

**SKRIPSI**

**PENGARUH PEMAHAMAN PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH  
NON MUSLIM PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)  
DI KOTA SABANG**



**Disusun Oleh:**

**TYA FAHARA  
NIM: 220603014**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2026 M / 1447 H**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PEMAHAMAN PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH  
NON MUSLIM PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)  
DI KOTA SABANG**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2026 M / 1447 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Tya Fahara

NIM : 220603014

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tida 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 dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 11 Mei 2026

Yang Menyatakan



**Tya Fahara**

## PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### **Pengaruh Pemahaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Non Muslim Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Di Kota Sabang**

Disusun Oleh:

Tya Fahara  
NIM: 220603014

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Riza Aulia, SE. I., M. Sc  
NIP. 198801302018031001

Pembimbing II



Dara Amanatillah, M.Sc. Finn.  
NIP. 198702222023212041

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag  
NIP 197711052006042003

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### Pengaruh Pemahaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Non Muslim Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Di Kota Sabang

Tya Fahara

NIM: 220603014

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

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 06 Mei 2026 M  
13 Dzulqaidah 1447 H

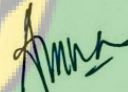
Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua



Riza Aulia, SE. I., M. Sc  
NIP. 198801302018031001

Sekretaris



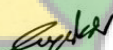
Dara Amanatillah, M.Sc. Fin.  
NIP. 198702222023212041

Penguji I



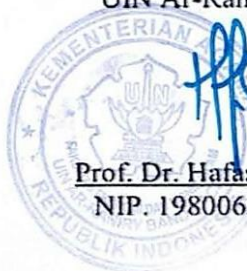
Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M. A.  
NIP.198310282015031001

Penguji II



Dr. Evy Iskandar, SE., M. Si. Ak., CA.,  
NIP. 196902242025211001

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



  
Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec  
NIP. 198006252009011009



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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Tya Fahara  
NIM : 220603014  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi Bisnis Islam/Perbankan  
Syariah  
E-mail : [220603014@student.ar-raniry.ac.id](mailto:220603014@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 Kesadaran Internal dan Kekuatan Eksternal Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Pada *Tax Center* UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 06 Mei 2026

Mengetahui

Penulis,

Tya Fahara

NIM. 220603014

Pembimbing I

Riza Aulia, SE. I., M. Sc

NIP. 198801302018031001

Pembimbing II

Dara Amanatillah, M.Sc. Finn.

NIP. 198702222023212041

## **Motto**

***"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya  
Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya"  
(Q.S Al-Baqarah;286)***

***"Maka sesungguhnya bersakam kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya Bersama kesulitan itu ada kemudahan"  
(Q.S Al-Insyirah; 5-6)***

***"Saatiku tenang mengetahui apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi  
Takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu"  
(Umar bin Khattab)***

***"god have perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it's worth the wait"***

***"Orang lain gak akan paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tau hanya bagian success stories nya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun gak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.***

***Jadi tetap berjuang ya***

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah mencurahkan segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Pengaruh Pemahaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah Non Muslim pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Sabang**. Shalawat dan salam tidak lupa juga peneliti kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, dan para sahabatnya. Skripsi ini merupakan salah satu syarat menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan, peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan saran dari berbagai pihak dalam bentuk moral maupun material. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Dr. Fithriady, Lc., MA., Ph.D selaku Wakil Dekan I, Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., Ph.D selaku Wakil Dekan II dan Dr. Aniliansyah, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry  
Banda Aceh.

2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ana Fitria, S.E., M.Sc., RSA selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.
3. Hafiih Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Riza Aulia, SE. I., M. Sc selaku Dosen Pembimbing I dan Dara Amanatillah, M.Sc. Finn. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
5. Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M. A. dan Dr. Evy Iskandar, S. E., M. Si., Ak., CPA s selaku penguji I dan penguji II atas waktu, dedikasi, dan masukan berharga yang telah diberikan selama proses sidang skripsi ini. Kritik dan saran yang disampaikan tidak hanya membantu dalam menyempurnakan skripsi ini, tetapi juga menjadi pelajaran berharga bagi pengembangan diri saya di masa depan.
6. Ismail Nura, M.E. Selaku Penasehat Akademik, Dosen-dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Dosen-Dosen program studi Perbankan Sayriah yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti pembelajaran kuliah.

7. Yang teristimewa penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta Bapak Suherman dan Ibu Yusdiana, S.Ag Kepada mereka, penulis persembahkan setiap langkah perjuangan ini. Yang dengan ketulusan, kesabaran, dan kasih sayang tak terhitung telah membimbing penulis sejak masa kecil hingga mencapai bangku perguruan tinggi. Terima kasih atas setiap do'a yang dipanjatkan, setiap nasihat yang diberikan, dan setiap pengorbanan yang mengiringi langkah penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi dan meraih gelar sarjana. Terima kasih pula atas cintanya yang tak pernah berkurang dan dukungan yang tidak pernah henti menguatkan penulis sepanjang perjalanan pendidikan ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan dengan keberkahan dan kesehatan sepanjang usia. Aamiin.
8. Kepada saudara kandung penulis, Muhammad Rafiqi, Rahil Rahmati dan Siti Hajar. Terima kasih atas dukungan moral yang diberikan, baik melalui do'a maupun perhatian yang sangat tulus, yang berhasil membawa penulis sampai sejauh ini sehingga akhirnya mampu menyelesaikan studinya hingga sarjana. Kehadiran kalian adalah pengingat bahwa dalam setiap perjuangan ada alasan untuk terus melangkah.
9. Kepada sahabat dan teman-teman selama dibangku perkuliahan, terima kasih atas kebersamaan, dukungan dan motivasi yang kalian berikan selama proses perkuliahan 4 tahun ini.

10. Terakhir, Tya Fahara, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai dititik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetap jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. God Thank you for being me independent women, i know there are more great ones but i'm proud of this achivement

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sebagai balasan atas segala bantuan yang telah diberikan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, serta berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 06 Maret 2026  
Penulis,



Tya Fahara

**TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN**  
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan  
Kebudayaan Republik Indonesia  
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

**1. Konsonan**

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

**2. Vokal**

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

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</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
◌َ ا	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
◌ِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
◌ُ و	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

#### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta Marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

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

b. Ta *marbutah* (ة) mati

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:

رُؤْدَةُ الْوَالِدِ : *Raudah al-atfāl/ raudatulatfāl*

أَلْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul Munawwarah*

طَالِحٌ : *Talḥah*

**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 : Tya Fahara  
NIM : 220603014  
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/  
Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Pemahaman Produk dan  
Kualitas Pelayanan terhadap Minat  
Menabung Nasabah Non Muslim pada  
Bank Syariah Indonesia di Kota Sabang  
Pembimbing I : Riza Aulia, SE. I., M. Sc  
Pembimbing II : Dara Amanatillah, M.Sc. Fin

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan perbankan syariah di Aceh setelah penerapan Qanun Lembaga Keuangan Syariah yang mewajibkan seluruh lembaga keuangan beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Dalam kondisi tersebut, minat menabung nasabah non-Muslim menjadi perhatian penting, khususnya terkait pemahaman terhadap produk perbankan syariah dan kualitas pelayanan yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pemahaman produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah non-Muslim pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Sabang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner berskala Likert kepada nasabah non-Muslim pengguna layanan Bank Syariah Indonesia di Kota Sabang menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman produk dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah non-Muslim pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Sabang.

**Kata Kunci:** Pemahaman produk, Kualitas Pelayanan, Minat Menabung, Nasabah Non Muslim, Bank Syariah

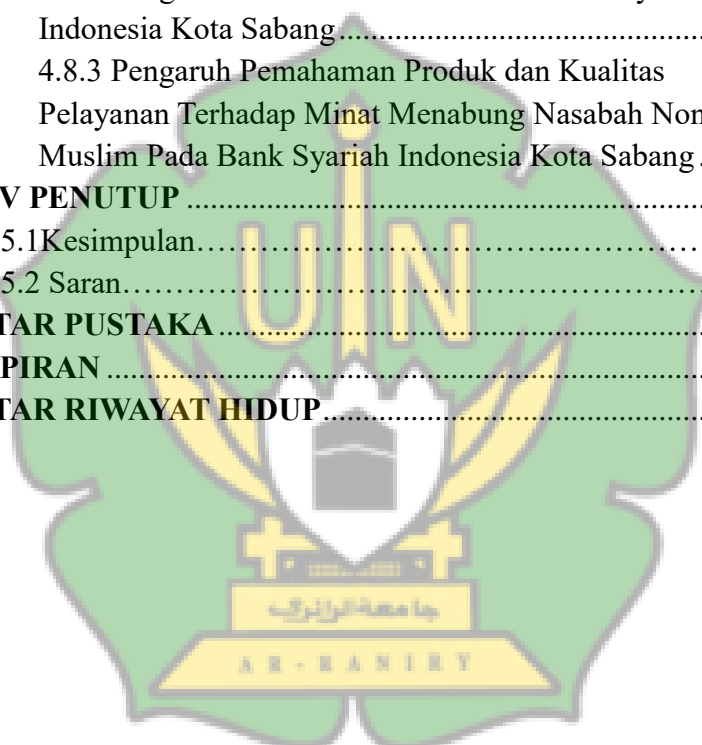
## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI</b> .....	iv
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.4.1 Akademisi (Teoritis) .....	14
1.4.2 Praktisi (Operasional) .....	14
1.4.3 Manfaat Kebijakan .....	15
1.5 Sistematika Pembahasan .....	16
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	18
2.1 Theory of Planned Behavior .....	18
2.2 Minat Menabung .....	20
2.2.1 Pengertian Minat Menabung .....	20
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah .....	21
2.2.3 Indikator Minat .....	22
2.2.4 Macam-macam Minat .....	22
2.3 Pemahaman Produk .....	23

2.3.1	Pengertian Pemahaman Produk.....	23
2.3.2	Produk Tabungan Bank Syariah.....	24
2.3.3	Indikator Pemahaman Produk.....	29
2.4	Kualitas Pelayanan.....	32
2.4.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	32
2.4.2	Klasifikasi Pelayanan.....	33
2.4.3	Indikator Kualitas Pelayanan.....	33
2.5	Nasabah non-Muslim.....	35
2.5.1	Pengertian Nasabah non-Muslim.....	35
2.6	Bank Syariah.....	37
2.6.1	Pengertian Bank Syariah.....	37
2.6.2	Tujuan Bank Syariah.....	39
2.7	Penelitian Terkait.....	40
2.8	Kerangka Berpikir.....	47
2.9	Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	48
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>52</b>
3.1	Desain Penelitian.....	52
3.2	Lokasi Penelitian.....	53
3.3	Populasi dan Sampel.....	53
3.3.1	Populasi.....	53
3.3.2	Sampel.....	54
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	55
3.5	Sumber Data.....	56
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.7	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	58
3.7.1	Definisi Variabel Penelitian.....	58
3.7.2	Operasionalisasi Variabel.....	59
3.8	Metode dan Teknik Analisis Data.....	61
3.8.1	Uji Validitas.....	61
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	62
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	63
3.9.1	Uji Normalitas.....	63
3.9.2	Uji Multikolinearitas.....	63

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas .....	64
3.10 Regresi Linier Berganda.....	64
3.11 Rancangan Pengujian Hipotesis .....	65
3.11.1 Uji Secara Simultan.....	65
3.11.2 Uji Secara Parsial .....	66
3.11.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>68</b>
4.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia.....	68
4.1.1 Sejarah Bank Syariah Indonesia.....	68
4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI) .....	69
4.1.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia .....	70
4.1.2 Ruang Lingkup Bank Syariah Indonesia (BSI).....	70
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden dan Tanggapan Responden Penelitian.....	74
4.2.1 Karakteristik Responden .....	74
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	75
4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	76
4.2.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama ....	77
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	84
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	84
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	86
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	86
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	86
4.4.1.1 Hasil Uji Normalitas P-P Plots .....	87
4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas Histogram .....	88
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	88
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90
4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	91
4.6 Hasil Uji Hipotesis .....	93
4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	93
4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	94
4.7 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	96

4.8 Pembahasan.....	97
4.8.1 Pengaruh Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah Non Muslim Pada Bank Syariah Indonesia Kota Sabang.....	97
4.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Non Muslim Pada Bank Syariah Indonesia Kota Sabang.....	99
4.8.3 Pengaruh Pemahaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Non Muslim Pada Bank Syariah Indonesia Kota Sabang ....	101
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	105
<b>LAMPIRAN</b> .....	113
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	146



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional variable penelitian .....	60
Tabel 3.2 Instrumen variabel Penelitian .....	61
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	76
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama .....	77
Tabel 4.4 Jawaban Indikator Minat Menabung Nasabah Non Muslim .....	78
Tabel 4.5 Jawaban Indikator Pemahaman Produk .....	80
Tabel 4.6 Jawaban Indikator Kualitas Pelayanan .....	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas .....	85
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	86
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	89
Tabel 4.10 Hasil Analisa Regresi Linear Berganda .....	91
Tabel 4.11 Hasil Uji T .....	93
Tabel 4.12 Hasil Uji F .....	95
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	96

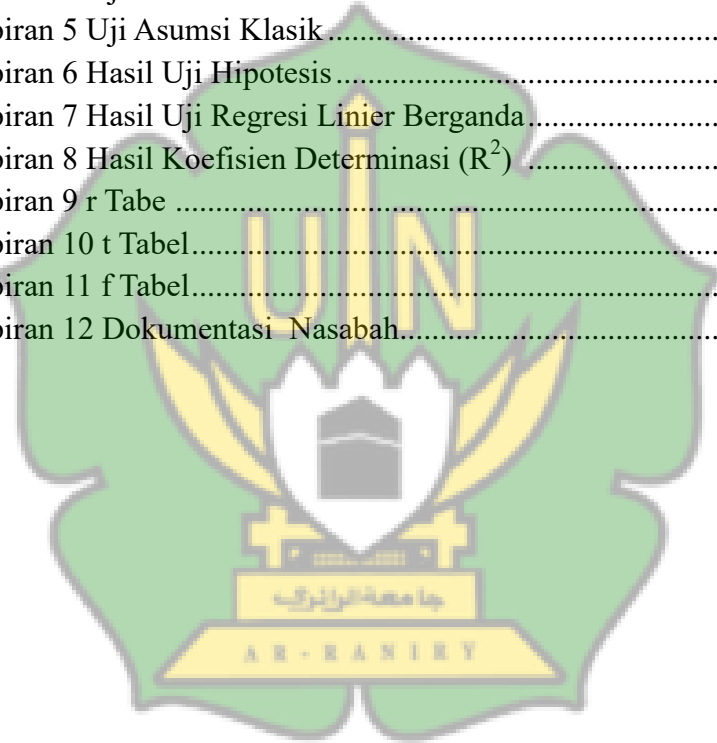
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan dan Pertumbuhan asset, PYD, dan DPK. ....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	48
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	70
Gambar 4.2 Uji Normalitas P-P <i>Plots</i> .....	87
Gambar 4.3 Uji Normalitas Histogram .....	88
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas .....	90



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian .....	113
Lampiran 2 Jawaban Responden .....	120
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas .....	129
Lampiran 4 Uji Reabilitas .....	133
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik .....	134
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis .....	136
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	137
Lampiran 8 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	138
Lampiran 9 r Tabe .....	139
Lampiran 10 t Tabel.....	141
Lampiran 11 f Tabel.....	144
Lampiran 12 Dokumentasi Nasabah.....	146



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

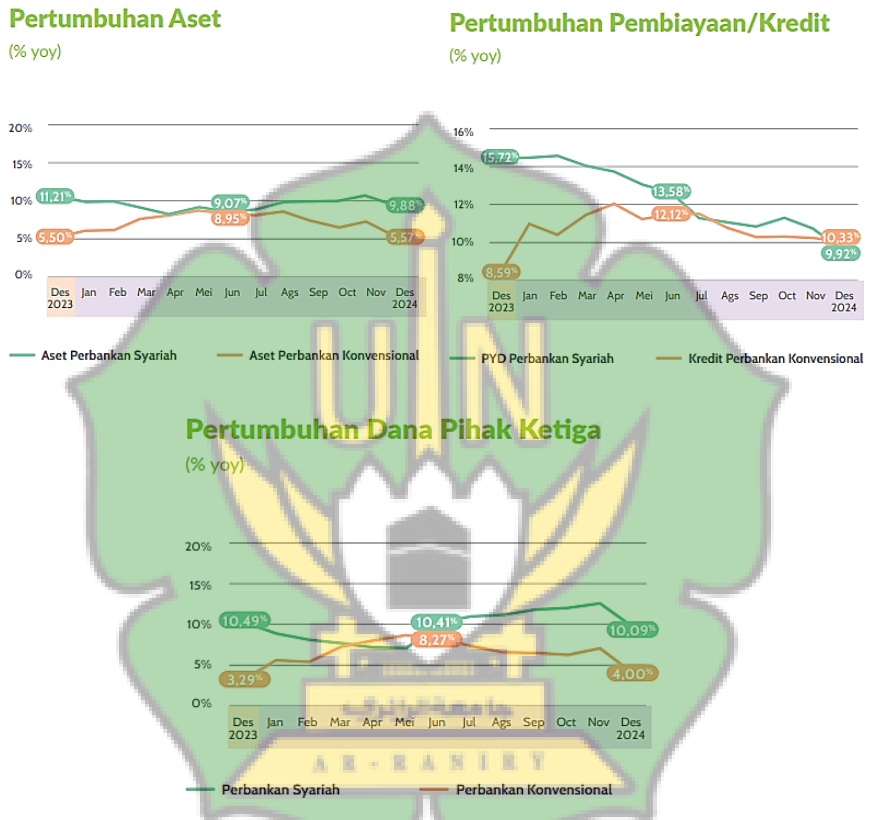
Lembaga keuangan memainkan peran penting dalam pembangunan negara seperti Indonesia. Organisasi ini termasuk organisasi yang bergerak di sektor keuangan yang bertanggung jawab untuk mengumpulkan dan memberikan dana kepada masyarakat, terutama untuk investasi bisnis (Soemitra, 2009). Lembaga keuangan memiliki peran strategis yang disebabkan fungsi utama lembaga keuangan sebagai suatu lembaga yang berfungsi untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkan dana ke masyarakat secara efektif dan efisien. Dengan peranan yang di miliki tersebut, adanya lembaga keuangan diharapkan memberikan suatu kemanfaatan yang lebih bagi Masyarakat, Salah satu lembaga keuangan yang ada di Indonesia yaitu perbankan (Sari, 2018).

Indonesia menerapkan sistem perbankan yang terdiri atas dua jenis, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yang antara lain melarang praktik riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi), serta menerapkan sistem bagi hasil dalam seluruh aktivitas usahanya, termasuk dalam produk pendanaan dan pembiayaan. Definisi ini merujuk pada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah serta pendapat para ahli seperti Muhammad

Syafi'i Antonio yang menegaskan prinsip-prinsip hukum Islam sebagai landasan operasional bank syariah (Jannah dan Akbar, 2023). Dalam konteks Indonesia, perbankan syariah telah mengalami perkembangan signifikan dalam beberapa dekade terakhir, dengan jumlah institusi yang terus bertambah hingga mencapai 33 bank pada tahun 2024, terdiri dari Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di bawah bank konvensional. Perkembangan ini didukung oleh regulasi pemerintah yang semakin memperkuat pijakan hukum bank syariah, serta meningkatnya kesadaran dan pemahaman masyarakat akan pentingnya layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, didukung pula oleh kemajuan teknologi digital yang mempermudah akses layanan keuangan syariah. Selain itu, minat masyarakat terhadap perbankan syariah menunjukkan tren peningkatan yang konsisten, terutama didorong oleh peningkatan literasi keuangan syariah dan kemudahan akses produk-produk pelayanan bank syariah. Pertumbuhan positif industri perbankan syariah di Indonesia merupakan cerminan dari meningkatnya minat masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Data statistik yang dirilis Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Mei 2023 menunjukkan capaian yang mengesankan (Wahyudi et al., 2024).

