

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN
FIRDAUS PASCA KONVERSI
(Studi Pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh)**



Disusun Oleh:

**EMIL MAULIDIN
NIM. 170603032**

**PROGAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M/1442 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Emil Maulidin
NIM : 170603032
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 6 Desember 2021

Yang menyatakan,



Emil Maulidin
Emil Maulidin

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah
Nasabah Tabungan Firdaus Pasca Konversi
(Studi Pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

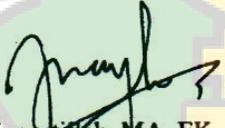
Emil Maulidin
NIM. 170603032

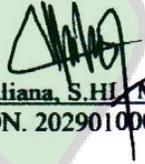
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Inayahillah, MA. EK.
NIP. 198208042014032001


Isnaliana, S.HI, MA
NIDN. 20290100003

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


Dr. Nevi Hasnita, M.Ag
NIP: 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah
Nasabah Tabungan Firdaus Pasca Konversi
(Studi Pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh)**

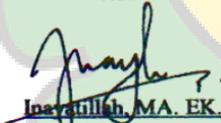
Emil Maulidin
NIM. 170603032

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
Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: 4 Januari 2022
Selasa 1 Jumadil akhir 1443

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua


Inayatullah, MA. EK.
NIP. 198208042014032001

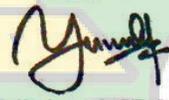
Sekretaris


Isnaliaha, S. H., M.A.
NIDN. 2029090003

Penguji I


Eliana, SE., M. Si.
NIDN. 1310047601

Penguji II


Yulindawati, SE, MM
NIP. 1979071320141120002



Mengetahui

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


Dr. Zaki Fuad, M. Ag.
NIP. 196403141992031003



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

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921,7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Emil Maulidin
NIM : 170603032
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 170603032@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 KKKU Skripsi

yang berjudul:

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah
Tabungan Firdaus Pasca Konversi pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda
Aceh**

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

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 15 maret 2022

Penulis

Emil Maulidin
NIM.170603032

Mengetahui,
Pembimbing I

Inayatillah, MA. EK.
NIP: 198208042014032001

Pembimbing II

Isnaliana, S.H., MA
NIDN. 20290100003

KATA PENGANTAR



Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah Nya sehingga pada kesempatan ini penulis telah dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Firdaus Pasca Konversi Pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh”**.

Shalawat dan salam tak lupa pula kita sanjung sajian kepangkuan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa ummat manusia dari alam jahiliyah ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, dari alam gelap gulita ke alam yang terang benderang seperti yang kita rasakan pada saat ini. Skripsi ini merupakan salah satu syarat menyelesaikan Sarjana (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak menerima bantuan berupa saran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak dalam bentuk morel maupun material. Maka untuk selanjutnya dengan rasa hormat peneliti sampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ayumiati, S.E., M.Si selaku Sekretaris dan Penasehat Akademik Program Studi Perbankan Syariah.
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Inayatillah, MA.,E.K selaku pembimbing I dan Isnaliana, S.HI.,MA selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan masukan, saran dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Eliana, SE.,M. Si selaku penguji I dan Yulindawati, SE, MM selaku penguji II yang telah memberikan bimbingan, saran, dan ilmunya untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Kepada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh dan Para Responden yang sudah Meluangkan waktu dan Membantu Mengisi Kuisisioner Peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orang tua tercinta ayahanda Dahlan Mahmud dan ibunda Rasyidah yang senantiasa mendoakan dan menasehatai dengan setulus hati serta memberikan dukungan baik moril maupun materil. Terima kasih juga kepada Ediansyah selaku abang peneliti, dan juga kepada Elita dan Ervina selaku kakak peneliti, dimana mereka selalu memberikan semangat kepada peneliti agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya.
8. Teruntuk sahabat peneliti saya yang telah membantu saya mengarahkan tujuan dan target selanjutnya dalam penulisan

skripsi ini dan seluruh teman-teman Program Studi Perbankan Syariah, yang sudah bersama-sama dalam perjuangan yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

9. Seluruh pihak yang telah tulus ikhlas membantu, memberikan doa, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Bantuan tersebut peneliti serahkan kepada Allah SWT untuk memberi balasan dan pahala yang lebih baik lagi.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Rabbal ‘Alamin.

Banda Aceh, 6 Desember 2021
Penulis,

Emil Maulidin



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
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	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	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	ع	’
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 : *hauila*

1. 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 ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
◌ِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
◌ُ ي	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ :yaqūlu

2. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-MadīnahalMunawwara/
alMadīnatulMunawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

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

ABSTRAK

Nama : Emil Maulidin
NIM : 170603032
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Firdaus Pasca Konversi Pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
Tebal Skripsi : 168 Halaman
Pembimbing I : Inayatillah, MA., EK
Pembimbing II : Isnaliana, S.HI.,MA

Bank Aceh Syariah saat ini terus mengalami peningkatan jumlah nasabah, terutama pada nasabah tabungan Firdaus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, pelayanan, dan produk terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel 100 nasabah. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa pendapatan, pelayanan, dan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan firdaus pasca konversi pada Bank Aceh Cabang Banda Aceh. Penelitian ini juga dibuktikan dengan hasil *R-Square* sebesar 60,6% dan sisanya 39,4% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti oleh penulis seperti variabel loyalitas, promosi, edukasi, lingkungan dll.

Kata Kunci: Peningkatan Jumlah Nasabah, Tabungan Firdaus, Bank Aceh Cabang Banda Aceh

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	iv
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	x
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Tabungan	13
2.1.1 Pengertian Tabungan	13
2.1.2 Tujuan dan Manfaat Tabungan.....	14
2.1.3 Jenis-Jenis Tabungan	15
2.2 Mudarabah.....	17
2.2.1 Pengertian Mudarabah.....	17
2.2.2 Jenis-Jenis Mudarabah.....	19
2.3 Ketentuan Tabungan Mudarabah Menurut Fatwa DSNMUI.....	20
2.4 Peningkatan Jumlah Nasabah.....	21
2.4.1 Klasifikasi Nasabah	22
2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Nasabah Tabungan	23
2.5.1 Faktor Pendapatan	23
2.5.2 Faktor Pelayanan	27

2.5.3 Faktor Produk	30
2.6 Penelitian Terkait.....	33
2.7 Kerangka Pemikiran	41
2.8 Pengaruh Antar Variabel	42
2.8.1 Pengaruh Pendapatan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Firdaus Pasca Konversi.....	42
2.8.2 Pengaruh Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Firdaus Pasca Konversi.....	43
2.8.3 Pengaruh Produk Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Firdaus Pasca Konversi.....	44
2.9 Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1 Jenis Penelitian dan Pendekatan	46
3.2 Sumber Data	46
3.3 Populasi Penelitian dan Sampel.....	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel	47
3.4 Tehnik Pengumpulan Data	49
3.5 Skala Pengukuran	50
3.6 Definisi Operasional Variabel	51
3.6.1 Variabel Bebas (Independen)	51
3.6.2 Variabel Terikat (Dependen)	51
3.7 Instrumen Penelitian	53
3.7.1 Uji Validitas	53
3.7.2 Uji Reliabilitas	54
3.8 Uji Asumsi Klasik	54
3.8.1 Uji Normalitas	55
3.8.2 Uji Multikolinieritas	56
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	56
3.9 Tehnik Analisis Data	57
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda	57
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi	58
3.10 Pengujian Hipotesis	58
3.10.1 Uji Parsial (Uji t)	59

