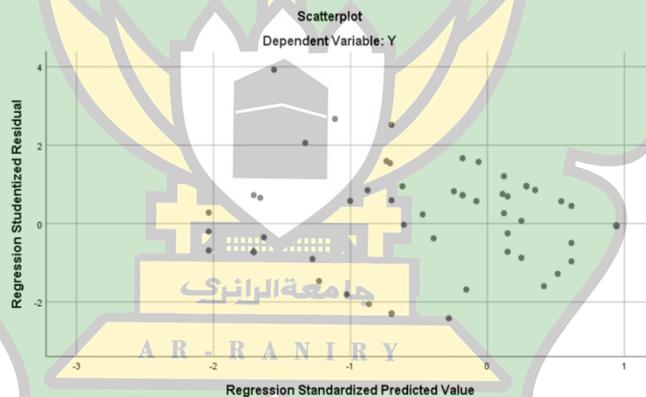
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	(Constant)		
	X1	0,688	1,454
	X2	0,688	1,454

a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.4

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.8

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	7,000	2,893	
	X1	0,535	0,057	0,627
	X2	0,328	0,071	0,308

Uji t

Tabel 4.9

Hasil Uji t

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2,419	0,017
	X1	9,401	0,000
	X2	4,620	0,000

a. Dependent Variable: Y

Uji f

Tabel 4.10

Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1050,056	2	525,028	115,041	.000 ^b
	Residual	442,694	97	4,564		
	Total	1492,750	99			

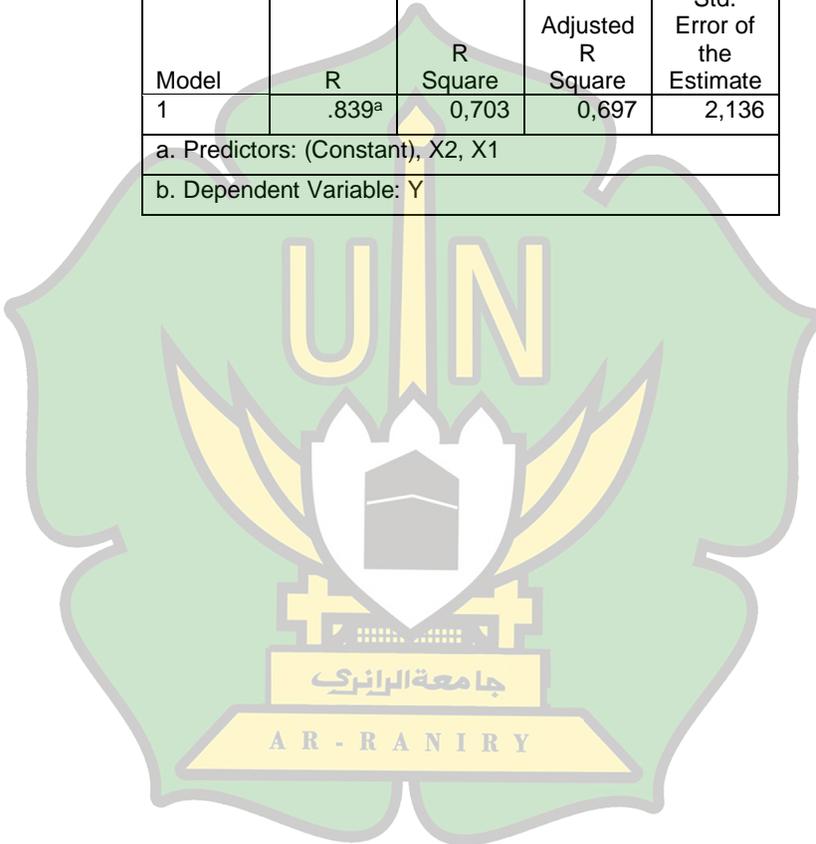
a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Uji Determinasi