Persaingan yang terjadi di dunia perbankan dipicu atas beberapa faktor salah satunya pertumbuhan bank yang mampu berkembang dalam mengelola dana masyarakat. Berdasarkan data

otoritas jasa keuangan dari segi Dana Pihak Ketiga (DPK), perbankan syariah menunjukkan perkembangan yang positif.



**Gambar 1.1 Perkembangan dan pertumbuhan aset, PYD dan DPK**

Sumber: OJK: Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia, (2024)

Berdasarkan gambar 1.1 di atas membuktikan bahwa kinerja perbankan syariah patut diapresiasi sepanjang tahun 2024. Meskipun terdapat indikasi perlambatan, namun pada beberapa indikator seperti aset dan DPK, pertumbuhan perbankan syariah jauh lebih tinggi dibandingkan perbankan konvensional.

Di tengah tantangan makroekonomi, perbankan syariah mampu menjaga stabilitas tingkat pertumbuhan meskipun dengan skala bank yang lebih kecil. Peluang pengembangan perbankan syariah tentu lebih besar ke depan, terutama dengan keunggulan karakteristik produk yang tidak dimiliki oleh perbankan konvensional. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan fleksibilitas layanan produk dan jasa perbankan syariah yang menjawab kebutuhan masyarakat. Di sisi lain, akselerasi eksistensi perbankan syariah juga dapat ditingkatkan melalui integrasi layanan keuangan sosial dan komersial, sehingga mampu menjadikan bank syariah sebagai lembaga jasa keuangan yang memiliki fungsi secara bisnis, namun juga aspek sosial. Dengan persaingan industri perbankan yang sedemikian kompetitif yakni antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional dalam mendapatkan pendapatannya masing-masing. Maka salah satu cara yang ditempuh lembaga keuangan adalah dengan meningkatkan penghimpunan dana yang berasal dari masyarakat berupa tabungan (OJK, 2024).

Pertumbuhan industri perbankan syariah di Indonesia telah menjadi sorotan utama dalam beberapa dekade terakhir, didorong oleh populasi muslim yang besar dan kesadaran akan prinsip-prinsip syariah (*halal awareness*). Namun, di tengah perkembangan tersebut, Bank Syariah menghadapi tantangan berat, terutama dalam upaya meningkatkan minat nasabah untuk menabung secara signifikan, terutama dari segmen pasar yang didominasi oleh

Generasi Milenial dan Z. Fenomena terkini menunjukkan bahwa minat nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor religiusitas, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh inovasi teknologi digital yang cepat, seperti persaingan dengan *fintech* dan kualitas layanan *mobile banking* (Saputra & Fasa, 2024). Masalah utama yang muncul adalah pandangan nasabah bahwa layanan Bank Syariah masih kurang cepat dan efisien dibandingkan bank konvensional. Padahal, minat nasabah merupakan prediktor penting perilaku menabung di masa depan.

Minat merupakan proses pemberian perhatian terhadap suatu objek yang disertai perasaan senang, sehingga mendorong seseorang untuk bertindak dan berkeinginan memperoleh objek tersebut. Minat berkaitan erat dengan sikap, karena sikap mencerminkan keyakinan seseorang dalam mengevaluasi suatu objek. Munculnya minat dipengaruhi oleh kebutuhan fisik, emosional, sosial, serta pengalaman individu. Minat diawali oleh perasaan senang dan sikap positif terhadap objek tertentu (Zulfikal et al., 2024). Adapun minat menabung nasabah adalah dorongan dari dalam diri nasabah untuk menggunakan produk atau jasa perbankan, khususnya dalam menyimpan dana di bank dengan tujuan tertentu (Ulya et al., 2020).

Dalam upaya menarik minat masyarakat untuk menabung, perbankan syariah harus mampu mengoptimalkan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keputusan individu, mengingat minat menabung sering kali diawali oleh rangsangan pemasaran

yang kemudian diproses sesuai karakteristik pribadi nasabah. Adapun beberapa faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung, di antaranya pemahaman produk dan kualitas pelayanan. Faktor pemahaman produk menjadi fondasi utama dalam pembentukan minat tersebut secara logis, ketertarikan seseorang berbanding lurus dengan tingkat pengetahuannya, di mana nasabah yang memahami fitur dan manfaat produk secara mendalam akan memiliki minat yang lebih tinggi, sementara ketidakpahaman terhadap sistem perbankan syariah sering kali menjadi kendala yang menghambat niat masyarakat untuk menabung. Hubungan ini diperkuat oleh variabel kualitas pelayanan, di mana pemberian layanan yang handal, responsif, dan empatik memberikan dorongan nyata bagi nasabah untuk membangun hubungan yang kuat serta rasa percaya terhadap bank. Sinergi antara pemahaman produk yang baik dan kualitas pelayanan yang prima terbukti memberikan kontribusi pengaruh sebesar 50,80% terhadap minat masyarakat menabung, sehingga sinkronisasi kedua faktor ini menjadi kunci krusial dalam mengubah persepsi nasabah menjadi tindakan nyata untuk menyimpan dana di bank syariah (Husna, 2020).

Menurut Sudirman dalam Arikunto, pemahaman adalah suatu kemampuan seseorang dalam mengartikan, menafsirkan, menerjemahkan, atau menyatakan sesuatu dengan caranya sendiri tentang pengetahuan yang telah diterimanya (Arikunto, 2005). Dalam pengembangannya, Bank Syari'ah terdapat kendala, yaitu

kurangnya pengetahuan dan pemahaman Masyarakat terhadap sistem ekonomi syari'ah dan pengoperasiannya karena masyarakat pada umumnya lebih mengetahui tentang perbankan konvensional yang memang pada dasarnya Bank Konvensional hadir lebih dulu dibandingkan Bank Syari'ah. Pemahaman masyarakat terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Syari'ah ini juga kurang. Pemahaman produk yang kurang inilah yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih suatu perbankan tersebut.

Adapun faktor kedua nasabah untuk meningkatkan minat menabung di Bank Syariah yaitu memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, Perusahaan dapat memungkinkan memahami apa yang di harapkan pelanggan, serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat mengevaluasi dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan kualitas pelayanan yang memberikan pengalaman menyenangkan kepada pelanggan dan meminimalkan pelayanan yang kurang menyenangkan kepada pelanggan (Bella et al., 2023).

Pelayanan kepada nasabah sangat penting bagi Bank Syari'ah dalam upaya memberikan kepuasan kepada nasabah dan menarik non nasabah untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah, sehingga nasabah puas dan tetap percaya pada Bank Syari'ah tersebut dan tidak berpaling lagi ke Bank Konvensional. Bank Syari'ah perlu

mencermati permintaan nasabah terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, salah satunya yaitu meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini dilakukan untuk kemajuan Bank Syari'ah agar dapat bersaing dengan Bank Konvensional lainnya.

Keberhasilan sistem keuangan syari'ah hingga sekarang ini tidak semata-mata atas adanya dukungan regulasi pemerintah, namun juga didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut. Lembaga Keuangan Syari'ah yang dalam hal ini adalah perbankan syari'ah secara umum, dianggap oleh sebagian orang sebagai alternatif bagi masyarakat yang sudah jenuh dengan sistem ekonomi kapitalis, sebuah sistem ekonomi yang sudah lama mendunia yang selalu mengutamakan kekayaan pribadi berdampak pada ketidak merataan distribusi kekayaan sehingga banyak terjadi kesengsaraan. Namun di sisi lain, tidak sedikit masyarakat yang masih menganggap sistem ekonomi Islam hanya hadir untuk masyarakat Muslim. Tidak bisa dipungkiri, paradigma fanatisme agama masih kental terlihat dalam masyarakat kita, sehingga persepsi pasar syari'ah sendiri hanya dipahami sebagai pasar untuk kaum Muslim saja, pasar yang tertutup untuk kalangan non-Muslim. Sistem bagi hasil yang merupakan salah satu elemen penting dari pasar syari'ah sudah sejak lama diterapkan di Negara-negara Eropa, terutama Inggris (Kartajaya, 2006).

Dalam Qanun Nomor 11 Tahun 2018, ditegaskan bahwa setiap lembaga keuangan yang beroperasi di Aceh harus berlandaskan pada prinsip-prinsip Syariah dan menggunakan akad

keuangan yang sesuai dengan ketentuan Syariah. Selain itu, lembaga keuangan syariah (LKS) diharuskan untuk mengedepankan nilai-nilai seperti keadilan, amanah, ukhwah, keuntungan, transparansi, kemandirian, kerjasama, kemudahan, keterbukaan, keberlanjutan, dan sifat universal. Penerapan prinsip-prinsip ini sangat penting untuk memperkuat pembangunan ekonomi Syariah di Aceh, sehingga dapat menciptakan sistem keuangan yang tidak hanya sesuai dengan ajaran Islam, tetapi juga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Aceh, “Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018 Tentang Lembaga Keuangan Syari’ah”, 2018)

Tingkat minat menabung masyarakat non-muslim menjadi tantangan besar bagi Bank Syariah yang beroperasi di Aceh sejak penerapan Qanun Nomor 11 Tahun 2018 mengenai tentang Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang secara tegas mewajibkan lembaga keuangan yang beroperasi di Aceh menjalankan prinsip syariah. Pemberlakuan Qanun ini tidak terlepas dari sebuah pro dan kontra oleh masyarakat terkait persepsi terhadap keberadaan Bank Syariah. Minat menabung dalam hal ini diartikan sebagai minat beli adalah munculnya perilaku sebagai respons terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Turahmah & Maulana, 2024).

Selain memberikan legalitas yang tegas, Qanun ini juga memperkuat komitmen Pemerintah Aceh dalam mengimplementasikan sistem keuangan yang adil dan beretika.

Dengan mengikuti prinsip syariah, Diharapkan lembaga-lembaga keuangan yang ada di Aceh dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif, mendukung kesejahteraan masyarakat, dan mengurangi praktik-praktik riba yang dilarang dalam Islam. Selain itu, dengan adanya Qanun ini, Aceh menjadi salah satu contoh wilayah yang secara tegas menerapkan sistem ekonomi berbasis syariah, yang dapat dijadikan model bagi daerah lain di Indonesia dan di dunia dalam hal pengelolaan keuangan yang selaras dengan prinsip-prinsip keislaman (Zuliani & Purnama, 2024).

Ada beberapa penelitian yang telah dilakukan terkait pandangan masyarakat non-Muslim seperti penelitian yang dilakukan (Maulana, Ramly, & Filzah, 2024). Dalam penelitian tersebut mereka menganalisis pandangan non-Muslim terhadap qanun ini serta pengalaman mereka menerima layanan perbankan syariah, hasil penelitian didapati bahwa non-Muslim mendukung penerapan qanun dan tidak keberatan memanfaatkan produk dan jasa perbankan syariah. Penelitian lain juga dilakukan oleh (Wibowo & Hariyati, 2020) yang bertujuan untuk melihat pengaruh budaya dan persepsi masyarakat non-Muslim terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial budaya dan persepsi Masyarakat berpengaruh signifikan terhadap pengambilan Keputusan menjadi nasabah. Serta penelitian yang dilakukan oleh (Muliza, 2022) yang bertujuan melihat persepsi Masyarakat non-

Muslim terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah di Kota Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum Masyarakat non-Muslim ingin bank konvensional tetap beroperasi di Aceh sehingga lebih memudahkan kegiatan transaksi.

Mayoritas nasabah yang menggunakan bank syariah adalah Muslim dalam praktiknya. Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa mayoritas nasabah bank syariah di Kota Sabang bukanlah umat Islam saja, berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal yang telah dilakukan, diperoleh fakta bahwa persepsi masyarakat non-Muslim terhadap perbankan syariah di Aceh khususnya di Kota Sabang, ditemukan bahwa masyarakat non-Muslim masih memiliki anggapan bahwa bank syariah hanya untuk orang Islam saja. Meskipun begitu, responden menyatakan menghargai dan menghormati identitas dan kebijakan lokal sebagai bagian dari keunikan budaya setempat. Namun, responden menyampaikan keterbatasan baginya sebagai nasabah non-Muslim karena masih kurang memahami produk-produk perbankan syariah seperti akad mudharabah atau wadiah yang digunakan dalam produk Tabungan, selain itu dalam pemilihan layanan keuangan yang beragam akibat adanya peraturan yang mengharuskan lembaga keuangan berbasis syariah.

Hasil penelitian Agung Anugerah Adhipratama (2018) meneliti tentang analisis faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah nonmuslim untuk menggunakan bank syariah dan mendapati hasil ada beberapa faktor yang berpengaruh namun ada

salah satu faktor yang tidak memberikan pengaruh sama sekali yaitu faktor pelayanan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Fadilah (2019) didalamnya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat umat non-Muslim menjadi nasabah Bank Syariah salah satunya pelayanan yang paling berpengaruh. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hadi Akbar Mutawalli (2019) mengenai analisis faktor yang mempengaruhi minat nasabah non-muslim dalam menggunakan jasa bank syariah, memuat beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya produk, lokasi dan promosi ketiga faktor tersebut sama-sama saling berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non-muslim menggunakan bank syariah, lain dengan penelitian yang dilakukan oleh Nunung Dini Apriliani (2019) yang mengatakan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah. Kemudian penelitian 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.

Dari pembahasan diatas peneliti bermaksud untuk mengkaji bagaimana pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap minat

nasabah, dalam penelitian ini peneliti hanya memfokuskan pada Nasabah non-Muslim di Kota Sabang. Selain itu juga, penelitian ini berfokus terhadap segmen masyarakat yang belum banyak diteliti, yaitu non-Muslim secara khusus di Kota Sabang yang merupakan salah satu wilayah di provinsi Aceh yang menerapkan hukum syariah terkhusus pada sektor keuangan diatur dalam Qanun Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Studi ini mengisi kekosongan dalam literatur yang selama ini lebih banyak berfokus pada masyarakat Muslim dan menambahkan perspektif baru mengenai inklusivitas dan penerimaan layanan keuangan syariah terhadap masyarakat non-Muslim.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pemahaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah Non Muslim pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Sabang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

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

1. Apakah pemahaman produk memiliki pengaruh terhadap minat menabung nasabah non-Muslim pada bank BSI?
2. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat menabung nasabah non-Muslim pada bank BSI?

3. Apakah pemahaman produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat menabung pada bank BSI?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Yang menjadi tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman produk terhadap minat menabung nasabah non muslim pada bank BSI.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah non muslim pada bank BSI.
3. Untuk mengetahui pengaruh produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat menabung pada bank BSI.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dilakukan penelitian ini sebagai berikut:

#### **1.4.1 Akademisi (Teoritis)**

Secara teoritis penelitian ini berguna untuk menambah dan memperluas wawasan mengenai bank syariah dan faktor yang mempengaruhi minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah pada bank syariah Indonesia Kota Sabang, sehingga dapat dijadikan referensi untuk mahasiswa lainnya.

#### **1.4.2 Praktisi (Operasional)**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berhubungan tentang pengaruh pemahaman produk dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah di Kota Sabang.

- a. Bagi Bank Syariah Indonesia, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perbankan syariah khususnya pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah non muslim yang menabung di Bank Syariah Indonesia.
- b. Nasabah non muslim memiliki alternative dalam sistem perbankan jika melakukan hubungan dengan perbankan dan masalah keuangan baik itu berupa bentuk penyimpanan dan pembiayaan.
- c. Dapat memperluas jaringan, cabang, dan unit suatu lembaga keuangan khususnya dalam masalah perbankan Muamalat serta dapat memperbanyak nasabah untuk menabung di Bank Syariah.

### **1.4.3 Manfaat Kebijakan**

#### **a. Landasan Inklusi Keuangan**

Sebagai bahan pertimbangan bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI) dalam merumuskan kebijakan terkait perluasan inklusi keuangan syariah yang lebih inklusif bagi masyarakat majemuk di Indonesia.

#### **b. Evaluasi Regulasi Daerah**

Memberikan data lapangan bagi Pemerintah Daerah Kota Sabang (terkait implementasi Qanun Lembaga Keuangan Syariah di Aceh) mengenai bagaimana kualitas pelayanan perbankan syariah dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat secara adil dan profesional.

### **c. Standardisasi Pelayanan Universal**

Menjadi dasar bagi penyusunan standar operasional prosedur (SOP) pelayanan perbankan syariah yang mampu mengakomodasi kebutuhan nasabah lintas agama tanpa mengurangi prinsip-prinsip syariah yang berlaku.

#### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Penulisan skripsi ini terdiri dari empat BAB yang memberikan gambaran umum serta mempermudah para pembaca untuk memahami isi menyeluruh, dimana masing-masing BAB menjelaskan tentang pembahasan-pembahasan yang berbeda secara sistematis akan tetapi dalam konteks yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya sehingga dapat mempermudah pembaca. Dengan demikian, penulis telah merincikan penataan yang dapat menjawab pokok-pokok permasalahan yang akan dibahas 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 Theory of Planned Behavior**

*Theory of Planned Behaviour* (TPB) berdasarkan asumsi bahwa niat perilaku (*behavioral intention*) tidak cukup dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) dan norma subjektif (*subjective norm*), tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Ajzen & Fishbein, 1991). Teori perilaku terencana atau TPB (*Theory Of Planned Bheviour*) Merupakan pengembangan lebih lanjut dari teori perilaku beralasan (*Theory Of Reasoned Action*). TPB merupakan kerangka berfikir konseptual yang bertujuan untuk menjelaskan determinan perilaku tertentu, Teori ini di susun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan secara informasi yang tersedia (Mentari, 2021).

*Theory of planned behavior* (TPB) memberikan asumsi bahwa banyak perilaku tidak semuanya dibawah Kontrol penuh individual sehingga perlu ditambahkan konsep control prilaku persepsian. Fokus teori TPB mengarah pada penganalisisan kondisi tertentu ketika control diri atas perbuatan tidak dimiliki oleh banyak individu (Rakhmawati & Rusydi, 2020). Jadi didalam teori TPB terdapat tiga komponen yaitu : (Icek Ajzen, 1992).

a. Sikap Terhadap Prilaku (*Attitude Towards the Behavior*).

Sikap adalah perasaan positif atau negatif yang dimiliki seseorang ketika harus melakukan perilaku yang akan dilakukan. Sikap terhadap perilaku adalah evaluasi menyeluruh seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh kepercayaan-kepercayaan yang kuat tentang perilakunya disebut dengan istilah kepercayaan-kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*).

b. Norma Subjektif (*subjective norm*)

Norma Subjektif adalah pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan ataupun tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Kepercayaan-kepercayaan yang mendasari norma subjektif disebut dengan kepercayaan-kepercayaan normatif (*normative beliefs*).

c. Kontrol Perilaku Persepsi (*Perceived Behavioral Control*)

Kontrol perilaku persepsi didefinisikan sebagai kemudahan atau kesulitan persepsi untuk melakukan perilaku. Perlu diperhatikan di dalam teori perilaku rencana jika niat-niat menunjukkan keinginan seseorang untuk mencoba perilaku tertentu. Jadi *Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah suatu teori yang menjelaskan hubungan antara sikap pribadi individu yang akan mempengaruhi niat dan kelakuan mereka.

## 2.2 Minat Menabung

### 2.2.1 Pengertian Minat Menabung

Dalam kamus umum Bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai suatu kecenderungan hati (kesukaan) terhadap suatu perhatian. Kesukaan atau minat terhadap sesuatu perhatian tersebut merupakan hasil belajar yang bisa menyokong untuk belajar selanjutnya. Minat merupakan motivasi dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang bertujuan agar bisa memuaskan kebutuhannya. Menurut pendapat lainnya oleh Holland bahwa minat adalah merupakan sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat bukanlah sesuatu yang timbul dengan sendirinya melainkan ada unsur kebutuhan, misalnya kebutuhan untuk menabung (Haryono, 2022).

Minat adalah ketika seseorang menunjukkan suatu kebutuhan ataupun keinginan yang ada didalam dirinya dan hal tersebut memunculkan makna yang terkandung didalamnya. Sadirman menyatakan bahwa menurutnya minat tidaklah datang secara tiba-tiba melainkan minat adalah sesuatu yang muncul karena adanya pengalaman, partisipasi kebiasaan bekerja, dan lain sebagainya. Maka dari itu minat tidak terlepas dari adanya suatu keinginan dan kebutuhan terhadap sesuatu.