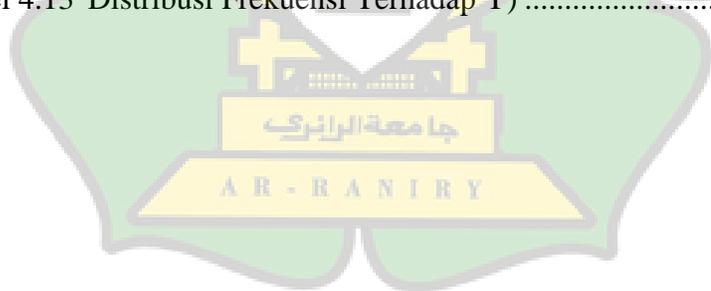
3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran Lokasi Penelitian	62
4.1.1 Sejarah Bank Aceh	62
4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh Cabang Banda Aceh	64
4.1.3 Gambaran Umum Produk Tabungan Firdaus Bank Aceh Syariah.....	66
4.2 Deskriptif Responden	67
4.3 Uji Validitas.....	69
4.4 Uji Reliabilitas.....	72
4.5 Uji Asumsi Klasik	73
4.5.1 Uji Normalitas	73
4.5.2 Uji Multikolinieritas	75
4.5.3 Uji Heteroskedasitas	77
4.6 Tehnik Analisis Data	78
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda	78
4.6.2 Uji Koefesien Determinasi	81
4.7 Pengujian Hipotesis	82
4.7.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	82
4.7.2 Uji Signifikan Simultan (Uji f).....	84
4.8 Analisis Distribusi Frekuensi.....	85
4.8.1 Deskripsi Jawaban Terhadap Pendapatan.....	85
4.8.2 Deskripsi Jawaban Terhadap Pelayanan.....	86
4.8.3 Deskripsi Jawaban Terhadap Produk	87
4.8.4 Deskripsi Jawaban Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah.....	88
4.9 Pembahasan	89
4.9.1 Variabel Pendapatan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah.....	89
4.9.2 Variabel Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah.....	91
4.9.3 Variabel Produk Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah.....	92
4.9.4 Variabel Pendapatan, Pelayanan dan Produk Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah	93

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Jumlah Nasasbah	6
Tabel 2.1	Penelitian Terkait.....	36
Tabel 3.1	Teknik Pemerolehan Data.....	50
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	51
Tabel 4.1	Karakteristik Responden.....	67
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel X1	69
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel X2	70
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel X3.....	71
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Y	71
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas.....	76
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	78
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	81
Tabel 4.11	Uji Parsial (T)	82
Tabel 4.12	Uji Simultan (F).....	84
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Terhadap X1).....	85
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Terhadap X2)	86
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Terhadap X3)	87
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Terhadap Y)	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.1 Normal P-Plot	75
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat izin penelitian	102
Lampiran 2	Kuesioner/Angket	103
Lampiran 3	Tabulasi Data	110
Lampiran 4	Karakteristik Responden.....	123
Lampiran 5	Uji Validitas	126
Lampiran 6	Uji Reliabilitas	130
Lampiran 7	Tabel Distribusi Frekuensi.....	131
Lampiran 8	Uji Normalitas	138
Lampiran 9	Uji Multikolinieritas	139
Lampiran 10	Uji Heteroskedastisitas	140
Lampiran 11	Regresi Linear Berganda.....	141
Lampiran 12	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	142
Lampiran 13	Uji Parsial (UJI-t).....	143
Lampiran 14	Uji Simultan (UJI-f).....	144
Lampiran 15	R Tabel.....	145
Lampiran 16	T Tabel.....	146
Lampiran 17	F Tabel	147
Lampiran 18	Daftar Riwayat Hidup Penulis	148

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang bank Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Kegiatan utama dari suatu bank yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana untuk masyarakat. Menurut UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, kemaslahatan, universalisme, serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan objek yang haram.

Pertumbuhan setiap bank dipengaruhi oleh kemampuan dalam menghimpun dana dari masyarakat, baik berskala kecil maupun dalam skala besar. Sebagai salah satu lembaga keuangan, permasalahan yang sering terjadi pada bank adalah dana. Tanpa adanya dana bank tidak dapat berjalan dengan semestinya (Aisyah, 2016). Dalam upaya menghimpun dana dari nasabah perbankan syariah melaksanakan berbagai macam strategi antara lain dalam bentuk tabungan, giro, deposito serta dalam bentuk lainnya. Menghimpun dana bertujuan untuk mendapatkan dana dari nasabah

dalam bentuk simpanan, giro, tabungan serta deposito ataupun dalam bentuk yang lain (Chalisa, 2019).

Tabungan merupakan dana pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan berdasarkan syarat yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, namun penarikannya tidak dapat dilakukan dengan cek, bilyet giro ataupun alat lainnya (Erinto, 2019). Dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menyebutkan bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudarabah atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang telah disepakati oleh nasabah dan pihak bank.

Adapun produk tabungan yang ditawarkan oleh perbankan syariah bertujuan untuk memenuhi pelayanan untuk nasabah dalam penyimpanan dana dalam berbagai bentuk produk tabungan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh nasabah. Dengan adanya produk tabungan nasabah dapat menikmati banyak manfaat yang akan dirasakan pada masa yang akan datang. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah dalam membuka tabungan. *Pertama*, faktor *marketing mix*, dalam faktor *marketing mix* terdiri dari elemen yaitu: produk, harga dan promosi. *Kedua*, faktor budaya didalam faktor budaya ada dua elemen yaitu: budaya dan kelas sosial. *Ketiga*, faktor sosial sendiri terdiri dari kelompok acuan, keluarga dan status. *Keempat*, faktor pribadi di dorong oleh usia, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. *Kelima*, faktor psikologi ini di dorong

oleh motivasi, persepsi, pengetahuan dan keyakinan (Andespa, 2017).

Bank Aceh merupakan bank daerah yang merupakan bank milik pemerintah Aceh. Dengan hadirnya Bank Aceh diharap dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Aceh. Pada saat masih menggunakan sistem konvensional Bank Aceh menggunakan sistem bunga. Bank Aceh merupakan salah satu bank berhasil melakukan konversi. Setelah izin operasional konversi ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK No. KEP-44/D.03/2016 pada tanggal 1 September 2016 perihal pemberian izin perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi bank umum syariah yaitu PT. Bank Aceh Syariah. Setelah di nyatakan resmi konversi dari konvensional bukan hanya nama perusahaanya saja yang berubah. Namun, semua produk yang ada pada bank Aceh juga ikut dikonversikan (Purba, 2017).