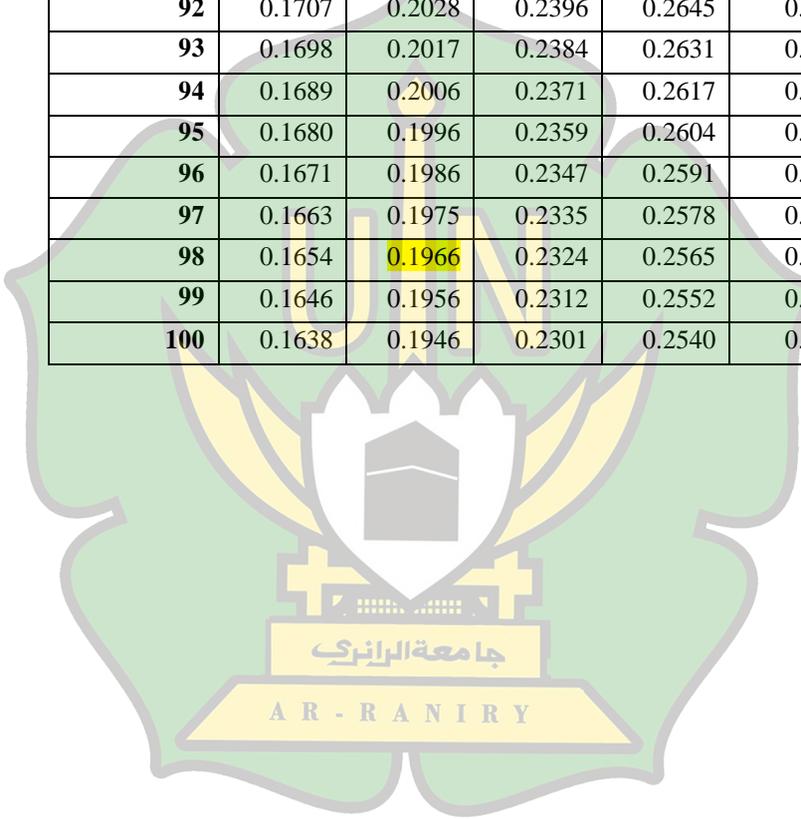
Tabel 4.11
Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	0,703	0,697	2,136
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				



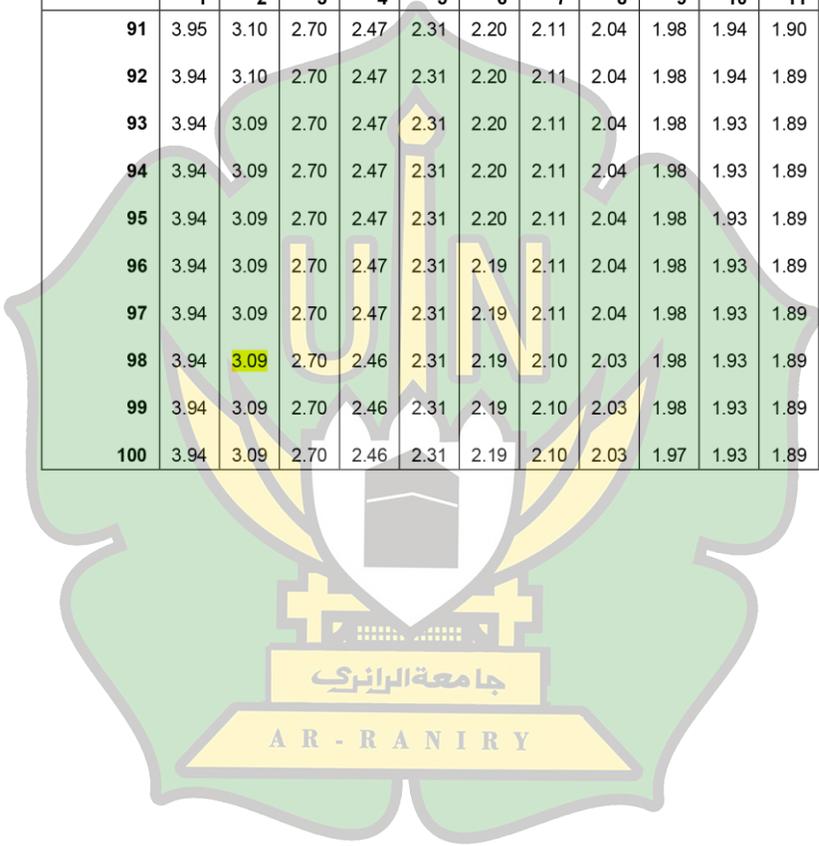
Lampiran 7 r Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



Lampiran 8 f Tabel

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85



Lampiran 9 t Tabel

Df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374