Menurut pendapat Kotler (2005) bahwa minat untuk menabung dapat diasumsikan sebagai minat beli. Dimana menurutnya minat beli merupakan suatu tindakan yang datang dari dalam diri seseorang atas respon terhadap suatu objek tertentu yang

menunjukkan bahwa pelanggan memiliki keinginan untuk melakukan pembelian terhadap objek tersebut.

### **2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah**

Faktor yang mempengaruhi minat menurut Crow and Cow 2001 berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu (Salindri & Lesmana, 2022):

a) Faktor dorongan

Artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya. Faktor sosial

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

b) Faktor motif sosial

Artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungan atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan.

c) Faktor emosional atau perasaan

Artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh

minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

### **2.2.3 Indikator Minat**

Terdapat beberapa indikator yang terdapat dalam minat beli berdasarkan menurut pendapat Lucas dan Britt (2003) adalah sebagai berikut (Haryono, 2022):

1) Perhatian (*Attention*)

Pada tahapan ini konsumen memiliki rasa perhatian yang besar terhadap suatu produk barang atau jasa..

2) Ketertarikan (*Interest*)

Pada saat konsumen telah memiliki perhatian terhadap suatu produk baik barang atau jasa maka setelah itu muncul rasa tertarik pada konsumen atas produk tersebut.

3) Keinginan (*Disire*)

Setelah muncul rasa tertarik pada konsumen maka pada tahapan ini konsumen memiliki perasaan untuk memiliki atau mengingini produk tersebut.

4) Keyakinan (*Conviction*)

Pada tahap ini konsumen mulai membuat keputusan untuk memiliki dengan cara membeli karena konsumen telah yakin terhadap produk tersebut.

### **2.2.4 Macam-macam Minat**

Menurut (Zainal et al., 2022) bahwa macam minat itu dapat dibagi tiga yakni::

a) Berdasarkan timbulnya

Minat dapat dibedakan menjadi minat primitive dan minat kultural, yang mana Minat primitive adalah suatu minat timbul karena sebuah kebutuhan biologis atau jaringan jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural bisa dikatakan sebagai minat sosial yaitu minat yang timbul karena proses belajar.

b) Berdasarkan Arahnya

Minat dapat dibedakan menjadi minat Intrinsik yaitu minat yang berhubungan langsung dengan aktivitas itu sendiri dan minat Ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

c) Berdasarkan cara mengungkapkan misalnya *Expressed Interest, Manifest Interest, Tested Interest* dan *Invetoried Interest*.

## **2.3 Pemahaman Produk**

### **2.3.1 Pengertian Pemahaman Produk**

Suharsimi (2009) menyatakan bahwa pemahaman (*comprehension*) adalah bagaimana seseorang mempertahankan, membedakan, menduga (*estimates*), menerangkan, memperluas, menyimpulkan, menggeneralisasikan, memberikan contoh, menuliskan kembali, dan memperkirakan. Dengan pemahaman, dapat diminta untuk membuktikan bahwa ia memahami hubungan sederhana antara fakta-fakta dan konsep.

Menurut Benyamin S.Bloom dalam buku Anas Sudijono, mengatakan bahwa pemahaman merupakan kemampuan individu

untuk menangkap makna atau mengerti suatu hal setelah informasi tersebut diketahui dan diingat. Seseorang dikatakan telah memahami apabila mampu menjelaskan kembali materi yang dipelajari secara lebih rinci dengan menggunakan bahasa atau ungkapannya sendiri (Zulfa, 2008).

### **2.3.2 Produk Tabungan Bank Syariah**

Menurut Pedoman Akuntansi Perbankan Indonesia (PAPI, 2008), Tabungan merupakan bagian dari simpanan atau dana pihak ketiga. Tabungan merupakan simpanan pihak lain pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah bahwa Tabungan merupakan simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu (Dian Pramana, 2022).

Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN MUI/IV/2000, tabungan terdiri atas 2 jenis, yaitu:

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 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*

Akad wadiah merupakan salah satu wujud perjanjian dalam hukum keuangan Islam dimana seorang individu mempercayakan dana atau aset kepada pihak lain untuk dijaga, dikendalikan, atau dikelola dengan keamanan. Kepercayaan dan tanggung jawab menjadi prinsip dasar dalam penerapan akad wadiah. Pihak yang menerima Amanah (*wadi*) bertanggung jawab untuk menjaga aset dan mengembalikan aset tersebut kepada pemiliknya (*muwaddi*) saat diminta. Pemilik aset menyerahkan kepemilikan aset kepada pihak yang menerima Amanah Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya Vol. 3 No. 2 (2024) 183 tanpa ada jaminan pengembalian pokok atau imbalan atas penggunaan aset tersebut. Kejujuran, integritas, dan kepercayaan menjadi pedoman dalam hubungan antara wadidan *muwaddi*. Akad wadiah diaplikasikan dalam berbagai jenis keuangan Islam, seperti tabungan di bank syariah, transaksi perbankan syariah, *safe deposit box*, penitipan amanat, dan pengelolaan dana amal. Pemilik aset tidak memperoleh

keuntungan atau imbalan tetap terhadap penggunaan aset yang dimilikinya, kecuali ada persetujuan khusus antara wadidan muwaddi (Amani, 2023).

Minimnya atau bahkan tidak ada biaya administrasi dalam produk perbankan syariah yang menggunakan akad wadiah tentu dapat menarik minat nasabah untuk melakukan transaksi dengan produk perbankan syariah tersebut. Khususnya pada nasabah bank syariah di Indonesia, karena Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam menjatuhkan pilihan mereka dalam bertransaksi kepada bank syariah. Berbagai kemudahan lainnya yang terdapat di perbankan syariah yang menjadi nilai tambah seperti adanya *mobile banking*, kemudahan untuk berinfak, dan adanya fitur jadwal sholat.

Secara umum terdapat dua jenis wadiah, *wadiah yad al-amanah* dan *wadiah yad adh-dhamanah*:

a. *Wadi`ah yad al-amanah*

*Wadi`ah yad al-amanah* adalah dimana penerima titipan tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan barang yang ditipkan selama bukan akibat dari kelalaian yang dititipi. Pihak yang menerima titipan pada wadi`ah yad al-amanah ini tidak boleh menggunakan dan memanfaatkan uang atau barang yang dititipkan, tetapi harus benarbenar menjaganya sesuai kelaziman. Pihak menerima titipan dapat membebankan biaya kepada penitip sebagai biaya penitipan.

b. *Wadi'ah yad adh-dhamanah*

*Wadi'ah yad adh-dhamanah* adalah dimana penerima titipan memanfaatkan barang titipan tersebut dengan seizin pemiliknya dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat kala pemilik menghendakinya. Akad pentitipan tersebut, pihak yang diberi kepercayaan dapat memanfaatkan barang titipan dan bertanggung jawab atas titipan tersebut bila terjadi kerusakan atau kelalaian dalam menjaganya, dan keuntungan dari pemanfaatan barang titipan tersebut menjadi hak penerima titipan. Semua keuntungan yang dihasilkan dari dana titipan tersebut menjadi milik yang di titipi (Bank atau Lembaga Keuangan Syariah), tetapi dapat juga diberikan bonus kepada penitip bonus dengan catatan tidak disyaratkan sebelumnya dan jumlah tidak ditetapkan dalam nominal persentase.

2. *Mudharabah*

Akad bank syariah yang utama dan paling disepakati oleh para ulama adalah akad dengan pola bagi hasil dengan prinsip mudharabah dan musyarakah. Mudharabah dapat diartikan sebagai akad kerja sama usaha antara dua belah pihak. Kedua pihak tersebut yaitu pihak pemilik dana sebagai pihak pertama yang menyediakan seluruh dana (100%) dan pihak pengelola dana sebagai pihak kedua yang bertindak sebagai pengelola. Dalam *Mudharabah*, keuntungan usaha dibagi sesuai kesepakatan semua pihak yang ditulis di dalam kontrak perjanjian. Lalu, jika

mengalami kerugian finansial maka pihak pertama akan menanggungnya, tetapi jika karena kelalaian pengelola maka akan ditanggung oleh pengelola dana.

Akad *mudharabah* merupakan suatu transaksi investasi berdasarkan kepercayaan. Kepercayaan merupakan unsur terpenting dalam akad *mudharabah*, yaitu kepercayaan dari pemilik dana kepada pengelola dana. Kepercayaan ini penting dalam akad *mudharabah* karena pemilik dana tidak boleh ikut campur di dalam manajemen perusahaan atau proyek yang dibiayai dengan dana dari pemilik dana tersebut, kecuali sebatas memberikan saran-saran dan melakukan pengawasan pada pengelola dana (Marleni, 2019).

Pembiayaan *Mudharabah* berdasarkan PSAK No. 105 tentang akuntansi *mudharabah*, diklasifikasikan ke dalam tiga jenis (Inzani, 2019) yaitu:

- 1) *Mudharabah muthlaqah* merupakan *mudharabah* di mana pemilik dana memberikan kebebasan kepada pengelola dana dalam pengelolaan investasinya
- 2) *Mudharabah muqayyadah* merupakan *mudharabah* di mana pemilik dana memberikan batasan kepada pengelola antara lain mengenai dana, lokasi, cara, dan objek investasi.
- 3) *Mudharabah musyatarakah* merupakan *mudharabah* di mana pemilik dana menyertakan modal alam kerja samanya.

### 2.3.3 Indikator Pemahaman Produk

Menurut (Bloom & Krathwohl, 1956) menyatakan bahwa ada tujuh indikator yang dapat dikembangkan dalam tingkatan proses kognitif pemahaman yaitu:

a. Interpretasi (*Interpreting*)

*Interpreting* (interpretasi) merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk dapat menerima pengetahuan/informasi dari objek tertentu serta mampu menjelaskannya kedalam bentuk lain. Misalnya menjelaskan dari kata terhadap kata (paraphrase/menguraikan dengan katakata), gambar terhadap kata, kata terhadap gambar, angka terhadap kata, kata terhadap angka, notasi terhadap nada. Istilah lain dari interprestasi adalah menerjemahkan, mengklarifikasikan dan menggambarkan.

b. Mencontohkan (*Exemplifying*)

*Exemplifying* merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk memberikan contoh suatu konsep yang sudah dipelajari dalam proses pembelajaran. Pemberian contoh terjadi ketika seseorang memberi contoh yang spesifik dari objek yang masih umum atau prinsip. Pemberian contoh meliputi identifikasi defenisi, ciri-ciri dari objek general atau prinsip.

c. Mengklarifikasikan (*Classification*)

*Classification* (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. Klasifikasi meliputi bagian kegiatan mencari ciri-ciri yang relevan atau mencari sebuah pola. Klasifikasi merupakan sebuah pelengkap proses *examflying*. Bentuk alternatif dari mengklasifikasi ini adalah menggolongkan dan mengkategorikan.

d. Meringkas (*summarizing*)

*Summarizing* merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk mengembangkan pernyataan yang mampu menggambarkan isi informasi/tema secara keseluruhan berupa ringkasan/resume atau abstrak. Meringkas meliputi kegiatan penyusunan gambaran informasi, seperti arti pengertian dari suatu adegan dan menyimpulkan dari bentuk tersebut seperti menemukan tema. Alternatif bentuk ini adalah generalisasi atau abstrak.

e. Menyimpulkan (*Inferring*)

*Inferring* merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk menemukan sebuah pola dari suatu gambaran materi yang diberikan. Aktivitas ini merupakan aktivitas lanjutan dari kegiatan membuat resume atau abstraksi dari materi tertentu dengan ciri-ciri yang relevan serta dapat

hubungan yang jelas antara keduanya. Pengambilan keputusan terjadi ketika seseorang mampu mengihtisarkan suatu objek.

f. Membandingkan (*Comparing*)

*Comparing* (membandingkan) merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk mendeteksi persamaan dan perbedaan antara dua objek atau lebih, kejadian, ide, masalah, atau situasi seperti menentukan bagaimana kejadian itu dapat terjadi dengan baik. Mencari satu persatu hubungan antara satu elemen dengan pola dalam satu obyek, peristiwa, atau ide dilain objek, peristiwa atau ide juga yang termasuk kedalam tahap membandingkan. Nama lain dari *comparing* adalah membedakan, menyesuaikan.

g. Menjelaskan (*Explainig*)

Merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang agar seseorang tersebut dapat mengembangkan dan menggunakan sebuah penyebab atau pengaruh dari objek yang diberikan. Nama lain dari *explaining* adalah menjelaskan pengembangan sebuah objek model pembelajaran. Menjelaskan terjadi ketika seseorang mampu membangun dan menggunakan model sebab akibat dalam suatu sistem. Model mungkin diperoleh dari teori formal atau mungkin dalam penelitian atau percobaan (Susiawati & , Angko Wildan, 2020).

## 2.4 Kualitas Pelayanan

### 2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan kesesuaian antara persyaratan dan kecocokan untuk pemakai, perbaikan secara berkelanjutan, terbebas dari kerusakan, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sejak dari awal serta setiap saat, untuk melaksanakan segala sesuatunya secara benar dari awal, dan sesuatu ini dimaksud yang dapat membahagiakan pelanggan. Kualitas berarti menjaga janji kepada pelanggan atas pelayanan yang akan diberikan, sehingga pihak yang dilayani tersebut merasa puas dan ini diungkapkan secara tertulis. Kualitas diartikan bahwa: adanya kesesuaian untuk digunakan, atau dapat juga diartikan bahwa kualitas suatu produk pelayanan harus bisa memenuhi apa-apa yang diharapkan oleh pengguna.

Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka

kualitas pelayanan dipersepsikan buruk (Andika & Syahputra, 2021)

#### **2.4.2 Klasifikasi Pelayanan**

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

- 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) *Facilitating service*, adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan. Pelayanan tambahannya adalah adanya bagi hasil yang diberikan kepada nasabah penabung.

#### **2.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut (Owen, 2001) ada beberapa indikator kualitas pelayanan (Khaliq, 2019) antara lain:

- 1) *Compliance* adalah kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dalam beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam.
- 2) *Assurance* adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keinginan yang didalamnya termasuk komunikasi variabel dan tertulis antara karyawan dan nasabah.

- 3) *Reliability* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- 4) *Tangibility* adalah penampilan komponen fisik. Penampilan fisik ini termasuk didalamnya sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sehingga menampilkan pelayanan yang diberikan oleh pembeli jasa.
- 5) *Empathy* adalah peduli, perhatian individual yang bank syariah sediakan bagi pelanggannya.
- 6) *Responsibility* adalah suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

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).

## 2.5 Nasabah non-Muslim

### 2.5.1 Pengertian Nasabah non-Muslim

Berdasarkan terminologi fiqih Islam klasik, individu non-Muslim disebut sebagai dzimmi, yang berarti sebagai kelompok yang tinggal di bawah pemerintahan Islam yang menjamin keamanan hidup mereka dan membebaskan mereka dari kewajiban militer dan zakat, namun diwajibkan untuk membayar pajak. Pada masa penaklukan wilayah politik Islam, yang terjadi dalam skala besar mulai dari zaman Khulafaur Rasyidin, kemudian diperkuat pada masa Bani Umayyah dan Bani Abbasiyah setelahnya. Individu non-Muslim pada saat itu diberikan pilihan untuk memeluk Islam atau tetap pada agama mereka dan hidup di bawah pemerintahan politik Islam yang menaklukkannya. Mereka yang memilih untuk tetap pada agama mereka disebut sebagai kafir dzimmi, yaitu individu yang dilindungi (Oktapian et al., 2024).

Individu non-Muslim yang tinggal di negara Islam memiliki hak-hak asasi mereka yang dijamin oleh hukum syariah. Hak-hak yang diberikan kepada individu kafir dzimmi merupakan keputusan yang tidak dapat diubah. Terdapat beberapa pedoman dalam Al-Qur'an dan sunnah yang menjelaskan tentang upaya untuk memperkuat hubungan antara umat Muslim dan non-Muslim.

#### 1. Al-Qur'an

يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَفُومُ كَمَا إِلَّا يَقُومُونَ لَا الرَّبُّوا يَأْكُلُونَ الَّذِينَ  
الرَّبُّوا مِثْلُ الْبَيْعِ إِنَّمَا قَالُوا بِأَنَّهُمْ ذَلِكَ الْمَسِّ مِنَ الشَّيْطَانِ

رَبِّهِ مِّنْ مَّوْعِظَةٍ ۖ جَاءَهُ فَمَنْ الرِّبَاُ وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَاحِلًا  
 فَأُولَٰئِكَ عَادَ وَمَنْ اللَّهُ إِلَى ۖ وَأَمْرُهُ سَلَفٌ مَّا ۖ فَلَهُ فَاَنْتَهَى  
 ٢٧٥ خَلِدُونَ فِيهَا هُمْ النَّارِ اصْحَابُ

Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya a (QS. al-Baqarah: 275).

### Tafsir Al-Muyassar

“QS. al-Baqarah: 275: Orang-orang yang memakan riba yakni melakukan transaksi riba dengan mengambil atau menerima kelebihan di atas modal dari orang yang butuh dengan mengeksploitasi atau memanfaatkan kebutuhannya, tidak dapat berdiri, yakni melakukan aktivitas, melainkan seperti berdirinya orang yang termasuk setan karena gila. Mereka hidup dalam kegelisahan; tidak tenteram jiwanya, selalu bingung, dan berada dalam ketidakpastian, sebab pikiran dan hati mereka selalu tertuju pada materi dan penambahannya. Itu yang akan mereka alami di dunia, sedangkan di akhirat mereka akan dibangkitkan dari kubur dalam keadaan sempoyongan, tidak tahu arah yang akan mereka tuju dan akan mendapat azab yang pedih. Yang demikian itu karena mereka berkata dengan bodohnya bahwa jual beli sama dengan riba dengan logika bahwa keduanya sama-sama menghasilkan keuntungan. Mereka beranggapan seperti itu, padahal Allah telah

*menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Substansi keduanya berbeda, sebab jual beli menguntungkan kedua belah pihak (pembeli dan penjual), sedangkan riba sangat merugikan salah satu pihak. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, setelah sebelumnya dia melakukan transaksi riba, lalu dia berhenti dan tidak melakukannya lagi, maka apa yang telah diperolehnya dahulu sebelum datang larangan menjadi miliknya, yakni riba yang sudah diambil atau diterima sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan, dan urusannya kembali kepada Allah. Barang siapa mengulangi transaksi riba setelah peringatan itu datang maka mereka itu penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya untuk selama-lamanya”.*

## **2.6 Bank Syariah**

### **2.6.1 Pengertian Bank Syariah**

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dana/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Menurut ensiklopedia Islam, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'ah Islam (Jannah dan Akbar, 2023).

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat (1) Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam pasal 1 ayat (7) Undang-Undang Nomor 21

Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Dalam pasal 1 ayat (12), menyebutkan bahwa prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah (Efrina, 2022).

Bank syariah dalam menjalankan usahanya menggunakan pola bagi hasil yang merupakan landasan utama segala operasinya, baik dalam produk pendanaan, pembiayaan maupun dalam produk lainnya. Produk- produk bank syariah mempunyai kemiripan tetapi tidak sama dengan produk bank konvensional karena adanya pelarangan riba, gharar dan maysir. Oleh karena itu produk-produk pendanaan dan pembiayaan pada bank syariah harus menghindari unsur-unsur yang dilarang tersebut.

Perbankan Syariah, bank Islam adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam yang sah, dikembangkan pada abad pertama Islam menggunakan konsep berbagi resiko sebagai metode utama, dan meniadakan keuangan yang berdasarkan kepastian serta keuntungan yang ditentukan sebelumnya. Pengertian senada diungkapkan oleh Karnaen Muhammad Perwataatmaja Syafi'i dan Antonio mendefinisikan bank Islam sebagai bank yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip syariat Islam, yakni bank yang dalam beroperasinya mengikuti

ketentuan-ketentuan syariat Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam (Jannah, 2023).