Konversi bank konvensional menjadi bank syariah dengan ini menunjukkan bahwa salah satu mekanisme membentuk bank syariah ditandai dengan adanya perubahan secara legal. Konversi Bank Aceh menjadi Bank Aceh Syariah dapat mempengaruhi pada tingkat jumlah nasabah yang akan mengalami peningkatan maupun penurunan. Konversi Bank Aceh mendorong positif perkembangan dan pertumbuhan perbankan syariaah di Aceh selama 2016. Sejauh ini Bank Aceh Syariah menunjukkan pertumbuhan yang positif, baik dari sisi aset maupun kinerja keuangan. Bank Aceh pasca konversi dinilai beroperasi pada tingkat efisiensi yang lebih rendah

dan tidak berbeda dibandingkan pada periode prakonversi yang disebabkan oleh biaya operasional yang lebih tinggi (Adha dkk, 2020).

Menurut Permana (2018), jika dilihat dari kinerja keuangan Biro Riset Infobank (BIRL) mencatat secara umum bank Aceh Syariah tumbuh dengan sangat baik. Hal itu ditandai dengan pertumbuhan bisnis yang lebih tinggi dibandingkan dengan industri perbankan syariah yang diwakili 13 Bank Umum Syariah (BUS) dan 21 Unit Usaha Syariah (UUS). Per Juni 2017 *asset* bank ini tumbuh 23,03% secara *year to date* dari 18,76 triliun. Sementara *asset* industri Perbankan Syariah pada periode yang sama tumbuh 6,08% atau menjadi Rp378,20 triliun. Dari sisi laba Bank Aceh Syariah juga sukses memperoleh keuntungan hingga lebih dari 100% (PT. Bank Aceh Syariah, 2018).

Setelah resmi konversi menjadi syariah, Bank Aceh Syariah melakukan peningkatan kualitas dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan menghadirkan produk tabungan unggulan yaitu seperti Tabunganku, Tabungan Firdaus, Tabungan Aneka Guna, Tabungan Seulanga Ib, Tabungan Sahara, Tabungan Haji Akbar, dan Tabungan Simpeda (PT. Bank Aceh Syariah, 2018).

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

syariah yang dapat digunakan setiap saat dan salah satu produknya adalah Tabungan di Bank Aceh, dimana pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagian yang telah disepakati sebelumnya (PT. Bank Aceh Syariah, 2018).

Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah diperuntukkan bagi perorangan yang menggunakan prinsip mudharabah (bagi hasil) dimana dana yang diinvestasikan oleh nasabah dapat dipergunakan oleh pihak Bank (*mudharib*) dengan imbalan bagi hasil bagi nasabah (*shahibul maal*). Tabungan Firdaus menggunakan akad mudharabah *muthlaqah* yang berarti pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usaha tanpa adanya batasan sepanjang memenuhi syarat dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis usaha dan nasabah pelanggannya. Fasilitas yang dimiliki tabungan firdaus tentunya menjadi perhatian dan menarik banyak peminat calon nasabah terutama pasca konversi.

Setelah adanya konversi, artinya masyarakat semakin meminati tabungan firdaus. Salah satu penyebabnya adalah keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh tabungan tersebut yaitu aman dan terpercaya, transaksi ATM Bank dapat dilakukan diluar negeri, bebas transfer antar rekening Bank Aceh, bebas biaya administrasi pembukaan, bagi hasil yang kompetitif, biaya penutupan rekening sebesar 25.000, mendapatkan fasilitas mobile banking (Action), dan kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq, dan sedekah. Peningkatan nasabah Tabungan Firdaus setiap

tahunnya mengalami peningkatan, begitu juga dengan jumlah tabungan yang meningkat setiap tahunnya (PT. Bank Aceh Syariah, 2018).

Dengan hadirnya Qanun nomor 11 tahun tahun 2018 tentang lembaga keuangan syariah yang menghendaki seluruh lembaga keuangan yang berada di Aceh menjadi lembaga keuangan syariah atau perubahan kegiatan izin usaha bank umum konvensional menjadi bank umum syariah tanpa terkecuali membuat masyarakat Aceh mau tidak mau harus memilih Bank Syariah sebagai salah satu tempat untuk menabung.

Dibawah ini adalah daftar perbandingan jumlah nasabah dan jumlah tabungan pada produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020. Adapun data tabel perbandingan jumlah nasabah dan jumlah tabungan pada produk Tabungan Firdaus pada Bank Aceh selama tiga tahun terakhir.

Tabel 1.1
Perbandingan Jumlah Nasabah Tabungan Firdaus

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase
2018	28.048	31,90 %
2019	29.370	33,39 %
2020	30.530	34,71%
Total	87.948	100%

Sumber: Data Diolah (2021)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa peminat Tabungan Firdaus dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 jumlah nasabah sebanyak 28.052 atau setara dengan 31,09%. Pada tahun 2019 jumlah nasabah meningkat sebanyak 30.120 atau setara dengan 33,37%. Sedangkan pada tahun 2020 peminat Tabungan Firdaus juga mengalami peningkatan pada jumlah nasabah sebanyak 32.078 atau setara dengan 35,54%. Dapat dilihat dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 jumlah nasabah dan jumlah tabungan pada produk tabungan Firdaus terus meningkat.

Pendapatan adalah seluruh nilai total produksi dikurangi seluruh biaya yang dikeluarkan termasuk biaya tenaga kerja, fasilitas yang diperhitungkan dalam rupiah. Pendapatan dalam hal ini tidak lepas dari produk yang ditawarkan, dan produksi tidak akan lepas dari penggunaan biaya yang dikeluarkan. Pada penelitian Munthe, S (2014) menyebutkan bahwa produksi di bidang perusahaan berarti mempergunakan input untuk menghasilkan output input adalah segala sesuatu yang dimasukkan dalam proses produksi. Seperti penggunaan tanah, Tenaga kerja, modal, dan sarana lainnya. Pada penelitian Chalisa (2019), hasil penelitiannya menampilkan bahwa terdapat keselarasan pemasukan dimana tingkatan pemasukan tidak mempengaruhi nasabah dalam Tabungan Seulanga. Jumlah pemasukan yang besar tidak mempengaruhi dalam mempunyai tabungan. Terdapat sebagian faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih tabungan awal

tingkatan pemasukan, tingkatan pelayanan, keunggulan produk serta aspek sosial.

Kotler dan Keller (2004) mendefinisikan pelayanan sebagai aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat dirubah. Bagi nasabah yang mengutamakan keuntungan atau kemanfaatan yang diperoleh kualitas layanan (*service*) adalah juga faktor yang mempengaruhi mereka memilih sebuah produk. Jika Pelayanan yang diterimanya buruk, sudah pasti mereka beralih ke produk lain. Sebaliknya, jika pelayanan baik, mereka tidak akan segan-segan untuk setia pada produk itu. Rahmayanti (2018), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor pelayanan dapat mempengaruhi minat nasabah. Faktor pelayanan yaitu kegiatan pemberian layanan kepada nasabah. Biasanya nasabah memperhatikan karakter karyawan tersebut seperti: tutur kata, kesopanan, dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah. Bagi nasabah yang mengutamakan keuntungandan manfaat yang diperoleh, maka nasabah tersebut sangat memperhatikan kualitas pelayanan. Faktor lainnya seperti faktor produk, yaitu penyampaian informasi yang ditawarkan kepada nasabah tentang: kategori produk, atribut atau fitur produk, harga produk, kelebihan produk dan kepercayaan mengenai produk.

Produk dan jasa merupakan produk yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen, dan dapat memuaskan

konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang, jasa, pengalaman, acara, tempat, ide (Kotler, 2009:4). Strategi pemasaran yang tepat diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan perkembangan produk, yang dari produk tersebut mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik, merk, pengemasan dan layanan penjualan. Penelitian yang dilakukan oleh Uniyanti (2018), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih tabungan seperti faktor pendapatan. Faktor pendapatan yaitu: pendapatan yang diperoleh nasabah, dapat berasal dari upah/gaji yang diperoleh perbulannya bagi nasabah-nasabah yang berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), Pegawai BUMN, dan dapat juga yang berasal dari keuntungan usaha lainnya yang dijalankan oleh nasabah tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian ini dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Firdaus Pasca Konversi (Studi Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Apakah Pendapatan Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah pada Bank Aceh Pasca Konversi?

2. Apakah Pelayanan Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah pada Bank Aceh Pasca Konversi?
3. Apakah Produk Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah pada Bank Aceh Pasca Konversi?
4. Apakah Pendapatan, Pelayanan dan Produk Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah pada Bank Aceh Pasca Konversi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah pendapatan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh pasca konversi.
2. Untuk mengetahui apakah pelayanan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh pasca konversi.
3. Untuk mengetahui apakah produk berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh pasca konversi.
4. Untuk mengetahui apakah pendapatan, pelayanan dan produk berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh pasca konversi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Adapun kegunaan penulisan tugas akhir ini adalah agar penulis dapat mengetahui mengenai praktik yang terdapat pada lapangan terkait tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih tabungan firdaus.

2. Bagi Akademisi

Tugas akhir ini dapat berguna untuk memberikan penjelasan dan informasi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih tabungan firdaus dan diharapkan dapat menjadi sumber bacaan dan referensi yang dapat menambah wawasan pembaca khususnya mahasiswa.

3. Bagi Pihak Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan serta dapat memberikan saran yang berguna sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam solusi penyelesaian masalah yang terjadi di perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah pemahaman dan penelaahan penelitian. Dalam laporan penelitian ini, sistematika penulisan terdiri atas lima bab, masing-masing uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bab pertama, pada bab ini menjelaskan latar belakang yang berisi gambaran umum pembahasan dari judul yang diambil secara singkat, rumusan masalah yaitu permasalahan yang akan diteliti

sesuai dengan latar belakang masalah yang diuraikan, tujuan penelitian dan manfaat penelitian yaitu alasan melakukan penelitian tersebut serta manfaat dari penelitian tersebut dan terdapat sistematika penulisan yaitu gambaran secara umum mengenai bab dari penelitian ini.

Bab kedua, pada bab ini mnguraikan tentang kajian teori, tinjauan penelitian terkait yaitu penelitian sebelumnya yang mendekati tema penelitian yang sedang dilakukan dan kerangka berpikir yaitu gambaran atau kerangka yang menjelaskan mengenai hubungan antara variable pada judul penelitian yang diteliti, serta hipotesis penelitian.

Bab ketiga, pada bab ini berisi tentang penjelasan jenis penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab keempat, dalam bab ini menguraikan pembahasan secara detail tentang faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah tabungan firdaus pasca konversi.

Bab kelima, pada bab ini berisikan tentang kesimpulan yang didapat dari keseluruhan penelitian dan juga berisikan tentang saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada pihak terkait.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tabungan

2.1.1 Pengertian Tabungan

Tabungan merupakan simpanan yang paling populer dikalangan masyarakat umum lain dari masyarakat kota sampai pedesaan. Menurut Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 11008 pasal 1 (9), Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu (Widayati, 2019). Menurut UU Bank Indonesia Nomor 10 Tahun 11008 tabungan merupakan simpanan masyarakat yang penarikannya dapat dilakukan oleh si penabung sewaktu-waktu pada saat dikehendaki dan menurut syarat-syarat tertentu yang telah ditetapkan oleh bank penyelenggara, tetapi penarikannya tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Menurut Fahrus (2016) Syarat-syarat yang dimaksud antara lain ialah penarikan hanya dapat dilakukan dengan mendatangi kantor bank atau alat yang disediakan untuk keperluan tersebut dan tidak dapat dilakukan dengan menggunakan cek, bilyet giro dan surat perintah pembayaran lainnya yang sejenis. Penarikan tidak boleh melebihi jumlah tertentu sehingga menyebabkan saldo tabungan lebih kecil dari saldo minimum, kecuali penabung tidak akan melanjutkan tabungannya.

Menurut Fahrus (2016) transaksi tabungan meliputi :

1. Pembukaan rekening dan penyetoran,
2. Penarikan,
3. Pemindah bukuan,
4. Tata cara perhitungan dan pembukuan bunga tabungan
5. Penutupan rekening tabungan.

2.1.2 Tujuan dan Manfaat Tabungan

Masyarakat menabung di bank bertujuan untuk (Fahrus, 2016):

1. Mendapatkan keuntungan dari bunga tabungan di bank sehingga dapat dipergunakan untuk kebutuhan setiap saat.
2. Sebagai tempat penyimpanan uang yang lebih aman agar terhindar dari berbagai resiko yang terjadi seperti pencurian, perampokan.
3. Sebagai tempat simpanan uang yang dipergunakan untuk masa yang akan datang.

Manfaat masyarakat menabung di bank tersebut adalah (Fahrus, 2016):

1. Bagi Bank
 - a. Sebagai jaminan kredit
 - b. Sebagai tempat penyimpanan uang yang aman,praktis dan menguntungkan, serta juga menghindari resiko yang mungkin terjadi.

- c. Mendapatkan imbalan jasa berupa bunga atas uang yang disimpan
 - d. Efektif karena pengambilan dananya bisa dilakukan menguntungkan mesin ATM.
2. Bagi Nasabah
 - a. Sebagai tempat penyimpanan dana yang lebih aman.
 - b. Memperoleh keuntungan dari bunga tabungan serta undian berhadiah dari bank.
 - c. Penarikannya dapat diambil setiap saat.
 - d. Pengambilan dana dapat dilakukan dengan menggunakan ATM.

2.1.3 Jenis-Jenis Tabungan

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

1. Tabungan Wadiah

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

Dalam Fatwa DSN MUI No 2 Tahun 2000 tentang Tabungan, ketentuan umum tabungan berdasarkan akad wadiah

adalah bersifat simpanan yang bisa diambil kapan saja atau berdasarkan yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Dalam akad wadiah ini, nasabah berlaku sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank untuk memanfaatkan dana yang dititipkannya. Mengenai pengelolaan dananya, bank syariah berperan sebagai pihak yang ditipi kesepakatan, dan tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian dananya oleh nasabah dan memiliki hak untuk memanfaatkan dana yang disimpan dan bertanggung jawab terhadap penggunaan dana tersebut. Terkait dengan produk tabungan wadiah, bank syariah menggunakan akad *wadiah yad adh-dhamanah* yaitu: Akad penitipan barang di mana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang dapat memanfaatkan barang titipan dan harus bertanggung jawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang tersebut menjadi hak penerima titipan. Sebagai konsekuensinya, bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya (nasabah) menghendaki.