Berdasarkan berbagai pendapat yang telah dikemukakan dapat dipahami bahwa bank syariah atau bank Islam adalah suatu lembaga keuangan perbankan dalam kegiatan operasionalnya dan sistem yang diterapkan berdasarkan syariat Islam

### **2.6.2 Tujuan Bank Syariah**

Bank Syariah memiliki tujuan yang berbeda dengan Bank Konvensional, karena Bank Syariah tidak hanya berfokus pada aspek komersial tetapi juga memiliki tanggung jawab moral yang penting. Meskipun tujuan utamanya tetap untuk mencari keuntungan seperti Bank Konvensional lainnya. Bank Syariah juga mempunyai tujuan diantaranya sebagai berikut:

- 1) Menerapkan Prinsip-Prinsip Syariah Tujuan utama Bank Syariah adalah untuk menjalankan kegiatan perbankan yang sejalan dengan hukum Islam (Syariah). Ini berarti melarang praktik-praktik seperti riba (bunga) dan spekulasi yang berlebihan (gharar), serta mendorong transaksi yang adil dan transparan.
- 2) Menghindari Riba (Bunga) Dalam Islam, penerapan riba atau bunga dilarang karena dianggap sebagai bentuk eksploitasi. Bank Syariah bertujuan untuk menggantikan sistem bunga dengan sistem bagi hasil (mudharabah dan musyarakah), di mana keuntungan atau kerugian ditanggung bersama oleh bank dan nasabah.

- 3) Mendukung Ekonomi Berbasis Keadilan Sosial Bank Syariah berusaha menciptakan sistem ekonomi yang adil dan seimbang. Ini termasuk mendukung kegiatan yang bersifat produktif, mendorong kesejahteraan sosial, dan menghindari praktik yang eksploitatif atau merugikan masyarakat luas.

## 2.7 Penelitian Terkait

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

1. Penelitian yang dilakukan oleh Assagaf (2023), dengan judul penelitian "*Pengaruh Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Kota Bitung*". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel 40 responden non-Muslim. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Produk, Lokasi, dan Promosi secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat non-Muslim untuk menjadi nasabah. Penelitian ini memiliki persamaan karena fokus pada responden non-Muslim dan meneliti minat terhadap bank syariah. Perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan dan lokasi penelitian (Kota Bitung) yang berbeda dari penelitian Anda di Kota Sabang.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmi (2023), dengan judul penelitian "*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)*”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan analisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun pemahaman produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan pemahaman terhadap produk syariah akan berdampak langsung pada peningkatan minat mahasiswa, termasuk non-Muslim, untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Stiyowati (2023), dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan variabel lokasi, pelayanan, religius stimuli, reputasi, profit sharing, dan promosi terhadap minat nasabah non-Muslim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap minat nasabah non-Muslim menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini memiliki persamaan karena sama-sama meneliti minat nasabah non-Muslim terhadap bank syariah. Perbedaannya terletak pada variabel penelitian yang lebih banyak serta lokasi penelitian yang dilakukan di BPRS

Gunung Slamet Cilacap, sedangkan penelitian Anda dilakukan pada Bank Syariah Indonesia di Kota Sabang.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2022), dengan judul penelitian *“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden non-Muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, promosi, dan reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat non-Muslim menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Sedangkan variabel harga, lokasi, dan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat non-Muslim menjadi nasabah. Penelitian ini memiliki persamaan karena sama-sama meneliti minat nasabah non-Muslim terhadap bank syariah dengan pendekatan kuantitatif. Perbedaannya terletak pada variabel penelitian yang digunakan serta lokasi penelitian yang dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan penelitian Anda dilakukan di Kota Sabang.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Irawan (2022), dengan judul penelitian *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Menabung di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Kabanjahe Sumatera Utara*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan variabel produk, fasilitas pelayanan, brand image, dan

promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel berpengaruh terhadap keputusan nasabah non-Muslim menabung di bank syariah. Namun secara parsial, variabel produk dan promosi tidak berpengaruh signifikan, sedangkan fasilitas pelayanan dan brand image berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah non-Muslim. Penelitian ini memiliki persamaan karena sama-sama membahas nasabah non-Muslim pada bank syariah dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaannya terletak pada variabel penelitian serta lokasi penelitian yang dilakukan di KC Kabanjahe Sumatera Utara, sedangkan penelitian Anda dilakukan di Kota Sabang.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Fadhillah (2022), dengan judul penelitian “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menggunakan Bank Syariah Indonesia*”. Hanna menggunakan metode kuantitatif dan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, dan sikap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, dan Sikap secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non-Muslim menggunakan Bank Syariah Indonesia. Persamaan penelitian ini sangat kuat karena sama-sama meneliti minat nasabah non-Muslim terhadap BSI dan menggunakan variabel Kualitas Pelayanan, meskipun penelitian Hanna juga melibatkan Pengetahuan dan Sikap.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Haida (2021,) dengan judul penelitian “Pengaruh Pemahaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Dumai”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat/nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Dumai. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan program statistik (SPSS) melalui beberapa tahapan analisis, meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Dumai. Selain itu, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Secara simultan, variabel pemahaman produk dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Dumai.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Haryanti (2021) dengan judul penelitian “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non-Muslim Memilih Produk Tabungan Bank Syariah di Banda Aceh*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari 100 responden dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Analisis dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi

klasik, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi, lokasi, pelayanan, dan Qanun Lembaga Keuangan Syariah (LKS) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah non-Muslim memilih produk tabungan bank syariah. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi promosi (0,001), lokasi (0,044), pelayanan (0,003), dan Qanun LKS (0,000) yang semuanya di bawah 0,05. Sebaliknya, faktor profit sharing dan reputasi tidak berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi masing-masing 0,185 dan 0,086. Secara simultan, seluruh variabel promosi, profit sharing, reputasi, lokasi, pelayanan, dan Qanun LKS berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah non-Muslim untuk memilih produk tabungan bank syariah di Banda Aceh.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terkait**

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Hafizhah Assagaf (2023) Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Kota Bitung	Regresi Linear Berganda	Pengaruh Produk, Lokasi, dan Promosi secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat non-Muslim untuk menjadi nasabah di Kota Bitung.
2.	Fajri Rahmi (2023) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemahaman Produk Terhadap Minat	Regresi Linear Berganda	Pada Variabel kualitas pelayanan maupun pemahaman produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Menabung pada BSI		terhadap minat menabung di bank syariah.
3.	Rina Endah Stiyowati (2023) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Bprs Gunung Slamet Cilacap)	Regresi Linear Berganda	Variabel Lokasi dan Profit Sharing berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah BPRS Gunung Slamet Cilacap. Variabel pelayanan, Religius Stimulu, Reputasi dan Promosi tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah BPRS Gunung Slamet Cilacap.
4.	Siti Rahmawati (2022) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Istimewa Yogyakarta	Regresi Linear Berganda	Variabel produk, promosi dan reputasi bank berpengaruh terhadap minat non Muslim menjadi Nasabah BSI. Variabel harga, Lokasi dan pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat non Muslim menjadi Nasabah BSI.
5.	Fadly Irawan (2022) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Menabung Di Pt. Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kantor Cabang Kabanjahe Sumatera Utara	Regresi Linear Berganda	Variabel fasilitas pelayanan dan brand image berpengaruh signifikan terhadap nasabah non muslim menabung di BSI KC Kabanjahe. Variabel produk dan promosi tidak berpengaruh terhadap nasabah non muslim menabung di BSI KC Kabanjahe.
6.	Hanna Fadhillah (2022) Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menggunakan BSI	Regresi Linear Berganda	Variabel Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, dan Sikap secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non-Muslim menggunakan Bank Syariah Indonesia.
7.	Syamratul Haida (2021) Pengaruh Pemahaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap	Regresi Linear Berganda	Pemahaman produk dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Dumai		terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Dumai.
8.	Liza Haryanti (2021) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non-Muslim Memilih Produk Tabungan Bank Syariah di Banda Aceh	Regresi Linear Berganda	Promosi, lokasi, pelayanan, dan Qanun Lembaga Keuangan Syariah (LKS) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah non-Muslim memilih produk tabungan bank syariah.

Sumber: Data di olah (2025)

## 2.8 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  $X_1$ : Kualitas Pelayanan

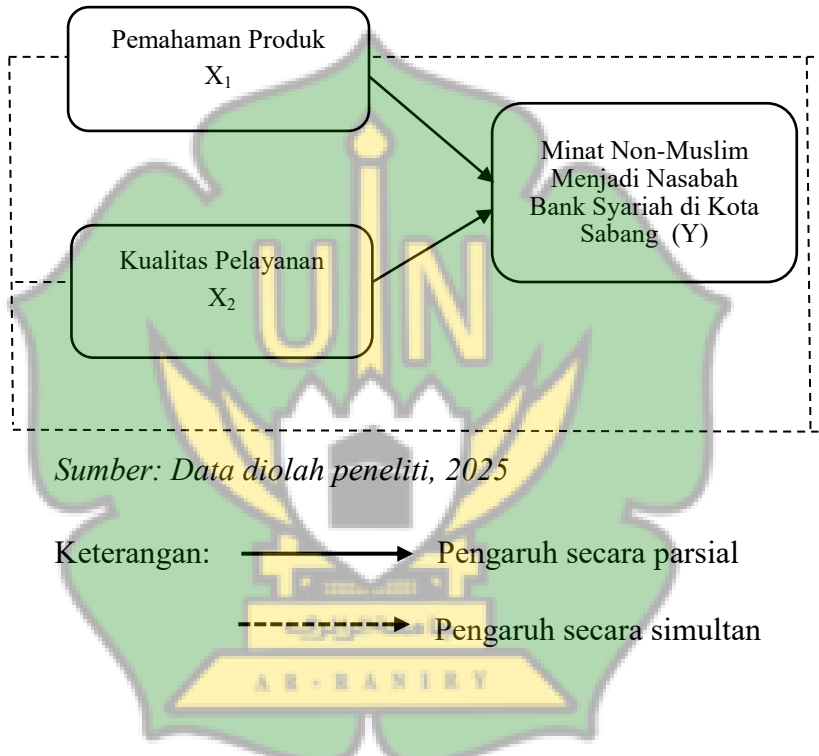
Variabel  $X_2$ : Pemahaman Produk

Variabel Y : Minat Menabung

Dalam penelitian ini variabel yang mempengaruhi “independent” (variabel bebas) yakni pemahaman produk dan kualitas pelayanan, sedangkan minat nasabah non-Muslim menjadi nasabah di Bank Syariah merupakan variabel yang dipengaruhi “dependen” (variabel terikat). Berdasarkan hasil penelusuran penelitian terdahulu dan kajian teori, maka kerangka pemikiran

penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut jika digambarkan adalah sebagai berikut:

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



## 2.9 Pengembangan Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis penelitian dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan masih didasarkan pada pengumpulan data. Berdasarkan teori dan konseptual, maka hipotesis penelitian ini adalah:

## **1. Pengaruh pemahaman produk dengan minat nasabah non muslim menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Sabang**

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 (Haida, 2020).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahmi (2023) yang menyimpulkan bahwa bahwa variabel pemahaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung. Haida (2021) juga meneliti hal serupa yang memperoleh kesimpulan bahwa pemahaman produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menabung di BSI. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Hasan (2024) menunjukkan bahwa variabel produk tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Hubungan antara produk dengan minat umat non-muslim adalah semakin bervariasi produk yang diberikan oleh Bank Syariah kepada masyarakat maka akan memunculkan minat tersendiri kepada masyarakat baik muslim maupun non-muslim untuk menggunakan maupun memanfaatkan produk yang ditawarkan. Pada dasarnya banyak masyarakat yang tingkat keingintahuannya tinggi untuk itu sangat cocok jika bank syariah

mengeluarkan produk-produk yang beragam guna menarik minat masyarakat.

*H1 = Terdapat pengaruh pemahaman produk terhadap minat masyarakat nonmuslim menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Sabang.*

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Minat Nasabah Non Muslim Menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Sabang**

Menurut Alwahidin dan Afni (2022), pelayanan merupakan suatu tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh individu maupun organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, maupun pimpinan. Pelayanan yang diberikan secara optimal dan memuaskan kepada nasabah dapat menimbulkan kesan positif, sehingga berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan tersebut.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Tanjung (2023) terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hardana, Nasution dan Damisa (2022) menyimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat nasabah. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Hasanah, Hardini dan Digidowiseiso ) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Perilaku Nasabah. Hubungan kualitas layanan dengan minat umat non muslim adalah jika kualitas pelayanannya yang diberikan terus meningkat nantinya

akan terciptanya reputasi baik oleh nasabah. Dengan kualitas layanan yang diberikan juga mampu menarik minat masyarakat baik muslim maupun non-muslim untuk memanfaatkan produk pada bank syariah.

*H2 = Terdapat Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Sabang*

### **3. Pengaruh Simultan Pemahaman Produk dan Kualitas Pelayanan dengan Minat Nasabah Non Muslim Menabung di Bank Syariah Indonesia**

Berdasarkan kepada beberapa penelitian terdahulu dan teori diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemahaman produk dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi minat menabung, yang artinya bila nilai dari produk dan kualitas pelayanan meningkat atau menurun, maka akan mempengaruhi perubahan nilai minat menabung.

Pengaruh pemahaman produk dan kualitas pelayanan dapat dikatakan saling berkaitan satu sama lain.

*H3 = Pemahaman Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah Non Muslim pada Bank Syariah Indonesia*

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menyajikan pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi yang berbeda dari data (Kuncoro, 2007: 1), Penelitian kuantitatif adalah suatu metode pengujian suatu teori dengan cara menguji hubungan antar variabel. Mengukur semua jenis variabel dengan alat survey dan menggunakan metode statistik untuk menganalisis data dalam bentuk numerik (Creswell, 2010: 5). Penelitian ini dimaksudkan untuk mencari informasi yang lebih terukur tentang pengaruh yang mempengaruhi minat umat non-muslim menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Sabang seperti, pemahaman produk dan kualitas pelayanan.

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 pemahaman produk dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah non muslim 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**

Penelitian ini dilakukan di salah satu Bank syariah di Kota Sabang yaitu Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang KCP Sabang 2: Jl. Perdagangan No. 125, Kel. Kota Bawah Timur, Kec. Sukakarya, Kota Sabang. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Sabang dikarenakan responden yang menjadi sasaran penelitian adalah Masyarakat dan nasabah itu sendiri.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran generalisasi hasil penelitian. (Sugiyono, 2019) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sebuah populasi dengan jumlah individu tertentu dinamakan populasi finit sedangkan jika jumlah individu dalam kelompok tidak mempunyai jumlah yang tetap, ataupun jumlahnya tidak terhingga disebut populasi infinit (Gede, 2024). Dalam konteks penelitian pendidikan, populasi bisa berupa siswa, guru, sekolah, kebijakan pendidikan, atau praktik pembelajaran tertentu. Dalam penelitian ini populasi mencakup seluruh nasabah non muslim yang menjadi

nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Sabang. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan sebanyak 425 nasabah non muslim. (BSI, 2026).

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel yang diambil harus benar-benar mewakili populasi (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, 2010). Sampel merupakan sebagian dari populasi, sampel yang baik harus dapat menjelaskan semua ciri yang ada dalam populasi (Roflin eddy, 2021). Metode pengambilan sampel menggunakan teknik dengan metode teknik sampling. Non-probability sampling adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel, dengan targeted sampling yang mana teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Adapun rumus metode slovin yang digunakan sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N e^2)$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan 10%

Dengan demikian besaran sampel dalam penelitian ini, penjabarannya sebagai berikut: Diketahui  $N = 720$  orang. Dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel 10%.

$$n = N / (1 + N e^2)$$

$$n = 425 / (1 + 425 (0,01))$$

$$n = 425 / (1 + 4,25)$$

$$n = 425 / 5,25 = 80,95 = 81.$$

Dari rumus diatas, maka nilai sampel ( $n$ ) yang diperoleh ialah 80,95 orang dan dibulatkan menjadi 81 nasabah non-muslim.

### 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*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling*. Metode *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik pengambilan sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* yang menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana subjek dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan oleh peneliti.

Teknik ini sering digunakan dalam penelitian kualitatif, terutama ketika peneliti tertarik untuk mempelajari kasus-kasus yang unik atau sangat relevan dengan pertanyaan penelitian. *Purposive Sampling* memungkinkan peneliti untuk fokus pada kelompok atau individu yang paling relevan dengan tujuan penelitian, sehingga informasi yang dikumpulkan menjadi lebih kaya dan spesifik. Namun, sifatnya yang sangat subjektif dapat mengakibatkan hasil penelitian sulit untuk digeneralisasikan (Subhaktiyasa, 2024).

Penelitian ini memfokuskan pada responden masyarakat non-Muslim yang berusia minimal 18-55 tahun ke atas dan berdomisili di wilayah Kota Sabang sebagai target potensial pengguna layanan Bank Umum Syariah (BUS), tanpa melakukan pengelompokan berdasarkan agama tertentu. Hal ini dilakukan untuk menjaga kenyamanan responden serta menekankan pendekatan penelitian yang bersifat inklusif dan rasional, di mana fokus analisis diarahkan pada faktor psikologis dan sosial non-Muslim secara umum, bukan pada perbedaan doktrin keagamaan masing-masing agama.

### **3.5 Sumber Data**

Untuk melengkapi penelitian maka perlu didukung oleh data yang lengkap serta akurat. Berdasarkan sumbernya, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua jenis, yaitu data sekunder dan primer:

## 1. Data Primer

Data primer merupakan sumber informasi utama yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dalam proses penelitian. Data ini diperoleh dari sumber asli, yaitu responden atau informan yang terkait dengan variabel penelitian. Data primer dapat berupa hasil observasi, wawancara, atau pengumpulan data melalui angket. Contoh pengumpulan data primer meliputi wawancara dengan subjek penelitian, observasi langsung di lapangan, dan penggunaan kuesioner yang disebar kepada responden (Undari Sulung, 2024). Data primer yang didapatkan dalam penelitian ini merupakan hasil dari penyebaran kuisisioner kepada nasabah BSI Kantor Cabang KCP Cabang 2.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini yang digunakan adalah kuesioner (angket). Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun secara sistematis. Responden diminta untuk memberikan tanggapan yang dapat diukur melalui opsi jawaban yang telah ditentukan atau dengan mengisi ruang kosong. Angket atau kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel yang lebih besar dalam penelitian kuantitatif (Creswell, 2014). Dalam penelitian ini teknik pengukuran yang digunakan yaitu dengan menggunakan Skala Likert.

Metode analisis data skala likerts digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang

tentang fenomena sosial. Dengan skala likerts, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Satria & Imam, 2024). Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likerst mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Berikut ini adalah penjelasan 4 poin skala likerts:

**Tabel 3.1**  
**Instrumen Skala Likert**

Alat	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data diolah, (2025)

Instrumen penelitian yang menggunakan skala likerts dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda. Sehingga diperoleh berbagai gambaran informasi mengenai minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah di Kota Sabang.

### **3.7 Definisi dan Operasionalisasi Variabel**

#### **3.7.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian yaitu suatu obyek atau apa yang menjadi titik penelitian (Arikunto, 1998). Dalam penelitian ini penulis melakukan pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan

menggunakan instrumen penelitian. Setelah itu penulis akan melanjutkan analisis untuk mencari hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Menurut (Sugiyono., 2016) berdasarkan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain, maka variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*Independent Variable*) adalah Pemahaman produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ).

2) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah Minat Non-Muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Kota Sabang ( $Y$ ).