2. Tabungan Mudarabah

Tabungan Mudarabah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad mudarabah. Mudarabah mempunyai dua bentuk, yaitu mudarabah *mutlaqah* dan mudarabah *muqayyadah*, perbedaan utama di antara keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam

mengelola hartanya. Dalam hal ini, bank syariah bertindak sebagai mudharib (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai shahibul mal (pemilik dana). Bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad mudarabah dengan pihak lain. Namun, di sisi lain, bank syariah juga memiliki sifat sebagai seorang wali amanah, yang berarti bank harus berhati-hati atau bijaksana serta beritikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya.

2.2 Mudarabah

2.2.1 Pengertian Mudarabah

Menurut Jumhur, mudarabah adalah bagian dari musyarakah. Dalam merumuskan pengertian mudarabah, Wahbah Az-Zuhaili (2001) dalam bukunya *al-Fiqh al-Islam wa Adillatuhu* mengemukakan: Pemilik modal menyerahkan hartanya kepada pengusaha untuk diperdagangkan dengan pembagian keuntungan yang disepakati dengan ketentuan bahwa kerugian ditanggung oleh pemilik modal, sedangkan pengusaha tidak dibebani kerugian sedikitpun, kecuali kerugian berupa tenaga dan kesungguhannya. Dalam mudarabah masing-masing pihak dapat membatalkan transaksi ini. Para Ulama sepakat tentang legalitas Mudarabah. Mudarabah dapat dilakukan dengan mediasi uang atau barang yang dinilai sebagai uang, asal memenuhi syarat sebagai alat pembayaran. Terkadang dengan perdagangan dan adanya modal

pokok. Kelompok Hanafi menyatakan bahwa transaksi ini tidak sah karena ketika keduanya telah berpisah, maka modal pokok akan berubah pada saat harga barang ditetapkan.

Terkadang harganya naik dan kemudian terkadang pemiliknya mendapat keuntungan atau tambahan keuntungan atas modal. Namun terkadang harganya dapat berkurang yang kemudian dapat menyebabkan ia melakukan kerja sama dengan orang lain, sementara dalam harta yang sama ia sedang melakukan kerja sama. Hal yang demikian tentu dapat memicu terjadinya perselisihan (Hulam, 2010).

PSAK 105 mendefinisikan mudarabah sebagai akad kerja sama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama (pemilik dana/shahibul maal) menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua (pengelola/mudharib) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan dibagi di antara mereka sesuai kesepakatan sedangkan kerugian finansial hanya ditanggung oleh pemilik dana. Kerugian akan ditanggung pemilik dana sepanjang kerugian itu tidak diakibatkan oleh kelalaian pengelola dana, apabila kerugian yang terjadi diakibatkan oleh kelalaian pengelola dana maka kerugian ini akan ditanggung oleh pengelola dana (Nurhayati, 2015).

Secara umum, mudarabah terbagi menjadi dua jenis, yaitu Mudarabah bersifat tidak terbatas (*muthlaqah, unrestricted*) dan yang bersifat terbatas (*muqayyadah, restricted*). Pada mudarabah muthlaqah pemilik dana memberikan otoritas dan hak sepenuhnya kepada mudharib untuk menginvestasikan atau memutar uangnya.

Penerapan prinsip mudarabah dalam hal ini adalah bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberian keuntungan dan atau perhitungan pembagian keuntungan serta resiko yang dapat timbul, tabungan mudarabah dapat diambil setiap saat oleh penabung sesuai dengan perjanjian yang disepakati namun tidak boleh mengalami saldo negatif, dan ketentuan-ketentuan lain berlaku selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Pada jenis mudarabah *muqayyadah* pemilik dana memberikan batasan kepada mudharib untuk menginvestasikan dananya. Beberapa batasan itu antara lain jenis investasi, tempat investasi serta pihak-pihak yang dibolehkan terlibat dalam investasi. Pada jenis ini, shahibul maal dapat pula mensyaratkan kepada mudharib untuk tidak mencampurkan hartanya dengan dana mudarabah (Timami, 2013).

2.2.2 Jenis-Jenis Mudarabah

Secara umum, mudarabah terbagi terbagi menjadi dua jenis: mudarabah *muthlaqah* dan mudarabah *muqayyadah* (Antonio, 2001).

- a. Mudarabah *muthlaqah*, yang dimaksud dengan transaksi mudarabah *muthlaqah* adalah bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqh ulama salafus saleh seringkali dicontohkan dengan

ungkapan *if'al ma sy'ta* (lakukan sesukamu) dari *shahibul maal* ke *mudharib* yang memberi kekuasaan sangat besar.

- b. Mudarabah *Muqayyadah*, mudarabah *muqayyadah* atau disebut juga dengan istilah *restricted mudarabah/specified mudarabah* adalah kebalikan dari mudarabah *muthlaqah*. Si *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum si *shahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usaha.

2.3 Ketentuan Tabungan Mudarabah Menurut Fatwa DSN MUI

Konsep mudarabah dalam fatwa DSN MUI dengan kitab *fathul mu'in* Karya Syekh Zainuddin bin Abdul Aziz Al-Malibari (1304 H) meliputi:

- a) Konsep yang dituangkan dalam Fatwa DSN adalah produk hukum (*ijma'*) Ulama dan cendikiawan muslim yang tergabung dalam MUI menyuguhkan aturan mudarabah yang harus dijalankan oleh lembaga keuangan syari'ah tentunya yang sah menurut hukum yang berlaku di Negara Republik Indonesia.
- b) Syekh Zainudin bin Abdul Aziz Al-Malibari (1304 H) dalam kitab *Fathul Mu'in* tentang *qirad* adalah transaksi kerjasama dalam dunia usaha dengan keuntungan

berdasarkan kesepakatan dalam akad diilustrasikan dengan cakupan Syari'ah Economics Vol. 1, No. 1, 2017 24 Helmi Maulana, Mela Inalia Rahmah, Ahmad Hadi Priyanto antar pribadi, pelaku tidak menggambarkan kegiatan kerjasama yang dilakukan antar kelompok;

- c) Secara prinsip, korelasi konsep *Qirad* dalam kitab Fathul Mu'in dan Mudarabah dalam Fatwa DSN MUI sama saja, perbedaannya terletak pada pelaku atau pihak yang melakukan akad, kemudian akan membuat konsep yang akan berbeda dari mulai pengertian, ketentuan, syarat dan rukun, ketentuan keuntungan, penyelesaian sengketa, serta dari sisi hukumnya (Maulana at al., 2018).

2.4 Peningkatan Jumlah Nasabah

Secara umum peningkatan merupakan penambahan atau kenaikan. Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia peningkatan adalah suatu proses, cara atau meningkatkan suatu usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi guna mencapai hasil yang maksimal atau lebih baik. Sedangkan menurut Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 11008 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank atau orang (badan) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank. Sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan jumlah nasabah adalah penambahan jumlah yang menggunakan jasa bank atau orang yang

mempunyai rekening atau simpanan atau pinjaman pada sebuah bank.

2.4.1 Klasifikasi Nasabah

Berdasarkan peraturan Bank Indonesia nomor 11/25/PB/2009 tentang prinsip kehati-hatian dalam melaksanakan struktur produk bagi bank, nasabah di klasifikasikan menjadi tiga yaitu:

1. Nasabah Profesional

Nasabah ini digolongkan sebagai nasabah profesional apabila nasabah tersebut memiliki pemahaman tentang karakteristik, fitur, dan resiko dari struktur produk dan terdiri dari perusahaan yang bergerak di bidang keuangan yang terdiri dari bank, perusahaan efek, perusahaan pembiayaan atau pedagang berjangka sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perbankan, pasar modal, lembaga pembiayaan dan perdagangan berjangka komoditi yang berlaku. Perusahaan dengan modal lebih dari Rp 20.000.000.000 atau ekuivalennya dalam valuta asing dan telah melakukan kegiatan usaha paling kurang 36 bulan berturut-turut.

2. Nasabah Eligible

Nasabah di golongan sebagai nasabah profesional apabila nasabah tersebut memiliki pemahaman tentang karakteristik, fitur, dan resiko dari struktur produk yang terdiri dari perusahaan yang bergerak dibidang perusahaan perasuransian sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan di bidang dana

pensiun dan usaha perasuransian yang berlaku. Perusahaan dengan modal setidaknya Rp 5.000.000.000 atau ekuivalennya dengan valuta asing dan melakukan portopolio aset berupa kas, giro, tabungan paling kurang Rp 5.000.000.000.

3. Nasabah Retail

Nasabah yang tidak termasuk dalam nasabah profesional dan eligible. Struktur produk adalah produk bank yang merupakan penggabungan antara dua atau lebih instrumen keuangan berupa instrumen keuangan non derivatif dengan derivatif atau derivatif dengan paling kurang memiliki karakteristik sebagai berikut:

Nilai atau arus kas yang timbul dari produk tersebut dikaitkan dengan satu atau kombinasi variabel dasar seperti suku bunga, nilai tukar, komoditi dan/atau ekuitas. Pola perubahan atas nilai atau arus kas produk bersifat tidak reguler apabila dibandingkan dengan pola perubahan variabel dasar sebagai dimaksud pada huruf sehingga mengakibatkan perubahan nilai atau arus kas tersebut tidak mencerminkan keseluruhan perubahan pola dari variabel dasar secara linier (Supriani, 2020).

2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Nasabah Tabungan

2.5.1 Faktor Pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada langganan atas barang dan jasa yang dijual, dan merupakan unsur yang paling penting dalam sebuah perusahaan, karena pendapatan akan dapat menentukan majmundurnya suatu perusahaan. Oleh

karena itu perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkannya. Pendapatan pada dasarnya diperoleh dari hasil penjualan produk atau jasa yang diberikan. Pendapatan adalah seluruh nilai total produksi dikurangi seluruh biaya yang dikeluarkan termasuk biaya tenaga kerja, fasilitas yang diperhitungkan dalam rupiah.

Pendapatan dalam hal ini tidak lepas dari produk yang ditawarkan, dan produksi tidak akan lepas dari penggunaan biaya yang dikeluarkan. produksi di bidang perusahaan berarti mempergunakan input untuk menghasilkan output. Input adalah segala sesuatu yang dimasukkan dalam proses produksi. Seperti penggunaan tanah, tenaga kerja, modal, dan sarana lainnya. Output adalah kegiatan perusahaan yang dihasilkan dari kegiatan usaha perbankan

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Pendapatan (*Revenue*) dapat didefinisikan secara umum sebagai hasil dari suatu perusahaan. Pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan. Mengingat pentingnya sangat sulit

mendefinisikan pendapatan sebagai unsur akuntansi pada dirinya sendiri. Pada dasarnya pendapatan adalah kenaikan laba. Seperti laba pendapatan adalah proses arus penciptaan barang atau jasa oleh suatu perusahaan selama suatu kurun waktu tertentu. Umumnya pendapatan dinyatakan dalam satuan moneter (uang) (Munthe, S. 2014).

Pendapatan adalah suatu penambahan aktiva (harta) yang mengakibatkan bertambahnya modal tetapi bukan karena penambahan modal dari pemilik atau bukan hutang melainkan melalui penjualan barang atau jasa kepada pihak lain, karena pendapatan ini dapat dikatakan sebagai kontra prestasi yang diterima atas jasa-jasa yang telah diberikan kepada pihak lain
Pengertian Pendapatan yaitu :

- a) Arus kekayaan dalam bentuk tunai, piutang atau aktiva lain yang masuk ke dalam perusahaan atau menurunnya kewajiban sebagai akibat penjualan barang atau penyerahan jasa.
- b) Jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual. Pendapatan dapat juga didefinisikan sebagai kenaikan bruto dalam modal (biasanya melalui diterimanya suatu aktiva dari langganan) yang berasal dari barang dan jasa yang dijual.

Menurut (Munthe, S. 2014) Jenis-jenis Pendapatan adalah :

- 1) Pendapatan bersih (*disposable income*): adalah pendapatan seseorang sesudah dikurangi pajak langsung.
- 2) Pendapatan diterima di muka (*unearned revenues*): adalah uang muka untuk pendapatan yang belum dihasilkan.
- 3) Pendapatan lain-lain: adalah pendapatan yang berasal dari sumber-sumber diluar kegiatan utama perusahaan, tidak termasuk dalam pendapatan operasi, misalnya: pendapatan bunga, pendapatan sewa, pendapatan deviden dan laba penjualan aktiva tetap.
- 4) Pendapatan permanen (*permanent income*): adalah pendapatan rata-rata yang diharapkan rumah tangga konsumsi selama hidupnya.
- 5) Pendapatan uang (*money income*): adalah pendapatan rumah tangga konsumsi atau rumah tangga produksi dalam bentuk suatu kesatuan moneter.
- 6) Pendapatan usaha (*operating revenue*): adalah pendapatan yang berasal dari kegiatan utama perusahaan.
- 7) Pendapatan yang diterima di muka (*unearned revenue or income*):
- 8) Pendapatan (atau penghasilan) yang diterima di muka tetapi belum diakui sebagai pendapatan (dicatat sebagai utang pendapatan) pada saat penerimaannya, dan baru akan diakui sebagai pendapatan manakala perusahaan telah menyelesaikan kewajibannya berupa pengiriman barang atau penyerahan jasa kepada pihak yang bersangkutan pada

waktu yang akan datang. *Unearned revenue* dapat diakui secara bertahap sesuai dengan penyelesaian kewajiban oleh perusahaan; *deferred revenue*. Disebut juga dengan pos-pos transitoris pasif.(pajak) pendapatan dari sumber-sumber selain jasa-jasa pribadi.