### **3.7.2 Operasionalisasi Variabel**

Berdasarkan judul yang ditetapkan oleh peneliti, guna lebih fokusnya penelitian ini maka perlu adanya definisi operasional. Definisi Operasional, menurut Saifudin Azwar (2007:72) adalah suatu definisi yang memiliki arti tunggal dan diterima secara objektif bilamana indikatornya tidak tampak. Suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati. Definisi operasional masing-

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

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

<b>No</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>
1.	Pemahaman Produk (X <sub>1</sub> )	Pemahaman adalah proses yang ditempuh oleh seseorang untuk mengartikan sebuah obyek. Pemahaman bertujuan untuk melihat kemampuan seseorang dalam menjawab pertanyaan yang disampaikan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interpretasi</li> <li>2. Mencontohkan</li> <li>3. Mengklasifikasikan</li> <li>4. Meringkas</li> <li>5. Menyimpulkan</li> <li>6. Membandingkan</li> <li>7. Menjelaskan (Bloom &amp; Krathwohl, 1956).</li> </ol>
2.	Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan karakteristik suatu produk yang mampu memberikan dalam penyampaianya setidaknya sama dengan yang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepatuhan</li> <li>2. Jaminan</li> <li>3. Keandalan</li> <li>4. Wujud Nyata</li> <li>5. Empati</li> <li>6. Tanggung Jawab (Owen, 2001).</li> </ol>

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
		diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.	
3.	Minat Menabung (Y)	Minat merupakan sebuah motivasi intrinsik sebagai kekuatan pembelajaran yang menjadi daya penggerak seseorang dalam melakukan aktivitas tersebut merupakan proses pengalaman belajar yang dilakukan dengan penuh kesadaran dan mendatangkan senang, suka, dan gembira.	1. Perhatian 2. Ketertarikan 3. Keinginan 4. Keyakinan (Lucas dan Britt, 2003).

Sumber: Data diolah, (2025)

### 3.8 Metode dan Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah/valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu

yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, Untuk pengujian validitas, peneliti menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) (Ghozali, 2011). 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

Uji reliabilitas tujuan untuk mengetahui keandalan dari jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan. Mengukur reliabilitas dari instrumen menggunakan Alpha Cronbach yang didasarkan pada data instrumen pengukuran, dikatakan andal apabila nilai alpha  $>$  0,6. Alat ukur reliabel bila hasilnya konsisten jika digunakan berulang-ulang pada waktu yang berbeda (Heryanto, 2016). Maka Kuensioner dapat disebut reliabel, dengan ketentuan:

- a. Jika nilai *chronbsch's alpha*  $a >$  0,6 maka pernyataan/pertanyaan yang dicantumkan di dalam kuensioner dinyatakan terpercaya atau reliabel.
- b. Jika nilai *chronbsch's alpha*  $a <$  0,6 maka pernyataan/pertanyaan yang dicantumkan di dalam kuensioner dinyatakan tidak terpercaya atau tidak reliabel.

### **3.9 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.9.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan melihat grafik histogram grafik PP Plot. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

#### **3.9.2 Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali ; 2011). Multikolinieritas merupakan fenomena adanya korelasi yang sempurna antar variabel bebas dengan variabel bebas lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebasnya. 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 dapat terjadi karena dinamika lingkungan dari data variabel yang sulit diidentifikasi pada saat membuat model regresi sehingga muncul asumsi bahwa regresi sebaiknya terbebas dari heteroskedastisitas (Ghozali; 2011). Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.10 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan dimasa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (*independent*) yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tak bebas (*dependent*). Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel terikat (Y) yaitu kepatuhan pembayaran wajib pajak, sedangkan variabel bebasnya terdiri dari pengetahuan pajak (X1) dan tingkat

penghasilan ( $X_2$ ) (Irrawati & Mukaramah, 2024). Rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

$Y$  = variabel terikat

$X_1$  = variabel bebas pertama

$X_2$  = variabel bebas kedua

$\alpha$ ,  $b_1$ , dan  $b_2$  = konstanta

$e$  = Error term

### **3.11 Rancangan Pengujian Hipotesis**

#### **3.11.1 Uji Secara Simultan**

Menurut (Sugiyono, 2018) “Uji ini digunakan untuk mengujikan apakah kedua variable independent secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen”. Uji ini digunakan untuk mengujikan apakah kedua variable independent secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen. Uji F statistik digunakan untuk menguji keberartian pengaruh dari seluruh variable bebas ( $X$ ) terhadap variable terikat ( $Y$ ). Apabila nilai sig lebih kecil dari nilai derajat kepercayaan ( $\text{sig} < 0,05$ ), berarti terdapat hubungan yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan ialah:

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

### 3.11.2 Uji Secara Parsial

Menurut Sugiyono (2018:206) “Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independent berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen”. Menguji tingkat signifikan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui keberartian derajat hubungna antara variabel (X) dan variabel (Y) yang digunakan dengan koefisien korelasi. Adapun rumus yang digunakan seperti ditemukan oleh (Sugiyono, 2018: 206) adalah sebagai berikut:

Adapun dasar pengambilan keputusan adalah:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya variabel bebas (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).
2. 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.

### 3.11.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Sugiyono (2018:201) “Analisis determinasi adalah uji dimana untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial”. Analisis determinasi ini digunakan untuk mengetahui besarnya variasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yakni Pengaruh Pemahaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah Non Muslim pada Bank Syariah Indonesia di Kota Sabang. Adapun Rumus determinasi menurut Sugiyono (2018:201) adalah:

$$D = r^2 \times 100\%.$$

Di mana:

D= Determinasi

R= Nilai koefisien korelasi

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia**

##### **4.1.1 Sejarah Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah Indonesia diresmikan beroperasi pada tanggal 1 Februari 2021 oleh presiden Joko Widodo. Bank Syariah Indonesia merupakan perubahan nama izin usaha atas nama PT BRIS dan perubahan merger dari tiga bank Syariah pemerintah yaitu BSM, BRIS, dan BNIS hal tersebut dikeluarkan izin dari OJK dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021. Komposisi pemegang saham BSI terdiri atas PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebesar 51,2%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (25,0%), PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebesar 17,4%, DPLK BRI – Saham Syariah (2%), dan public (4,4%) (<https://www.ir-bankbsi.com>, 2025).

Penggabungan ketiga Bank Syariah Indonesia 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 seluruh Masyarakat Indonesia. Bank Syariah Indonesia didukung oleh lebih dari 1.300 jaringan kantor, sekitar 2.400 jaringan ATM, serta didukung lebih dari 20.000

karyawan yang tersebar di seluruh Indonesia (<https://www.ir-bankbsi.com>, 2025).

#### **4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)**

Bank Syariah Indonesia di Kota Sabang dalam menjalankan fungsinya telah merancang visi dan misi yaitu:

1. Visi

Menjadi TOP 5 Global Islamic Bank dengan menciptakan Bank Syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan.

2. Misi

Misi merupakan pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh Perusahaan dalam Lembaga mewujudkan visi. Berikut merupakan misi Bank Syariah Indonesia di Kota Sabang:

**a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia**

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

**b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham**

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

**c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia**

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen



masa pengendapan yang memadai. Sebagai Lembaga keuangan masalah bank yang paling utama adalah dana. Sistem penghimpunan dana pada bank konvensional berlandaskan pada teori Keynes yang menyatakan bahwa individu membutuhkan dana untuk tiga tujuan utama, yaitu transaksi, berjaga-jaga, dan investasi. Konsep ini kemudian menjadi dasar bagi bank syariah dalam mengembangkan produk penghimpunan dana yang disesuaikan dengan ketiga fungsi tersebut, seperti giro, deposito, dan tabungan (Ilmiyah, 2023). Pada Bank Syariah Indonesia penghimpunan dana menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* dan *wadi'ah yad dhamanah*. Berikut ini merupakan bentuk – bentuk penghimpunan dana:

**a. Tabungan**

Produk – produk Tabungan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah:

**b. BSI Tabungan Easy Mudharabah**

Tabungan dengan akad *mudharabah* merupakan simpanan di mana nasabah bertindak sebagai pemilik dana yang memberikan kepercayaan kepada bank sebagai pengelola untuk mengelola dana tersebut dalam kegiatan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah, dengan keuntungan yang dibagikan berdasarkan sistem bagi hasil.

**c. BSI Tabungan Easy Wadiah**

Tabungan dengan akad Wadiah yand Dhamanah, menggunakan skema titipan tanpa bagi hasil.

**3) BSI Tabungan Berencana**

Tabungan berjangka ini menawarkan nisbah bagi hasil yang bersifat bertingkat, dengan setoran bulanan tetap (angsuran), serta dilengkapi dengan perlindungan asuransi yang ditanggung oleh pihak bank.

**4) BSI Tabungan Pendidikan**

Tabungan berjangka ini ditujukan untuk kebutuhan dana pendidikan dengan setoran bulanan tetap (angsuran) serta dilengkapi dengan perlindungan asuransi yang ditanggung oleh pihak bank.

**5) BSI Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar)**

Produk tabungan ini diperuntukkan bagi pelajar dan diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia sebagai upaya edukasi serta peningkatan inklusi keuangan, guna membentuk kebiasaan menabung sejak usia dini.

**6) BSI Tabungan Smart**

Tabungan Smart merupakan jenis rekening tabungan dasar (Basic Saving Account) dengan akad Wadiah Yad Dhamanah, yang merupakan bagian dari program literasi OJK. Produk ini menawarkan persyaratan yang mudah dan ringan untuk mendorong budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

**7) BSI TabunganKu**

Tabungan ini ditujukan bagi individu dengan persyaratan yang sederhana dan ringan, dengan tujuan menumbuhkan kebiasaan menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

**8) BSI Tabungan Pensiun**

Tabungan ini diperuntukkan bagi nasabah perorangan sebagai sarana pembayaran yang bekerja sama dengan lembaga pengelola dana pensiun.

**9) BSI Tabungan Haji Indonesia**

Tabungan ini dirancang untuk membantu perencanaan ibadah haji dan umrah, di mana nasabah dapat menyetor dana secara bertahap sehingga lebih aman dan terkelola dengan baik dalam mempersiapkan kebutuhan ibadah tersebut.

**10) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia**

Tabungan untuk perencanaan ibadah haji dan umrah yang dikhususkan bagi anak-anak.

**b. Deposito**

Merupakan investasi berjangka waktu tertentu yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah untuk perorangan dan non perorangan. Adapun pencairannya bisa dipilih oleh nasabah seperti 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.

**c. Giro**

Merupakan sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan

prinsip syariah dengan akad wadi'ah yaddhamanah untuk perorangan atau non perorangan.

## **2. Penyaluran Dana**

Penyaluran dana dilakukan dengan cara menyalurkan kembali dana yang telah dihimpun oleh bank kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan maupun bentuk lain seperti investasi. Dari kegiatan tersebut, bank syariah memperoleh imbal hasil atas dana yang disalurkan.

## **3. Pelayanan Jasa**

Bank syariah juga menyediakan berbagai layanan jasa keuangan, seperti transfer, inkaso, penagihan (collection), kartu kredit syariah, transaksi tunai, dan layanan lainnya. Seluruh layanan ini diberikan berdasarkan sistem imbalan jasa (fee based) dalam suatu akad perwakilan.

## **4.2 Deskripsi Karakteristik Responden dan Tanggapan Responden Penelitian**

### **4.2.1 Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah non-Muslim yang berdomisili di Kota Sabang dengan total sebanyak 425 orang. Pengumpulan data primer dilakukan menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden tersebut. Jumlah pernyataan dalam kuesioner sebanyak 17 butir, yang terdiri dari 7 pernyataan untuk variabel pemahaman produk (X1), 6 pernyataan untuk kualitas pelayanan (X2), serta 4 pernyataan untuk

variabel minat nasabah non-Muslim (Y). Penyebaran kuesiner didistribusikan melalui dua metode, yaitu secara daring menggunakan Google Form yang disebarakan melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram, serta secara langsung dengan menemui responden untuk mengisi kuesioner. Berikut merupakan karakteristik responden dalam penelitian ini:

#### 4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada bagian ini responden dibagi berdasarkan jenis kelamin. Pembagiannya dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Laki-laki	33	40.74%
2	Perempuan	48	59.26%
<b>Jumlah</b>		81	<b>100%</b>

**Responden**

*Sumber: Data diolah (2026)*

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 81 (100%) responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang berjenis kelamin Perempuan dengan jumlah responden sebanyak 48 orang (59.26%). Kemudian jumlah responden laki-laki sebanyak 33 orang (40.74%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Sebagian besar nasabah yang menjadi sampel ialah adalah Perempuan.

Dalam penelitian ini sebagian besar nasabah non-Muslim yang berdomisili di Kota Sabang dan dominasi responden dalam penelitian ini adalah perempuan. Minat perempuan terhadap bank syariah dipengaruhi oleh penyebaran informasi yang dilakukan secara luas, baik oleh nasabah maupun karyawan bank syariah. Selain itu, perempuan cenderung aktif beraktivitas baik di dalam maupun di luar rumah, serta umumnya berperan dalam mengelola dan menyimpan keuangan rumah tangga, sehingga memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan keuangan.

#### 4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tingkat usia seseorang dapat menunjukkan Tingkat kematangan seorang sehingga dapat mempengaruhi perilaku orang tersebut dalam menentukan pilihan. Salah satunya adalah menjadi karyawan bank. Pembagian kelompok usia responden dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	18-25 Tahun	50	<b>61.73%</b>
2	26-33 Tahun	15	<b>18.52%</b>
3	34-44 Tahun	7	<b>8.64%</b>
4	45-52 Tahun	3	<b>3.70%</b>
5	>52 Tahun	6	<b>7.41%</b>
<b>Jumlah</b>		81	<b>100%</b>

*Sumber: Data diolah (2026)*

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 81 (100%) responden yang terpilih, didominasi oleh responden pada kelompok usia 18-25 tahun dengan jumlah responden sebanyak 50 orang (61,73%). Selanjutnya responden berusia 26-33 tahun sebanyak 15 orang (18,52%), sedangkan responden dengan rentang usia 34-44 tahun, 45-52 tahun dan >52 tahun yaitu sebanyak 7 orang (8,64%), 3 orang (3,70%) dan 6 orang atau sebesar (7,41%) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Sabang yang menjadi sampel adalah kelompok usia 18-25 tahun.

#### 4.2.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

**Tabel 4.3**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Agama**

No	Kategori	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Kristen Protestan	53	65.43%
2	Khatolik	22	27.16%
3	Budha	6	7.41%
<b>Jumlah</b>		81	100%

*Sumber: Data diolah (2026)*

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dengan berlandaskan agama Sebagian besar adalah Kristen Protestan sebanyak 53 nasabah atau 65.43%. Fakta ini memperlihatkan bahwasanya nasabah non-muslim yang berdomisili di Kota Sabang yang sudah atau berminat menggunakan bank syariah adalah beragama Kristen Protestan.

## 4.2.2 Tanggapan Responden Penelitian

### 4.2.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Menabung Non Muslim (Y)

Tanggapan responden terhadap variabel minat menabung non muslim dianalisis berdasarkan indikator minat yang di ukur melalui 4 (empat) item pertanyaan. Data yang diperoleh dari 81 responden selanjutnya dapat dirincikan sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Menabung Non Muslim**

No	Pernyataan	Frekuensi				Modus
		STS	TS	S	SS	
1	Adanya pengaruh dari pihak lain seperti keluarga atau teman untuk menggunakan Bank Syariah	3	18	39	21	3
2	Tertarik untuk menggunakan produk Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kota Sabang karena saudara percaya pada kinerja bank syariah	4	12	47	18	3
3	Sebelum menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang, anda berkonsultasi terlebih dahulu dengan orang yang telah menjadi nasabah Bank Syariah tersebut	6	27	37	11	3
4	Pengenalan produk yang tepat oleh Bank Syariah mampu meningkatkan keyakinan masyarakat untuk menjadi nasabah	2	27	40	12	3

Berdasarkan hasil tanggapan dari responden terhadap variabel minat maka dapat dijelaskan sebagai berikut. Pada pernyataan indikator perhatian, yang menyebutkan bahwa nasabah memberikan perhatian terhadap informasi dan produk yang ditawarkan oleh bank syariah, menunjukkan kondisi yang baik dengan nilai rata-rata sebesar 2,96. Selanjutnya pada pernyataan indikator ketertarikan, yang menyebutkan bahwa nasabah merasa tertarik untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah, menunjukkan kondisi yang baik dengan nilai rata-rata sebesar 2,98.

Kemudian pada pernyataan indikator keinginan, yang menyebutkan bahwa nasabah memiliki keinginan untuk menabung dan menggunakan layanan bank syariah secara berkelanjutan, menunjukkan kondisi yang baik dan positif dengan nilai rata-rata sebesar 2,65. Terakhir, pada pernyataan indikator keyakinan, yang menyebutkan bahwa nasabah memiliki keyakinan terhadap keamanan, manfaat, dan kualitas pelayanan bank syariah, menunjukkan kondisi yang baik dengan nilai rata-rata sebesar 2,77.

#### **4.2.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pemahaman Produk (X1)**

Tanggapan responden terhadap variabel pemahaman produk dianalisis berdasarkan indikator pemahaman yang di ukur melalui 7 (tujuh) item pertanyaan. Data yang diperoleh dari 81 responden selanjutnya dapat dirincikan sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pemahaman Produk**

No	Pernyataan	Frekuensi				Modus
		STS	TS	S	SS	
1	Saya memahami bahwa bank syariah tidak menggunakan sistem bunga.	4	19	42	16	3
2	Saya memahami bahwa bank syariah diawasi oleh badan pengawas yang bertugas memastikan operasionalnya sesuai dengan peraturan yang berlaku	3	23	43	12	3
3	Saya mengetahui cara kerja produk syariah seperti bagi hasil, jual-beli, atau sewa	3	31	40	7	3
4	Saya dapat menjelaskan kembali secara singkat manfaat dan ketentuan produk tabungan syariah kepada orang lain dengan bahasa saya sendiri	2	22	48	9	3
5	Bank syariah memiliki operasional yang berbeda, bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada nasabah baik dalam pembayaran ataupun penarikan	5	18	42	16	3
6	Saya merasa produk syariah sesuai dengan kebutuhan saya sebagai pengguna layanan keuangan	3	18	39	21	3

7	Saya dapat menjelaskan kepada orang bahwa perbankan syariah salah satu lembaga keuangan yang membantu masyarakat sesuai dengan syariat agama islam	4	12	47	18	3
---	--	---	----	----	----	---

*Sumber: Data diolah (2026)*

Berdasarkan hasil tanggapan dari responden terhadap variabel minat maka dapat dijelaskan sebagai berikut. Pada pernyataan indikator interpretasi, yang menyebutkan bahwa nasabah mampu memahami dan mengartikan informasi mengenai produk bank syariah dengan baik, menunjukkan kondisi yang baik dan didominasi oleh jawaban positif dengan nilai rata-rata sebesar 2,86. Selanjutnya pada pernyataan indikator mencontohkan, yang menyebutkan bahwa nasabah dapat memberikan contoh produk atau layanan bank syariah yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, menunjukkan kondisi yang baik dan positif dengan nilai rata-rata sebesar 2,79. Pada pernyataan indikator mengklasifikasikan, yang menyebutkan bahwa nasabah mampu membedakan jenis-jenis produk bank syariah sesuai dengan fungsi dan manfaatnya, menunjukkan jawaban yang cukup baik dengan nilai rata-rata sebesar 2,63.

Pada pernyataan indikator meringkas, yang menyebutkan bahwa nasabah dapat menyampaikan kembali informasi mengenai produk bank syariah secara singkat dan jelas, menunjukkan kondisi yang baik dan positif dengan nilai rata-rata sebesar 2,79. Pada

pernyataan indikator menyimpulkan, yang menyebutkan bahwa nasabah mampu menarik kesimpulan mengenai manfaat dan keunggulan produk bank syariah, menunjukkan jawaban yang positif dengan nilai rata-rata sebesar 2,85. Selanjutnya pada pernyataan indikator membandingkan, yang menyebutkan bahwa nasabah dapat membandingkan produk bank syariah dengan produk bank konvensional, menunjukkan kondisi yang baik dan didominasi oleh jawaban positif dengan nilai rata-rata sebesar 2,96. Terakhir, pada pernyataan indikator menjelaskan, yang menyebutkan bahwa nasabah mampu menjelaskan kembali cara kerja atau sistem produk bank syariah dengan baik, menunjukkan kondisi yang baik dengan nilai rata-rata sebesar 2,98.