- 9) Pendapatan yang masih harus diterima (*accrued revenues or accrued receivable*): adalah pendapatan yang sudah dihasilkan (*earned*) walaupun piutang yang bersangkutan belum jatuh tempo (belum saatnya ditagih).

Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur faktor pendapatan adalah sebagai berikut (Bramastuti, 2009, 42):

- 1) Penghasilan yang diterima perbulan
- 2) Pekerjaan
- 3) Anggaran biaya
- 4) Beban keluarga yang ditanggung.

2.5.2 Faktor Pelayanan

Pengertian Pelayanan Dalam KBBI, merupakan perbuatan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Selanjutnya Kotler dan Keller (2004) mendefinisikan pelayanan sebagai aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat dirubah. Bagi nasabah yang mengutamakan keuntungan atau kemanfaatan yang

diperoleh kualitas layanan (*service*) adalah juga faktor yang mempengaruhi mereka memilih sebuah produk. Jika Pelayanan yang diterimanya buruk, sudah pasti mereka beralih ke produk lain. Sebaliknya, jika pelayanan baik, mereka tidak akan segan-segan untuk setia pada produk itu. Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau langganan. Suatu perusahaan seperti perbankan untuk menarik perhatian nasabah harus memiliki layanan yang baik agar nasabah merasa puas (Kotler dan Keller, 2011).

Kualitas pelayanan adalah serangkaian kegiatan dilakukan oleh suatu pihak yang diberikan kepada konsumen bersifat tidak berwujud baik dilakukan melalui interaksi secara langsung atau tidak langsung. Ataupun juga ukuran tingkat pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen (Cut lisa., dkk,2019).

Menurut Farah Chalisa (2019) bentuk- bentuk layanan ada 3 macam yaitu :

- a) Layanan dengan lisan. Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat. Bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan kepada siapapun yang memerlukan.

- b) Layanan melalui tulisan. Layanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Pada dasarnya layanan melalui tulisan cukup efisien terutama bagi layanan jarak jauh karena faktor biaya.
- c) Layanan bentuk perbuatan. Layanan dalam bentuk perbuatan ini memerlukan keahlian dan ketrampilan yang sangat menentukan terhadap hasil perbuatan atau pekerjaan yang sangat menentukan terhadap hasil perbuatan atau pekerjaan dan faktor kecepatan dalam pelayanan menjadi dambaan setiap nasabah, disertai dengan kualitas hasil yang memadai.

Menurut Nurdin (2011) bahwa jasa atau layanan memiliki beberapa indikator utama yaitu:

- 1) *Tangibel* (Berwujud), dengan indikatornya adalah penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan, kenyamanan tempat melalukan pelayanan, kemudahan dalam proses pelayanan, kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan, kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan, dan penggunaan alat bantu dalam pelayanan.
- 2) *Reliability* (Kehandalan), dengan indikatornya adalah kecermatan petugas dalam melayani pelanggan, memiliki standar pelayanan yang jelas, kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan,

keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.

- 3) *Responsiviness* (Ketanggapan), dengan indikatornya adalah merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan, petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat, petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan tepat, petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cermat, petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat dan semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas.
- 4) *Assurance* (Jaminan), dengan indikatornya adalah petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan, petugas memberikan jaminan kegalitas dalam pelayanan, dan petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.
- 5) *Emphaty* (Empati), dengan indikatornya adalah mendahulukan kepentingan pemohon/pelanggan, petugas melayani dengan sikap ramah, petugas melayani dengan sikap sopan santun, petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan), dan petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan.

2.5.3 Faktor Produk

Produk dan jasa merupakan produk yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen, dan dapat memuaskan

konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang, jasa, pengalaman, acara, tempat, ide (Kotler, 2009:4). Strategi pemasaran yang tepat diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan perkembangan produk, yang dari produk tersebut mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik, merk, pengemasan dan layanan penjualan. Tabungan Firdaus merupakan salah satu produk Tabungan Bank Aceh dimana pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada Bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagian yang telah disepakati.

Tabungan firdaus menggunakan akad mudarabah *muthlaqah* yang berarti pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya tanpa batasan sepanjang memenuhi syarat-syarat syariah dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis usaha, dan nasabah pelanggannya. Kelebihan dari tabungan ini adalah transaksi ATM Bank Aceh dapat dilakukan di luar negeri melalui jaringan ATM MEPS (Malaysian Exchange Payment System) dan bebas biaya administrasi pembukuan. Dan juga kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah, diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah.

Komponen produk menurut Kotler (2003: 189) dalam merencanakan atau mengembangkan suatu produk, seorang perencana produk perlu memikirkan produk dalam tiga tingkatan yaitu:

- a) Manfaat inti (*core benefit*), manfaat tingkatan yang paling awal berisi manfaat atau jasa inti yang diberikan ke konsumen/ nasabah.
- b) Produk nyata (*actual product*), sejumlah atribut atau kondisi yang biasanya diharapkan konsumen ketika memilih produk.
- c) Produk tambahan (*augmented product*), pelayanan atau manfaat tambahan yang membedakan produk yang ditawarkan perusahaan dengan produk perusahaan pesaing.

Persaingan pada saat ini banyak terjadi pada tingkat produk tambahan, hal ini mendorong setiap pemasar untuk mengamati seluruh sistem konsumsi yaitu pola pembelian suatu produk memperlihatkan seluruh fungsi yang melekat, apapun bentuk yang diinginkan untuk diperoleh jika menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa para pemasar mempunyai banyak peluang untuk menambah manfaat produk dengan cara yang lebih efektif.

Untuk meminimalkan resiko yang timbul dalam memperkenalkan produk, pemilik perusahaan hendaknya mempertimbangkan aturan-atura dalam pengembangan produk, yaitu *Simplicity* (sederhana) adalah produk-produk harus mudah digunakan, *Integrity* (integritas) adalah desain produk harus baik dan *Risk* (resiko) desain produk yang baik ditunjukkan oleh produk yang terus eksis sampai batas akhir (Islami, 2020). Indikator dari kualitas produk menurut (Januar, 2013: 38) adalah sebagai berikut:

- 1) Produk tabungan sesuai dengan harapan nasabah.
- 2) Produk tabungan memiliki keunggulan.
- 3) Produk tabungan lebih unggul dibandingkan dengan produk lain.

2.6 Penelitian Terkait

Dalam penulisan penelitian ini peneliti menggunakan berbagai referensi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan pertimbangan mengenai kekurangan dan kelebihan yang sudah diteliti. Walaupun terdapat perbedaan baik dari subjek maupun objek penelitian, tetapi hasil penelitian tersebut dapat dijadikan sebagai referensi untuk membantu menyelesaikan penelitian ini. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi, yaitu:

Abhimantra (2013), Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi nasabah (mahasiswa) dalam memilih menabung pada bank syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel yang diteliti pengetahuan, religiuitas, produk, reputasi dan pelayanan yang ada di Bank Syariah memiliki pengaruh yang positif. Keseluruhan variabel tersebut dapat menerangkan sebesar 45,5% pengaruh pada nasabah untuk memilih menabung di bank syariah. Sedangkan sisanya sebesar 54,5% dan menjelaskan variabel-variabel lain diluar metode penelitian ini.