#### 4.2.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan dianalisis berdasarkan indikator kualitas pelayanan yang diukur melalui 6 (enam) item pertanyaan. Data yang diperoleh dari 81 responden selanjutnya dapat dirincikan sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan**

No	Pernyataan	Frekuensi				Modus
		STS	TS	S	SS	
1	Karyawan pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang mempunyai kemampuan yang baik dalam menyampaikan informasi	2	27	40	12	3

2	Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang memiliki teknologi yang modern yang memudahkan nasabah	6	27	37	11	3
3	Karyawan pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang dalam melayani nasabah sudah ramah dan bersahabat	3	16	43	19	3
4	Karyawan pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang sudah sepenuhnya membantu nasabah	6	27	37	11	3
5	Karyawan Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang memproses dengan cepat atas transaksi yang nasabah lakukan	2	24	43	12	3
6	Karyawan pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang sudah melaksanakan tugasnya sesuai dengan jobdesknya masing-masing	3	16	43	19	3

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan, maka dapat dijelaskan sebagai berikut. Pada pernyataan indikator kepatuhan, yang menyebutkan bahwa pegawai bank memberikan pelayanan sesuai prosedur dan aturan yang berlaku, menunjukkan kondisi yang baik dan didominasi oleh jawaban positif dengan nilai rata-rata sebesar 2,77. Selanjutnya pada pernyataan indikator jaminan, yang menyebutkan bahwa

pegawai bank mampu memberikan rasa aman dan kepercayaan dalam pelayanan, menunjukkan kondisi yang baik dengan dominasi jawaban setuju dengan nilai rata-rata sebesar 2,65. Pada pernyataan indikator keandalan, yang menyebutkan bahwa pegawai bank mampu memberikan pelayanan secara tepat, cepat, dan sesuai kebutuhan nasabah, menunjukkan kondisi yang baik dan positif dengan nilai rata-rata sebesar 2,96.

Kemudian pada pernyataan indikator wujud nyata, yang menyebutkan bahwa fasilitas, penampilan pegawai, serta sarana pelayanan bank terlihat bersih dan nyaman, menunjukkan kondisi yang baik dengan nilai rata-rata sebesar 2,65. Pada pernyataan indikator empati, yang menyebutkan bahwa pegawai bank memberikan perhatian dan memahami kebutuhan nasabah dengan baik, menunjukkan kondisi yang baik dengan nilai rata-rata sebesar 2,80. Terakhir, pada pernyataan indikator tanggung jawab, yang menyebutkan bahwa pegawai bank bertanggung jawab dalam membantu dan menyelesaikan permasalahan nasabah, menunjukkan kondisi yang baik dan positif dengan nilai rata-rata sebesar 2,96.

### **4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian**

#### **4.3.1 Hasil Uji Validitas**

Uji validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana setiap butir pernyataan dalam instrument kuesioner maupun mengukur variable penelitian yang diteliti. Uji ini dilakukan terhadap 81

responden. Berikut adalah hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 4.7.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan/ Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Pemahaman Produk (X1)</b>	X1.1	0,695	0,218	Valid
	X1.2	0,490	0,218	Valid
	X1.3	0,694	0,218	Valid
	X1.4	0,340	0,218	Valid
	X1.5	0,611	0,218	Valid
	X1.6	0,584	0,218	Valid
	X1.7	0,653	0,218	Valid
<b>Kualitas Pelayanan (X2)</b>	X2.1	0,679	0,218	Valid
	X2.2	0,760	0,218	Valid
	X2.3	0,812	0,218	Valid
	X2.4	0,760	0,218	Valid
	X2.5	0,696	0,218	Valid
	X2.6	0,812	0,218	Valid
<b>Minat Menabung (Y)</b>	Y1	0,753	0,218	Valid
	Y2	0,797	0,218	Valid
	Y3	0,749	0,218	Valid
	Y4	0,601	0,218	Valid

*Sumber: Data diolah (2026)*

Berdasarkan Tabel 4.7, hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai r hitung masing-masing dengan indikator yang seluruhnya lebih besar dibandingkan dengan r tabel ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ). Penentuan nilai r tabel dilakukan berdasarkan rumus ( $df = N - 2$ ), sehingga diperoleh df sebesar 79 ( $81-2$ ) dengan nilai r

tabel sebesar 0,218. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai  $r$  hitung yang lebih besar daripada  $r$  tabel (0,218), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid.

#### 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Indikator	Minimal Cronbach's	Cornbach's Alpha	Keterangan
Minat (Y)	0,60	0,702	Reliabel
Pemahaman Produk (X1)	0,60	0,678	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,60	0,848	Reliabel

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.8, dapat diketahui bahwa variable minat (Y), pemahaman produk (X<sub>1</sub>), dan kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variable yang lebih besar dari 0,60, sehingga instrument penelitian dapat dinyatakan konsisten dan layak digunakan.

#### 4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

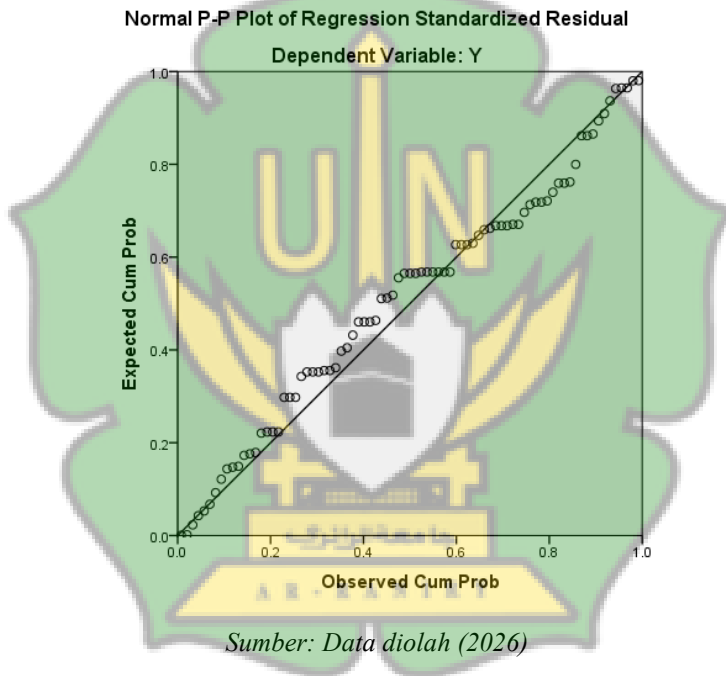
##### 4.4.1 Hasil Uji Normalitas

Uji asumsi dilakukan untuk memastikan apakah nilai residual dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal. Model regresi yang baik ditunjukkan oleh residual yang berdistribusi normal atau

mendekati normal. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan analisis grafik P-P Plot dan histogram.

#### 4.4.1.1 Hasil Uji Normalitas P-P Plots

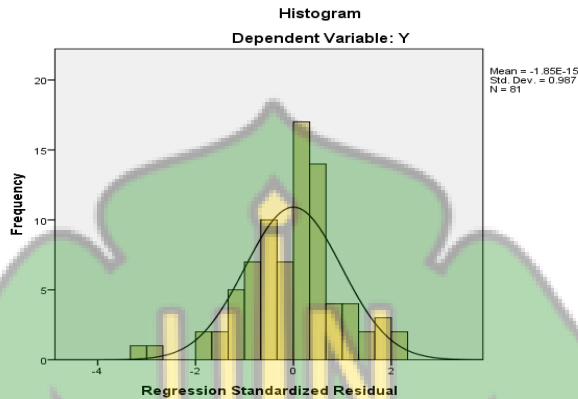
**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas P-P Plots**



Pada gambar grafik Normal P-P Plot, titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

#### 4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas Histogram

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas Histogram**



*Sumber: Data diolah (2026)*

Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan hasil uji histogram residual, pola distribusi data membentuk kurva menyerupai lonceng (*bell-shaped*) dan mengikuti garis kurva normal. Selain itu, pada grafik Normal P-P Plots terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Dengan demikian, residual dalam model regresi dapat dinyatakan berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas telah terpenuhi.

#### 4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik (normalitas dan heteroskedastisitas) dalam analisis regresi linear berganda. Tujuan digunakannya uji multikolinearitas dalam penelitian adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas atau variabel

independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinieritas dalam model regresi, maka dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu: (1) Melihat nilai korelasi antar variable independent. (2) Melihat nilai *condition index* dan *eigenvalue*. (3) Melihat nilai *tolerance* dan *variance inflating factor* (VIF).

Dasar pengambilan Keputusan dalam uji multikolinieritas (Tolerance dan VIF) seperti yang kita ketahui, bahwa setiap uji statistik yang dilakukan pasti ada dasar pengambilan keputusannya. Adapun dasar pengambilan Keputusan pada uji multikolinieritas dengan Tolerance dan VIF adalah sebagai berikut:

Pedoman Keputusan Berdasarkan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

1. Jika nilai VIF  $< 0,10$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika nilai VIF  $> 0,10$  maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1. Pemahaman Produk (X1)	0.367	2.724
Kualitas Pelayanan (X2)	0.367	2.724

a. *Dependent Variabel*: Minat (Y)

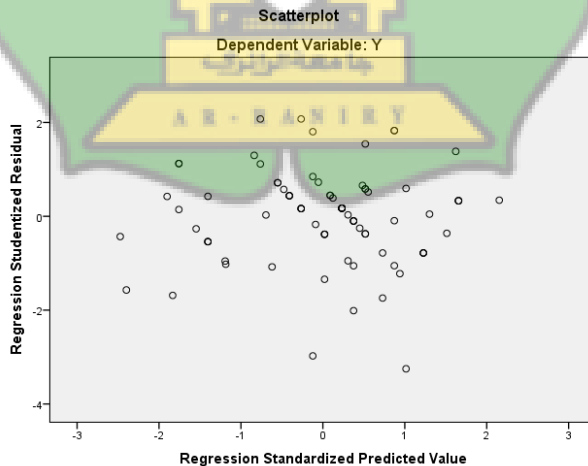
*Sumber: Data diolah (2026)*

Tabel 4.9 menunjukkan hasil multikolinearitas. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa nilai *tolerance* pada variable Pemahaman Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) masing-masing sebesar 0,367 ( $> 0,10$ ), serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 2.724 ( $< 10$ ). Hal ini menunjukkan bahwa tidak taerjadi multikolinearitas antar variable independent dalam model regresi, sehingga model regresi dinyatakan layak untuk digunakan.

#### 4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai ada tidaknya perbedaan varians residual antar pengamatan. Model penelitian yang baik adalah model regresi yang tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

**Gambar 4.4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: Data diolah (2026)*

Berdasarkan gambar 4.4 grafik Scatterplot antara nilai prediksi dan residual, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi.

#### 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian mengenai berpengaruh atau tidaknya variabel pemahaman produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah Non Muslim pada BSI. Adapun hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)		-.243	.773		-.315	.754
	X1		.285	.063	.390	4.507	.000
	X2		.353	.056	.544	6.292	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang disajikan pada Tabel 4.10, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$
$$Y = -0,243 + 0,285X_1 + 0,353X_2 + e$$

Persamaan di atas memiliki arti sebagai berikut:

1. Nilai -243 adalah konstanta, artinya jika semua variabel independent bernilai nol, maka nilai variabel dependen adalah -243.
2. Nilai koefisien Pemahaman Produk  $X_1$  sebesar 0,285: Bernilai positif, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara Pemahaman Produk ( $X_1$ ) dan Minat Menabung Nasabah (Y) sebesar 28,5%. Artinya, setiap peningkatan satu unit pada  $X_1$  akan meningkatkan Y sebesar 0,285.
3. Nilai Koefisien Kualitas Pelayanan  $X_2$  sebesar 0,353: Bernilai positif, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan Minat Menabung Nasabah (Y) sebesar 35,3%. Artinya, setiap peningkatan satu unit pada  $X_2$  akan meningkatkan Y sebesar 0,353.

## 4.6 Hasil Uji Hipotesis

### 4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Uji t merupakan salah satu uji hipotesis dalam analisis regresi linear sederhana maupun analisis regresi linear berganda. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel independen (X) secara parsial (masing-masing) berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y). Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji T**

Model	t	Sig.
(Cosntant)	-354	754
Pemahaman Produk (X1)	4.507	0.000
Kualitas Pelayanan (X2)	6.292	0.000

a. *Dependent Variabel: Minat (Y)*

*Sumber: Data diolah (2026)*

Berdasarkan Tabel 4.11 untuk menentukan pengaruh atau tidak dalam suatu penelitian, digunakan ketentuan bahwa apabila nilai dignifikansi pada uji  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Adapun derajat kebebasan (degree of freedom) pada uji t

dihitung dengan rumus  $(df) = n - k - 1$ . Dalam penelitian ini, jumlah sampel ( $n$ ) sebanyak 81 responden dengan jumlah variable independent sebanyak 2, sehingga diperoleh  $(df) = 81 - 2 - 1 = 78$ . Dengan Tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%, maka nilai  $t$  tabel yang diperoleh adalah sebesar 1.990. Berdasarkan hasil pada tabel 4.11, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pemahaman Produk ( $X_1$ )

Nilai  $t_{hitung}$  variabel pemahaman produk ( $X_1$ ) sebesar 4.507 dengan  $t_{tabel}$  1.990 menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.507 > 1.990$ ), dengan nilai signifikan ( $0.000 < 0,05$ ) sehingga dapat diartikan bahwa variabel pemahaman produk ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung ( $Y$ ).

2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

Nilai  $t_{hitung}$  variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 6.292 dengan  $t_{tabel}$  1.990 menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6.292 > 1.990$ ), dengan nilai signifikan ( $0.000 < 0,05$ ) sehingga dapat diartikan bahwa variable pemahaman produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung ( $Y$ ).

#### 4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji F dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.12

**Tabel 4.12 Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	317.940	2	158.970	143.056	.000 <sup>b</sup>
Residual	86.677	78	1.111		
Total	404.617	80			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

*Sumber: Data diolah (2026)*

Berdasarkan Tabel 4.12 yang telah disajikan, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 143,056, dengan Tingkat signifikan 0,000. Derajat kebebasan (df) menunjukkan nilai 78. Berdasarkan ketentuan tersebut, nilai F pada taraf signifikan  $\alpha = 0.05$  adalah sebesar 3.11 suatu pengujian dinyatakan signifikan apabila nilai f hitung  $>$  f tabel, dimana pada penelitian ini diperoleh 143.056. Selain itu nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Pemahaman Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menabung pada Bank Syariah Indonesia (Y).

#### 4.7 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independent secara simultan mampu menjelaskan variasi pengaruh terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.13.

**Tabel 4.13**  
**Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 <sup>a</sup>	.786	.780	1.05415

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

*Sumber: Data diolah (2026)*

Angka R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,786, maka memiliki arti bahwa variabel Pemahaman Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) memberikan pengaruh secara bersama-sama sebesar 78,6% terhadap variabel minat nasabah menabung pada BSI dan sisanya 21,4% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini seperti promosi, lokasi, religiusitas, dan lain sebagainya.

## **4.8 Pembahasan**

### **4.8.1 Pengaruh Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah Non Muslim Pada Bank Syariah Indonesia Kota Sabang**

Berdasarkan hasil statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel Pemahaman Produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Minat Menabung Nasabah Non Muslim ( $Y$ ). Hal tersebut dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung yang lebih besar dibandingkan dengan  $t$  tabel ( $4.507 > 1.990$ ) serta tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien Pemahaman Produk sebesar 0,285 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Minat Menabung Nasabah Non Muslim ( $Y$ ) sebesar 28,5%. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada  $X_1$  akan meningkatkan  $Y$  sebesar 0,285.

Pengaruh positif pemahaman produk terhadap minat menabung nasabah non-Muslim pada Bank Syariah Indonesia di Kota Sabang menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman nasabah terhadap produk-produk perbankan syariah, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menabung di bank syariah. Nasabah non-Muslim mulai memahami bahwa produk tabungan syariah tidak hanya diperuntukkan bagi umat Islam, tetapi juga dapat digunakan oleh seluruh masyarakat tanpa membedakan agama. Pemahaman tersebut meliputi pengetahuan mengenai sistem tabungan syariah, akad yang digunakan seperti mudharabah dan wadiah, manfaat produk, serta mekanisme transaksi yang dianggap aman dan transparan. Hal ini sejalan dengan pendapat Suharsimi (2009) yang menyatakan bahwa pemahaman merupakan

kemampuan seseorang dalam menjelaskan dan mengartikan suatu informasi yang telah diterima. Selain itu, nasabah non-Muslim pada BSI Kota Sabang juga memahami bahwa produk tabungan bank syariah menggunakan akad wadi'ah dan mudharabah yang memberikan keamanan dana, transparansi, serta sistem bagi hasil sesuai prinsip syariah. Pemahaman ini membuat nasabah merasa lebih yakin dan nyaman untuk menabung di bank syariah (Pramana, 2022). Selain itu, pada akad wadi'ah nasabah dapat menitipkan dana dengan aman kepada pihak bank, sedangkan pada akad mudharabah terdapat sistem kerja sama dan bagi hasil antara nasabah dan bank sehingga memberikan rasa percaya dan ketertarikan bagi nasabah untuk menggunakan produk tabungan syariah (Marleni, 2019). Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), minat menabung nasabah non-Muslim muncul karena adanya niat untuk berperilaku. Niat tersebut terbentuk dari sikap positif terhadap produk tabungan syariah, pengaruh lingkungan, serta persepsi kemudahan dalam menggunakan layanan bank syariah. Nasabah yang memiliki pemahaman produk yang baik cenderung memiliki keyakinan positif terhadap produk tabungan syariah sehingga mendorong minat untuk menabung secara sukarela (Ajzen & Fishbein, 1991).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati, 2022; Rahmi, 2023; Haida, 2021) yang menunjukkan bahwa pemahaman produk berpengaruh terhadap minat menabung nasabah non Muslim. Namun sebaliknya,

penelitian yang dilakukan oleh Irawan (2022) menyimpulkan bahwa pemahaman produk tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah non Muslim.

#### **4.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Non Muslim Pada Bank Syariah Indonesia Kota Sabang**

Berdasarkan hasil statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap minat menabung nasabah non Muslim ( $Y$ ). Hal tersebut dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung yang lebih besar dibandingkan dengan  $t$  tabel ( $6.292 > 1.990$ ) serta Tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,353 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah Non Muslim sebesar 35,3%. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada  $X_2$  akan meningkatkan  $Y$  sebesar 0,353.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah non Muslim pada Bank Syariah Indonesia menunjukkan bahwa dari aspek kemampuan, nasabah menilai pelayanan yang diberikan tetap profesional dan sesuai prinsip syariah tanpa membedakan latar belakang agama. Dari aspek pengetahuan dan kesopanan, pegawai bank dinilai ramah, sopan, dan mampu memberikan penjelasan yang mudah dipahami sehingga menumbuhkan rasa percaya nasabah. Hal ini sejalan dengan pendapat Owen (2001) bahwa kualitas pelayanan dapat

meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui pelayanan yang baik. Selanjutnya, dari aspek *reliability* dan *tangibility*, nasabah merasa pelayanan yang diberikan cepat, tepat, serta didukung fasilitas yang nyaman dan memadai sehingga memudahkan transaksi perbankan. Selain itu, dari aspek *empathy* dan *responsibility*, pegawai bank dinilai peduli, responsif, dan mampu membantu kebutuhan nasabah dengan baik tanpa membedakan agama. Pelayanan yang baik tersebut membuat nasabah non-Muslim merasa nyaman dan tertarik untuk menabung di bank syariah. Hal ini sesuai dengan pendapat Hasan (2010) bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan meningkatkan minat nasabah menggunakan jasa perbankan syariah.

Temuan peneliti ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Assagaf (2023) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah non Muslim. Demikian pula, Fadhillah (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non-Muslim. Selain itu, Haryanti (2022) juga menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah non Muslim. Namun sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Stiyowati (2023) dan Rahmawati (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah non Muslim.

### **4.8.3 Pengaruh Pemahaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Non Muslim Pada Bank Syariah Indonesia Kota Sabang**

Berdasarkan hasil uji simultan pada penelitian ini menyatakan bahwa nilai F hitung sebesar 143,056, dengan tingkat signifikan (Sig.) sebesar 0,000. Nilai F tabel pada penelitian ini sebesar 3,11. Suatu pengujian dinyatakan signifikan apabila nilai f hitung  $>$  f tabel, di mana pada penelitian ini diperoleh  $143,056 > 3,11$  selain itu nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pemahaman Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) memberikan pengaruh secara bersama-sama.

Berdasarkan nilai R Square yaitu sebesar 0,786, yang menunjukkan bahwa variabel Pemahaman Produk dan Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh secara bersama-sama sebesar 78,6% terhadap variabel minat menabung nasabah non Muslim, sedangkan sisanya 21,4% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. Seperti variabel Lokasi dan promosi (Assaghaf, 2023), profit sharing (Stiyowati, 2023), reputasi bank (Rahmawati, 2022), brand image (Irawan, 2022), sikap (Fadhillah, 2022), dan Qanun Lembaga Keuangan Syariah (Haryanti, 2021) yang turut kontribusi terhadap minat menabung nasabah non Muslim.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan judul penelitian “Pengaruh Pemahaman Produk dan Kualitas Pelayanan pada Bank Syariah Indonesia di Kota Sabang” maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh pemahaman produk terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Sabang dengan nilai  $T_{hitung} (4.507) > T_{tabel} (1.990)$ .
2. Secara parsial variabel Kualitas Pelayanan terhadap minat nasabah Non Muslim menggunakan Bank Syariah di Kota Sabang dengan nilai  $T_{hitung} (6.292) > T_{tabel} (1.990)$ .
3. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh kuat terhadap minat nasabah dengan nilai  $F_{hitung} (143.056) > F_{tabel} (3.11)$ .

### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil yang didapat peneliti, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Sabang
  - Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Sabang disarankan untuk melakukan evaluasi terhadap kebijakan yang ada, khususnya yang berpotensi meningkatkan pemahaman masyarakat, misalnya melalui pelaksanaan sosialisasi

secara berkala, penyajian informasi produk dengan bahasa yang lebih sederhana, serta optimalisasi media digital sebagai sarana edukasi, dan terutama melalui penguatan literasi keuangan syariah.

- Bank Syariah Indonesia juga diharapkan dapat meningkatkan kegiatan sosialisasi dan edukasi mengenai produk serta sistem perbankan syariah melalui media sosial, seminar, maupun kegiatan langsung kepada masyarakat sehingga masyarakat non-Muslim dapat lebih memahami manfaat dan keunggulan bank syariah.

2. Bagi pihak Akademis

Bagi kalangan akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi pembelajaran maupun dijadikan studi kasus oleh mahasiswa dalam kegiatan perkuliahan. Selain itu, bagi institusi pendidikan, penelitian ini juga dapat menambah sumber referensi berupa jurnal dan buku yang berkaitan dengan literasi keuangan syariah.

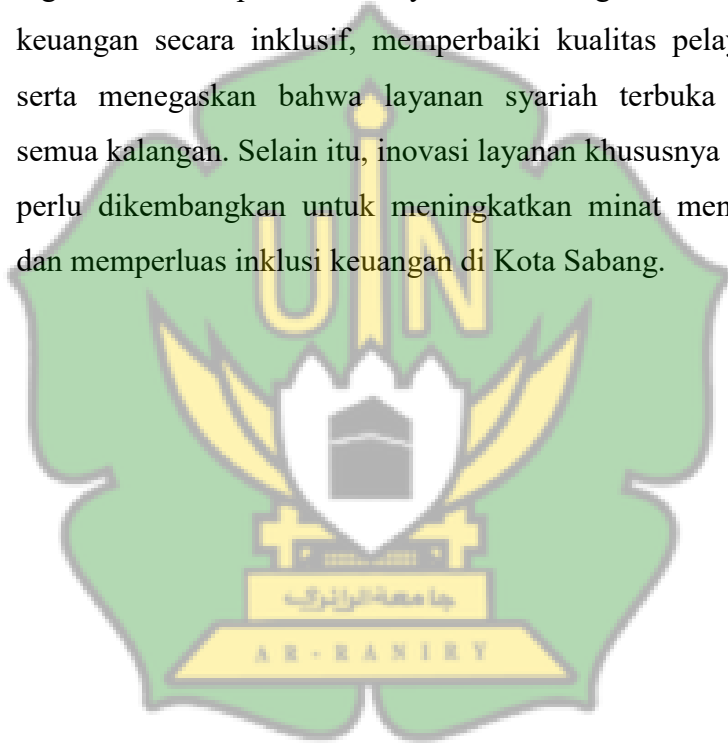
3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini masih memiliki keterbatasan sehingga belum sepenuhnya sempurna, namun diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian berikutnya. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menambah atau memperluas variabel penelitian seperti promosi, lokasi, atau kepercayaan, agar memperoleh hasil yang lebih optimal,

komprehensif, dan akurat dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan produk syariah.

4. Bagi Kebijakan

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pemerintah, regulator, dan perbankan syariah meningkatkan literasi keuangan secara inklusif, memperbaiki kualitas pelayanan, serta menegaskan bahwa layanan syariah terbuka untuk semua kalangan. Selain itu, inovasi layanan khususnya digital perlu dikembangkan untuk meningkatkan minat menabung dan memperluas inklusi keuangan di Kota Sabang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afifa Turahmah, Zefri Maulana, T. U. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Persepsi dan Minat Menabung Masyarakat Non Muslim pada Bank Syariah. *Al-Muqayyad*, 59–72.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). *Attitude-Behavior Relations : A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research*. 84(5), 888–918.
- Andika, S., & Syahputra, M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1250–1257. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.451>
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktewk*. Jakarta: Rineka Ciptal.
- Assagaf, H. (2023). *Pengaruh produk, lokasi dan promosi terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah di Kota Bitung* (Skripsi sarjana). Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods pproaches*(4th ed.). *Sage Publications*.
- Dian Pramana. (2022). Analisis Komparatif Perhitungan Bonus Antara Produk Tabungan (Suku Bunga) Dan Tabungan Mudharabah Serta Tabungan Wadiah. *Universitas Negeri Surabaya*, 1–24.
- Gede, P. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9, 2721–2731.

- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fadillah, H. (2022). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah non-Muslim menggunakan bank syariah di Kota Binjai* (Skripsi sarjana). Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
- Haida, S. (2021). Pengaruh pemahaman produk dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syari’ah Indonesia Kota Dumai. *Jurnal Al-Hisbah*, 1(2), 1–12.
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan Bahasa Arab / Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang berubah tergantung situasi tertentu. (Arib, M. F., dkk, 2024). : : *Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2), 256–270.
- Afifa Turahmah, Zefri Maulana, T. U. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Persepsi dan Minat Menabung Masyarakat Non Muslim pada Bank Syariah. *Al-Muqayyad*, 59–72.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). *Attitude-Behavior Relations : A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research*. 84(5), 888–918.
- Andika, S., & Syahputra, M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1250–1257.

<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.451>

- Assagaf, H. (2023). *Pengaruh produk, lokasi dan promosi terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah bank syariah di Kota Bitung* (Skripsi sarjana). Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
- Bella, S., Faizal, M., & Fadilla, F. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Demang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 125–144. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.157>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods pproaches*(4th ed.). *Sage Publications*.
- Dian Pramana. (2022). Analisis Komparatif Perhitungan Bonus Antara Produk Tabungan (Suku Bunga) Dan Tabungan Mudharabah Serta Tabungan Wadiah. *Universitas Negeri Surabaya*, 1–24.
- Gede, P. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9, 2721–2731.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2011). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Fadillah, H. (2022). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah non-Muslim menggunakan bank syariah di Kota Binjai* (Skripsi sarjana). Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

- Haida, S. (2021). Pengaruh pemahaman produk dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syari'ah Indonesia Kota Dumai. *Jurnal Al-Hisbah*, 1(2), 1–12.
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan Pendidikan Bahasa Arab / Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang berubah tergantung situasi tertentu . ( Arib , M . F ., dkk , 2024 ). . : . : *Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2), 256–270.
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 828–838. <https://doi.org/10.30651/jms.v7i2.12324>
- Haryanti, L. (2021). *Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah non-Muslim memilih produk tabungan bank syariah di Banda Aceh* (Skripsi sarjana). Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Hermawan Kartajaya, dan M. S. S. (2006). Syari'ah Marketing. Bandung: PT Mizan Pustaka,.
- Icek Ajzen, B. L. D. (1992). *Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice*.
- Irrawati, M. D., & Mukaramah, M. (2024). Implementasi Metode Regresi Linear Berganda untuk Mengatasi Pelanggaran Asumsi Klasik. *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 3(2), 83–94. <https://doi.org/10.35912/sakman.v3i2.2743>
- Irawan, F. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah non Muslim menabung di PT. Bank Syariah

*Indonesia (BSI) Kantor Cabang Kabanjahe Sumatera Utara* (Skripsi). Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

- Khaliq, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. *Relevance: Journal of Management and Business*, 2(1), 177–188. <https://doi.org/10.22515/relevance.v2i1.1609>
- Miftahul Jannah Estella Elora Akbar, L. E. (2023). Pemahaman Masyarakat Tentang Perbankan Syariah (Studi Kasus di Kampung Adi Jaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(xx), 5.
- Novita Mega Mentari, Y. dan F. H. (2021). *The Effect Of Promotion Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Pekalongan. Vol. 17 No, 47–74.*
- OJK. (2024). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia. *Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan*. [https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Documents/Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia \(LPKSI\) Tahun 2024.pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Documents/Laporan%20Perkembangan%20Keuangan%20Syariah%20Indonesia%20(LPKSI)%20Tahun%202024.pdf)
- Oktapian, F., Rafidah, Wahab, H. A., & Diprata, A. W. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat NonMuslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jambi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 5(5), 466–473. <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=5104e9fb-7879-3572-843c-5391e4dc3b52>

- Rafiza Zuliani, Rahma Amelia Purnama, A. (2024). Respon Masyarakat Non-Muslim Kota Kualasimpang Terhadap Pemberlakuan Qanun Nomor 11 Tahun 2018 Tentang Lembaga Keuangan Syariah. *AT-TASYRI' Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 16(Nomor 2).
- Rahmi, F. (2023). *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)* (Skripsi sarjana). Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Rakhmawati, H., & Rusydi, M. K. (2020). *Research in Business & Social Science Influence of TAM and UTAUT models of the use of e-filing on tax compliance*. 9(1), 106–111.
- Rahmawati, S. (2022). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat non-Muslim menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia di Daerah Istimewa Yogyakarta* (Tesis). Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ridha, M. R., & Khairunnisa. (2023). *Pengaruh kualitas produk tabungan syari'ah terhadap minat nasabah non-Muslim menabung di Bank Syari'ah Indonesia KCP Stabat*. *Student Research Journal*, 1(1), 387–395.
- Rudi Haryono. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 133–156. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.95>
- Salindri, K., & Lesmana, D. (2022). *Pages 29-38 Jurnal Al-Fatih Global Mulia pISSN 2580-8036*. 4(1), 2746–7058. <https://jurnalglobalmulia.or.id/index.php/alfatih>.

- Saputra, R., & Fasa, M. I. (2024). Development of Sharia Banking in Islamic Countries. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 8086–8098. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Satria, R., & Imam, D. C. (2024). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5490–5500. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.3020>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. *Alfabeta: Bandung*.
- Susiawati, I., & Angko Wildan, D. M. (2020). Jurnal basicedu. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 3(2), 524–532. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/971>
- Stiyowati, R. E. (2023). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non Muslim menjadi nasabah di bank syariah* (Skripsi).
- Syamratul Husna. (2020). Pengaruh Pemahaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Dumai. *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 39–50. <https://doi.org/10.57113/his.v1i2.82>
- Tanjung, B. C. (2023). *Pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KC Sibolga* (Skripsi sarjana). Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- Ulya, N. H., Soemarso, E. D., & Kodir, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Pada Pt Bank

Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Semarang. *Keunis*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2132>

Undari Sulung, M. M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page*, 5(September), 1–11.

Wahyudi, I., Qizam, I., Amelia, E., & Yama, I. (2024). Potensi Bisnis Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2024: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(1), 11. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.945>

Zainal, R., Harahap, A., Harahap, D., Fauzan, M., & Nasution, A. A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 7(30), 864–891.

Zulfa, F. M. & M. (2008). Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah Bank Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* 5(November), 9–16.

Zulfikal, M., Jalaludin, J., Nurbaeti, A., & Supriyadi, Y. (2024). Analisis Minat Mahasiswa STIESIP Prodi Perbankan Syariah Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Jama (Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis)*, 1(2), 274–296.

Ilmiyah, Izzatul. (2023). *Dimensi Operasional Internal dalam Pendirian Bank Syariah Indonesia (BSI)*. *Journal of Islamic Finance and Syariah Banking*, 1(1), Oktober 2023. STAI Senori Tuban.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Angket Penelitian

#### **KUESIONER PENELITIAN PENGARUH PEMAHAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH NON MUSLIM PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DI KOTA SABANG (STUDI KASUS NASABAH NON-MUSLIM DI KOTA SABANG)**

Kepada Yth. Bapak / Ibu/ Saudara/i  
Masyarakat Kota Sabang  
di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi)  
sebagai salah satu syarat kelulusan program sarjana S1 di  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Saya:

Nama : Tya Fahara

Nim : 220603014

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Pemahaman Produk dan  
Kualitas Pelayanan Terhadap Minat  
Menabung Nasabah Non-Muslim  
Pada Bank Syariah Indonesia Di  
Kota Sabang.

Memberitahukan bahwa saat ini saya sedang melakukan penelitian, oleh karena itu, saya memohon kepada saudara/I untuk ikut berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner ini sesuai dengan keadaan sebenarnya agar hasil penelitian ini dapat memiliki kredibilitas yang tinggi. Peneliti akan menjaga kerahasiaan data dan tidak akan memberikan data kepada pihak lain tanpa persetujuan Anda.

Atas perhatian dan kesediaan Bapak / Ibu/ Saudara/i mengisi kuesioner ini saya mengucapkan banyak terimakasih.

Hormat Saya

Tya Fahara  
(220603014)

**KUESIONER PENELITIAN PENGARUH PEMAHAMAN  
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
MINAT MENABUNG NASABAH NON MUSLIM PADA  
BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DI KOTA SABANG  
(STUDI KASUS NASABAH NON-MUSLIM  
DI KOTA SABANG)**

**I. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :  
Jenis Kelamin :  
Agama :  
Usia :  
Alamat :

**II. PETUNJUK PENGISIAN**

Mohon Bapak / Ibu/ Saudara/i berkenan memberi jawaban sesuai dengan keadaan yang dirasakan oleh Bapak / Ibu/ Saudara/i selama ini, dengan cara memberi checklist (√) pada salah satu jawaban yang dianggap paling sesuai dengan kondisi yang sebenarnya pada salah satu kotak pada kolom yang tersedia.

Jawaban yang tersedia berupa continous rating scale.

Keterangan Menjawab:

SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

### III. DAFTAR PERNYATAAN

#### 1. Pemahaman Produk ( $X_1$ )

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
<b><i>Pemahaman Produk</i></b>					
1	<b>Interpretasi (<i>Interpreting</i>)</b> Saya memahami bahwa bank syariah tidak menggunakan sistem bunga.				
2	<b>Mencontohkan (<i>Exemplifying</i>)</b> Saya memahami bahwa bank syariah diawasi oleh badan pengawas yang bertugas memastikan operasionalnya sesuai dengan peraturan yang berlaku				
3	<b>Mengklarifikasikan (<i>Classification</i>)</b> Saya mengetahui cara kerja produk syariah seperti bagi hasil, jual-beli, atau sewa				
4	<b>Meringkas (<i>summarizing</i>)</b> Saya dapat menjelaskan kembali secara singkat manfaat dan ketentuan produk tabungan syariah kepada orang lain dengan bahasa saya sendiri				
5	<b>Menyimpulkan (<i>Inferring</i>)</b> Bank syariah memiliki operasional yang berbeda, bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada nasabah baik dalam pembayaran ataupun penarikan				
6	<b>Membandingkan (<i>Comparing</i>)</b> Saya merasa produk syariah sesuai				

	dengan kebutuhan saya sebagai pengguna layanan keuangan				
7	<b>Menjelaskan (Explaining)</b> Saya dapat menjelaskan kepada orang bahwa perbankan syariah salah satu lembaga keuangan yang membantu masyarakat sesuai dengan syariat agama islam				

2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
<b><i>Kualitas Pelayanan</i></b>					
1	<b>Kepatuhan (Compliance)</b> Karyawan pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang mempunyai kemampuan yang baik dalam menyampaikan informasi				
2	<b>Assurance (Jaminan)</b> Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang memiliki teknologi yang modern yang memudahkan nasabah				
3	<b>Reliability (Kehandalan)</b> Karyawan pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang dalam melayani nasabah sudah ramah dan bersahabat				
4	<b>Tangible (Bukti Fisik)</b> Karyawan pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang sudah				

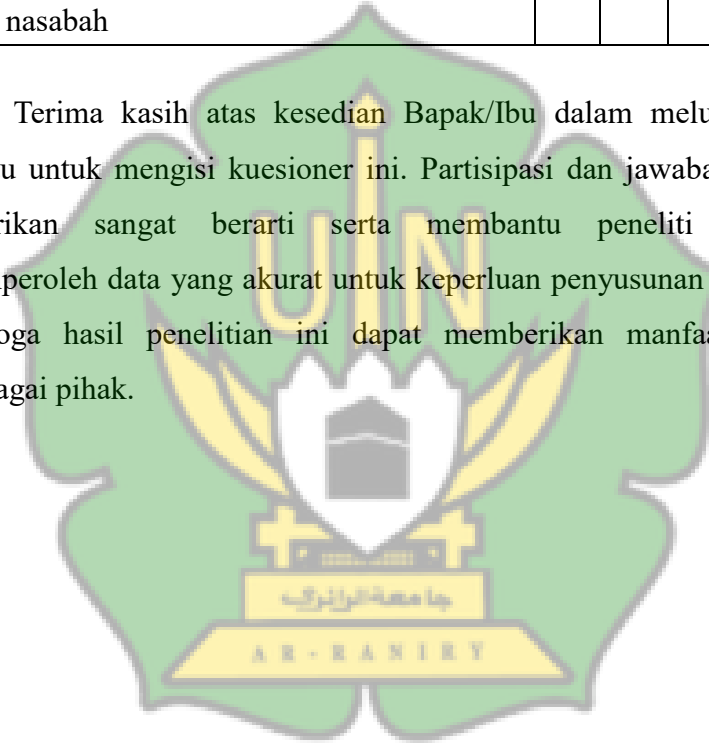
	sepenuhnya membantu nasabah				
5	<b>Responsiveness (Ketanggapan)</b> Karyawan Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang memproses dengan cepat atas transaksi yang nasabah lakukan				
6	<b>Empathy (Empati)</b> Karyawan pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang sudah melaksanakan tugasnya sesuai dengan jobdesknya masing-masing				

### 3. Minat Menabung Nasabah non-Muslim (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
<i>Minat Menabung Nasabah Non-Muslim</i>					
1	<b>Perhatian (Attention)</b> Adanya pengaruh dari pihak lain seperti keluarga atau teman untuk menggunakan Bank Syariah				
2	<b>Ketertarikan (Interest)</b> Tertarik untuk menggunakan produk Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kota Sabang karena saudara percaya pada kinerja bank syariah				
3	<b>Keinginan (Disire)</b> Sebelum menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia kantor cabang Kota Sabang, anda berkonsultasi terlebih				

	dahulu dengan orang yang telah menjadi nasabah Bank Syariah tersebut				
4	<b>Keyakinan (Conviction)</b> Pengenalan produk yang tepat oleh Bank Syariah mampu meningkatkan keyakinan masyarakat untuk menjadi nasabah				

Terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Partisipasi dan jawaban yang diberikan sangat berarti serta membantu peneliti dalam memperoleh data yang akurat untuk keperluan penyusunan skripsi. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.



## Lampiran 2 Jawaban Responden

### 1. Pemahaman Produk ( $X_1$ )

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL
1	3	4	1	2	1	3	4	18
2	1	2	1	2	2	2	1	11
3	2	4	2	2	2	4	3	19
4	3	3	3	3	3	4	4	23
5	3	2	3	3	3	4	3	21
6	3	2	3	4	3	4	3	22
7	2	2	2	3	2	2	2	15
8	3	3	3	3	3	3	3	21
9	3	3	3	3	2	4	4	22
10	4	4	4	2	4	4	4	26
11	3	3	3	3	3	3	3	21
12	3	1	2	3	1	3	3	16
13	3	3	3	2	3	3	3	20
14	1	4	3	3	1	2	2	16
15	4	3	3	3	4	4	4	25
16	3	3	3	3	3	3	3	21
17	3	3	2	1	3	3	2	17
18	3	3	3	4	4	4	4	25
19	2	4	3	3	4	3	3	22
20	2	2	3	3	2	2	2	16
21	3	2	2	4	3	3	3	20
22	3	2	2	3	2	2	2	16
23	2	3	3	2	3	3	3	19
24	3	3	2	3	3	3	3	20
25	3	3	4	4	4	3	3	24
26	4	4	4	3	3	3	4	25
27	3	3	3	2	4	3	3	21
28	3	3	3	3	3	4	4	23

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL
29	4	3	3	3	4	4	4	25
30	2	2	2	2	3	2	3	16
31	1	2	2	3	4	2	2	16
32	3	3	3	4	3	3	3	22
33	3	3	3	2	3	3	3	20
34	3	2	2	2	2	2	3	16
35	3	2	2	3	1	3	1	15
36	3	2	2	4	2	3	3	19
37	1	1	3	3	3	2	2	15
38	4	4	3	2	2	4	1	20
39	3	3	2	3	3	4	4	22
40	2	3	2	3	3	3	3	19
41	2	2	2	3	2	3	3	17
42	2	3	2	2	3	3	3	18
43	2	4	2	2	4	2	4	20
44	4	3	2	3	3	4	3	22
45	3	3	2	2	4	3	3	20
46	4	4	4	2	4	4	4	26
47	4	3	3	2	3	2	3	20
48	3	3	3	3	3	3	3	21
49	4	3	3	3	2	4	3	22
50	3	3	3	3	2	2	3	19
51	4	3	3	3	4	3	3	23
52	3	4	3	3	3	3	2	21
53	3	3	4	3	3	3	3	22
54	4	3	3	3	3	2	3	21
55	4	3	4	2	4	2	3	22
56	4	3	4	2	3	3	2	21
57	3	2	3	3	3	3	3	20
58	2	3	3	3	2	2	3	18
59	4	3	3	4	3	3	4	24

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL
60	4	3	3	3	3	3	4	23
61	3	3	1	2	2	1	2	14
62	3	3	3	3	3	3	3	21
63	2	2	2	3	2	3	4	18
64	3	4	2	3	4	1	3	20
65	3	3	3	3	4	2	3	21
66	3	3	3	3	3	3	3	21
67	3	2	3	3	3	4	4	22
68	2	2	2	3	2	4	3	18
69	2	2	2	3	3	4	4	20
70	2	2	2	3	3	3	3	18
71	2	2	2	1	2	3	3	15
72	2	2	2	3	3	2	2	16
73	2	3	2	3	3	3	3	19
74	3	2	2	2	3	3	3	18
75	3	3	2	2	3	3	3	19
76	3	2	2	4	3	3	3	20
77	4	4	3	4	4	2	2	23
78	3	3	3	3	3	4	3	22
79	3	1	3	3	1	4	4	19
80	2	3	2	2	2	1	1	13
81	3	3	3	3	3	4	3	22

## 2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
1	2	3	4	3	3	4	19
2	2	1	2	1	2	2	10
3	2	2	4	2	3	4	17
4	2	3	3	3	3	3	17
5	3	3	3	3	4	3	19
6	3	3	3	3	3	3	18

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
7	2	2	2	2	2	2	12
8	3	3	3	3	3	3	18
9	3	4	3	4	3	3	20
10	4	4	3	4	3	3	21
11	3	3	3	3	3	3	18
12	2	1	2	1	2	2	10
13	3	3	3	3	3	3	18
14	2	2	2	2	2	2	12
15	3	4	4	4	3	4	22
16	2	3	3	3	2	3	16
17	3	3	2	3	3	2	16
18	4	3	4	3	4	4	22
19	4	3	4	3	4	4	22
20	4	2	2	2	4	2	16
21	3	3	3	3	3	3	18
22	2	2	1	2	2	1	10
23	3	3	3	3	3	3	18
24	3	3	3	3	3	3	18
25	4	4	3	4	4	3	22
26	4	3	3	3	4	3	20
27	3	3	4	3	3	4	20
28	3	3	4	3	3	4	20
29	4	3	4	3	4	4	22
30	2	2	1	2	2	1	10
31	2	2	2	2	2	2	12
32	4	3	4	3	4	4	22
33	4	2	2	2	4	2	16
34	2	2	2	2	2	2	12
35	3	1	3	1	3	3	14
36	2	3	3	3	2	3	16
37	3	1	1	1	3	1	10
38	1	2	2	2	1	2	10
39	3	3	3	3	3	3	18
40	3	3	3	3	3	3	18
41	2	3	3	3	2	3	16

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
42	3	3	3	3	3	3	18
43	2	4	3	4	2	3	18
44	3	2	4	2	3	4	18
45	3	3	3	3	3	3	18
46	4	4	4	4	4	4	24
47	3	4	4	4	3	4	22
48	2	3	3	3	2	3	16
49	2	4	3	4	2	3	18
50	2	2	3	2	2	3	14
51	3	2	3	2	3	3	16
52	3	3	3	3	3	3	18
53	3	4	4	4	3	4	22
54	2	3	4	3	2	4	18
55	3	4	3	4	3	3	20
56	3	3	4	3	3	4	20
57	4	2	3	2	4	3	18
58	3	3	2	3	3	2	16
59	2	3	3	3	2	3	16
60	2	3	3	3	2	3	16
61	1	1	2	1	1	2	8
62	3	3	3	3	3	3	18
63	3	2	2	2	3	2	14
64	3	1	4	1	3	4	16
65	3	2	3	2	3	3	16
66	3	2	3	2	3	3	16
67	3	4	3	4	3	3	20
68	2	2	3	2	2	3	14
69	3	2	3	2	3	3	16
70	3	2	3	2	3	3	16
71	3	2	3	2	3	3	16
72	2	2	2	2	2	2	12
73	2	3	3	3	2	3	16
74	2	3	3	3	2	3	16
75	2	3	3	3	2	3	16
76	3	2	2	2	3	2	14

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
77	4	2	4	2	4	4	20
78	3	3	4	3	3	4	20
79	3	2	3	2	3	3	16
80	2	2	2	2	2	2	12
81	3	2	4	2	3	4	18

### 3. Minat Menabung Nasabah Non Muslim (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
1	3	4	3	2	12
2	2	1	1	2	6
3	4	3	2	2	11
4	4	4	3	2	13
5	4	3	3	3	13
6	4	3	3	3	13
7	2	2	2	2	8
8	3	3	3	3	12
9	4	4	4	3	15
10	4	4	4	4	16
11	3	3	3	3	12
12	3	3	1	2	9
13	3	3	3	3	12
14	2	2	2	2	8
15	4	4	4	3	15
16	3	3	3	2	11
17	3	2	3	3	11
18	4	4	3	4	15

<b>No</b>	<b>Y.1</b>	<b>Y.2</b>	<b>Y.3</b>	<b>Y.4</b>	<b>TOTAL</b>
19	3	3	3	4	<b>13</b>
20	2	2	2	4	<b>10</b>
21	3	3	3	3	<b>12</b>
22	2	2	2	2	<b>8</b>
23	3	3	3	3	<b>12</b>
24	3	3	3	3	<b>12</b>
25	3	3	4	4	<b>14</b>
26	3	4	3	4	<b>14</b>
27	3	3	3	3	<b>12</b>
28	4	4	3	3	<b>14</b>
29	4	4	3	4	<b>15</b>
30	2	3	2	2	<b>9</b>
31	2	2	2	2	<b>8</b>
32	3	3	3	4	<b>13</b>
33	3	3	2	4	<b>12</b>
34	2	3	2	2	<b>9</b>
35	3	1	1	3	<b>8</b>
36	3	3	3	2	<b>11</b>
37	2	2	1	3	<b>8</b>
38	4	1	2	1	<b>8</b>
39	4	4	3	3	<b>14</b>
40	3	3	3	3	<b>12</b>
41	3	3	3	2	<b>11</b>
42	3	3	3	3	<b>12</b>
43	2	4	4	2	<b>12</b>

<b>No</b>	<b>Y.1</b>	<b>Y.2</b>	<b>Y.3</b>	<b>Y.4</b>	<b>TOTAL</b>
44	4	3	2	3	<b>12</b>
45	3	3	3	3	<b>12</b>
46	4	4	4	4	<b>16</b>
47	2	3	4	3	<b>12</b>
48	3	3	3	2	<b>11</b>
49	4	3	4	2	<b>13</b>
50	2	3	2	2	<b>9</b>
51	3	3	2	3	<b>11</b>
52	3	2	3	3	<b>11</b>
53	3	3	4	3	<b>13</b>
54	2	3	3	2	<b>10</b>
55	2	3	4	3	<b>12</b>
56	3	2	3	3	<b>11</b>
57	3	3	2	4	<b>12</b>
58	2	3	3	3	<b>11</b>
59	3	4	3	2	<b>12</b>
60	3	4	3	2	<b>12</b>
61	1	2	1	1	<b>5</b>
62	3	3	3	3	<b>12</b>
63	3	4	2	3	<b>12</b>
64	1	3	1	3	<b>8</b>
65	2	3	2	3	<b>10</b>
66	3	3	2	3	<b>11</b>
67	4	4	4	3	<b>15</b>
68	4	3	2	2	<b>11</b>

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
69	4	4	2	3	13
70	3	3	2	3	11
71	3	3	2	3	11
72	2	2	2	2	8
73	3	3	3	2	11
74	3	3	3	2	11
75	3	3	3	2	11
76	3	3	2	3	11
77	2	2	2	4	10
78	4	3	3	3	13
79	4	4	2	3	13
80	1	1	2	2	6
81	4	3	2	3	12



### Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

#### 1. Pemahaman Produk (X<sub>1</sub>)

#### Correlations X<sub>1</sub>

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.338**	.477**	.088	.283*	.311**	.309**	.695**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.434	.011	.005	.005	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.2	Pearson Correlation	.338**	1	.309**	-.167	.346**	.029	.125	.490**
	Sig. (2-tailed)	.002		.005	.135	.002	.796	.267	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.3	Pearson Correlation	.477**	.309**	1	.181	.390**	.267*	.243*	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.107	.000	.016	.029	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.4	Pearson Correlation	.088	-.167	.181	1	.081	.150	.163	.340**
	Sig. (2-tailed)	.434	.135	.107		.473	.181	.146	.002
	N	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.5	Pearson Correlation	.283*	.346**	.390**	.081	1	.069	.280*	.611**
	Sig. (2-tailed)	.011	.002	.000	.473		.541	.011	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.6	Pearson Correlation	.311**	.029	.267*	.150	.069	1	.515**	.584**
	Sig. (2-tailed)	.005	.796	.016	.181	.541		.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.7	Pearson Correlation	.309**	.125	.243*	.163	.280*	.515**	1	.653**
	Sig. (2-tailed)	.005	.267	.029	.146	.011	.000		.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81
X1	Pearson Correlation	.695**	.490**	.694**	.340**	.611**	.584**	.653**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	
	N	81	81	81	81	81	81	81	81

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

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

## Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)

### Correlations X<sub>2</sub>

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.242*	.365**	.242*	.942**	.365**	.679**
	Sig. (2-tailed)		.029	.001	.029	.000	.001	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81
X2.2	Pearson Correlation	.242*	1	.443**	1.000**	.226*	.443**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.029		.000	0.000	.042	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81
X2.3	Pearson Correlation	.365**	.443**	1	.443**	.421**	1.000**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	0.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81
X2.4	Pearson Correlation	.242*	1.000**	.443**	1	.226*	.443**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.029	0.000	.000		.042	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81
X2.5	Pearson Correlation	.942**	.226*	.421**	.226*	1	.421**	.696**
	Sig. (2-tailed)							

	Sig. (2-tailed)	.000	.042	.000	.042		.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81
X2.6	Pearson Correlation	.365**	.443**	1.000**	.443**	.421**	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	0.000	.000	.000		.000
	N	81	81	81	81	81	81	81
X2	Pearson Correlation	.679**	.760**	.812**	.760**	.696**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	81	81	81	81	81	81	81

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

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

## 2. Minat Menabung Nasabah Non Muslim (Y)

### Correlations Y

#### Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1 Pearson Correlation	1	.515**	.387**	.264*	.753**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.017	.000
N	81	81	81	81	81
Y2 Pearson Correlation	.515**	1	.516**	.283*	.797**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.010	.000
N	81	81	81	81	81
Y3 Pearson Correlation	.387**	.516**	1	.242*	.749**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.029	.000
N	81	81	81	81	81
Y4 Pearson	.264	.283	.242	1	.601**

	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.017	.010	.029		.000
	N	81	81	81	81	81
Y	Pearson					
	Correlation	.753**	.797**	.749**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	81	81	81	81	81

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

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



## Lampiran 4 Uji Reliabilitas

Uji

Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.678	7

1. Pemahaman Produk ( $X_1$ )

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.848	6

2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

3. Minat Non

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.702	4

Menabung Nasabah Muslim (Y)

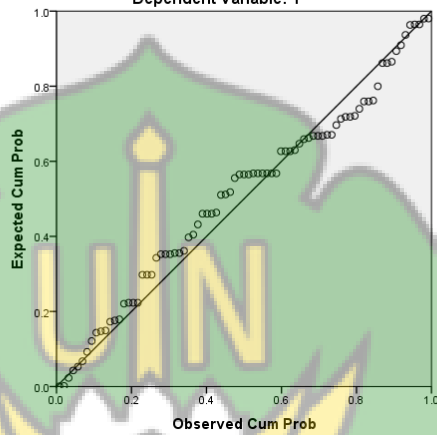
## Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

#### P-P Plots

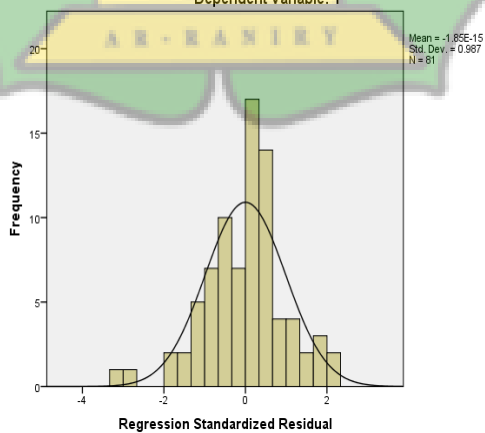
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y



Histogram

Dependent Variable: Y

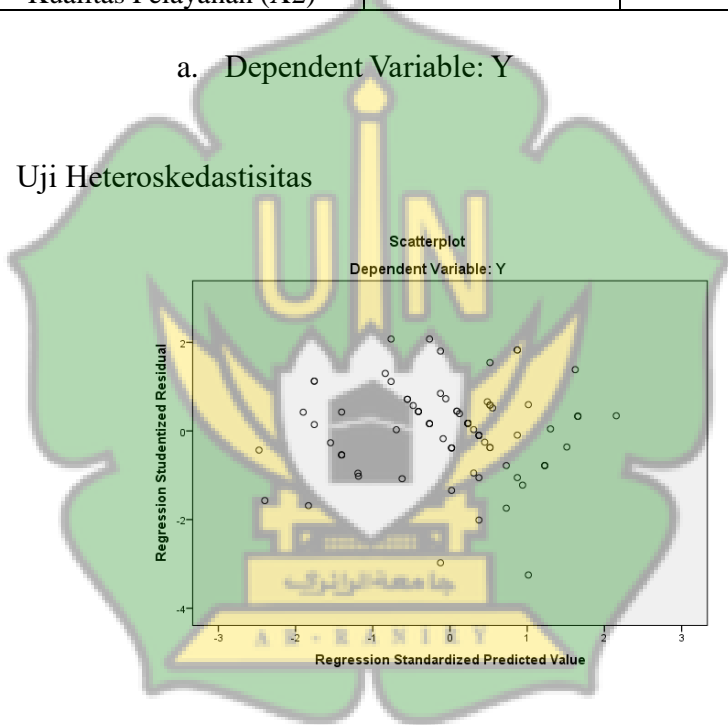


## 2. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1. Pemahaman Produk (X1)	0.367	2.724
Kualitas Pelayanan (X2)	0.367	2.724

a. Dependent Variable: Y

## 3. Uji Heteroskedastisitas



## Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis

### 1. Uji Parsial (Uji T)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.243	.773		-.315	.754
	X1	.285	.063	.390	4.507	.000
	X2	.353	.056	.544	6.292	.000
a. Dependent Variable: Y						

### 2. Uji Simultan (F)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	317.940	2	158.970	143.056	.000 <sup>b</sup>
Residual	86.677	78	1.111		
Total	404.617	80			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

**Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.243	.773		-.315	.754
	X1	.285	.063	.390	4.507	.000
	X2	.353	.056	.544	6.292	.000
a. Dependent Variable: Y						

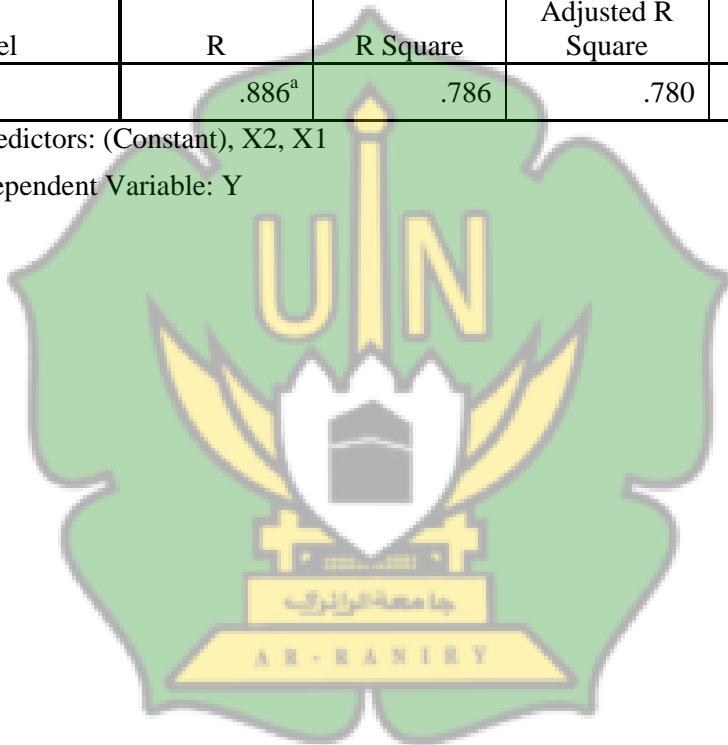
## Lampiran 8 Hasil Koefisien Determinasi (R)

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 <sup>a</sup>	.786	.780	1.05415

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y



## Lampiran 9 r Tabel

$df = 81 - 2 = 79$  jadi r tabel sebesar 0,218

Tabel r untuk  $df = 1 - 50$

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

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
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

## Lampiran 10 t Tabel

$df = n - k - 1 = 81 - 2 - 1 = 78$  jadi T tabel sebesar 1.990

Titik Persentase Distribusi t ( $df = 1 - 40$ )

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

**Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)**

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
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

**Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)**

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
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

## Lampiran 11 f Tabel

df= 78 F tabel sebesar= 3.11

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

## Lampiran 12 Dokumentasi Nasabah

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

## Dokumentasi Nasabah



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### **Data Pribadi**

Nama : Tya Fahara  
Tempat/Tanggal Lahir : Aceh Besar/ 17 Oktober 2004  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan/NIM : Mahasiswa/220603014  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Jurong By Pass, Kec. Cot Bau, Kota Sabang  
Email : faharatya@gmail.com

### **Riwayat Pendidikan**

SD/MI : Mis Balohan Ie Meule Kota Sabang  
SMP/MTs : MTs Pesantren Terpadu Al - Mujaddid  
SMA/MA : MA Pesantren Terpadu Al - Mujaddid  
Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

### **Data Orang Tua**

Nama Ayah : Suherman  
Nama Ibu : Yusdiana, S.Ag  
Alamat Orang Tua : Jurong By Pass, Kec. Cot Bau, Kota Sabang