Muhammad Safri Antoni (2018), Pengaruh kualitas pelayanan prima (*SERVICE EXCELLENCE*), Porsi Bagi hasil dan tingkat pendapatan Nasabah tabungan Firdaus PT. Bank Aceh

Syariah Langsa. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah tabungan firdaus di PT Bank Aceh Syariah Langsa, karena t-ratio sebesar 2.532 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,984 atau prob sebesar 0,01 signifikan $< 0,05$. Bagi hasil mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah tabungan FIRDAUS di PT Bank Aceh Syariah Langsa karena t-ratio sebesar 2,684 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,984 atau prob sebesar 0,00 signifikan $< 0,05$.

Nur Afdhal (2019), Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan Firdaus Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelayanan, bagi hasil dan periklanan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus. Hal ini dibuktikan dengan Fhitung sebesar 39,940 dan Ftabel sebesar 2,70 ($39,940 > 2,70$) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka penelitian ini berhasil membuktikan bahwa pelayanan, bagi hasil, dan periklanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh.

Bella Islami (2020), Pengaruh pemasaran terhadap keputusan nasabah memilih tabungan firdaus PT. Bank Aceh syariah cabang Banda Aceh. Penelitian ini menyimpulkan bahwa produk (Product) secara parsial, melalui uji t menunjukkan hasil positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan nilai signifikansi produk adalah sebesar 0,001. Harga

(Price) secara parsial, melalui uji t menunjukkan hasil positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan nilai signifikansi harga adalah sebesar 0,010. Promosi (Promotion) secara parsial, melalui uji t menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan nilai signifikansi promosi adalah sebesar 0,059. Tempat (Place) secara parsial, melalui uji t menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan nilai signifikansi 0,724.

Irfani Dkk (2020) Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji Bank Aceh dan Bank syariah Mandiri di Kabupaten Aceh Selatan. Penelitian ini menyimpulkan Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik F (uji simultan) pada Bank Aceh menunjukkan nilai F hitung sebesar 38,597. Nilai F tabel dalam penelitian ini adalah 2,57. Nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil uji dalam penelitian ini adalah 0,000. Oleh sebab itu, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan, promosi, religiusitas dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji. Sedangkan pada Bank Syariah Mandiri menunjukkan nilai F hitung sebesar 367,923. Nilai F tabel dalam penelitian ini adalah 2,57. Nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil uji dalam penelitian ini adalah 0,000. Oleh sebab itu, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan, promosi, religiusitas

dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji.

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

NO	Nama Peneliti/ Tahun/ Judul Penelitian	Metode penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan perbedaan
1.	Irfani Dkk (2020) Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji Bank Aceh dan Bank syariah Mandiri di Kabupaten Aceh Selatan.	Metode Kuantitatif	<p>1) Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada Bank aceh dan Bank syariah mandiri di kabupaten Aceh selatan.</p> <p>2) Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada Bank aceh dan Bank syariah mandiri di kabupaten Aceh selatan.</p>	<p>Persamaan pada Penelitian ini sama-sama menggunakan pelayanan sebagai variabel x.</p> <p>Perbedaan penelitian ini menggunakan promosi dan realigiusitas sebagai variabel x dan keputusan nasabah sebagai variabel y serta objek penelitiannya di bank Aceh dan Bank syariah Mandiri di Kabupaten Aceh selatan.</p>

Tabel 2.1 - Lanjutan

			3) Realigiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada Bank aceh dan Bank syariah mandiri di kabupaten Aceh selatan.	
2.	Bella Islami (2020), Pengaruh pemasaran terhadap keputusan naasabah memilih tabungan firdaus PT. Bank Aceh syariah cabang Banda Aceh.	Metode Kuantitatif	<p>1) Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan firdaus.</p> <p>2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan firdaus.</p> <p>3) Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan firdaus.</p> <p>4) Tempat tidak berpengaruh</p>	<p>Persamaan Penelitian ini sama-sama menggunakan produk sebagai variabel x dan objek penelitiannya yang sama.</p> <p>Perbedaan pada penelitian ini adalah menggunakan harga, promosi dan tempat sebagai variabel x dan menggunakan keputusan nasabah sebagai variabel y.</p>

Tabel 2.1 - Lanjutan

			secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan firdaus. Secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan firdaus.	
3.	Nur Afdhal (2019) Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus Pada PT Bank Aceh syariah Cabang Banda Aceh.	Metode kuantitatif	<p>1) Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus.</p> <p>2) Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus.</p> <p>3) Periklanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus.</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan pelayanan sebagai variabel x dan objek penelitiannya yang sama.</p> <p>Perbedaan pada penelitian ini menggunakan bagi hasil dan periklanan sebagai variabel x dan keputusan nasabah sebagai variabel y.</p>
4.	Muhammad Safri Antoni (2018)	Metode kuantitatif	1) Pelayanan berpengaruh positif dan	Persamaan pada penelitian ini sama-sama

Tabel 2.1 - Lanjutan

	<p>Pengaruh kualitas pelayanan prima (SERVICE EXCELLENCE), Porsi Bagi hasil dan tingkat pendapatan Nasabah tabungan Firdaus PT. Bank Aceh Syariah Langsa.</p>		<p>signifikan terhadap jumlah tabungan firdaus di PT. Bank aceh syariah langsa.</p> <p>2) Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah tabungan firdaus di PT. Bank aceh syariah langsa.</p> <p>3) Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah tabungan firdaus di PT. Bank aceh syariah langsa.</p>	<p>menggunakan pelayanan dan pendapatan sebagai variabel x.</p> <p>Perbedaan pada penelitian ini menggunakan bagi hasil sebagai variabel x dan objek penelitiannya di bank Aceh syariah langsa.</p>
5.	<p>Raja Sakti Putra Harhap (2016) Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung pada tabungan mudharabah di bank muamalat cabang balai kota medan.</p>	<p>Metode kuantitatif</p>	<p>1) Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pada tabungan mudharabah di bank muamalat cabang balai kota medan.</p> <p>2) Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan pendapatan dan pelayanan sebagai variabel x.</p> <p>Perbedaan pada penelitian ini menggunakan minat nasabah sebagai variabel y dan objek penelitian di bank muamalat</p>

Tabel Lanjutan 2.1

			menabung pada tabungan mudhrabah di bank muamalat.	cabang balai kota medan.
6.	Abhimantra (2013) Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi nasabah (mahasiswa) dalam memilih menabung pada bank syariah.	Metode kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah. 2) Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah. 3) Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah. 4) Reputasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah. 5) Pelayanan berpengaruh 	<p>Persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan produk dan pelayanan sebagai variabel x.</p> <p>Perbedaan pada penelitian ini menggunakan pengetahuan, religiusitas dan reputasi sebagai variabel x dan obyek penelitian pada bank syariah.</p>

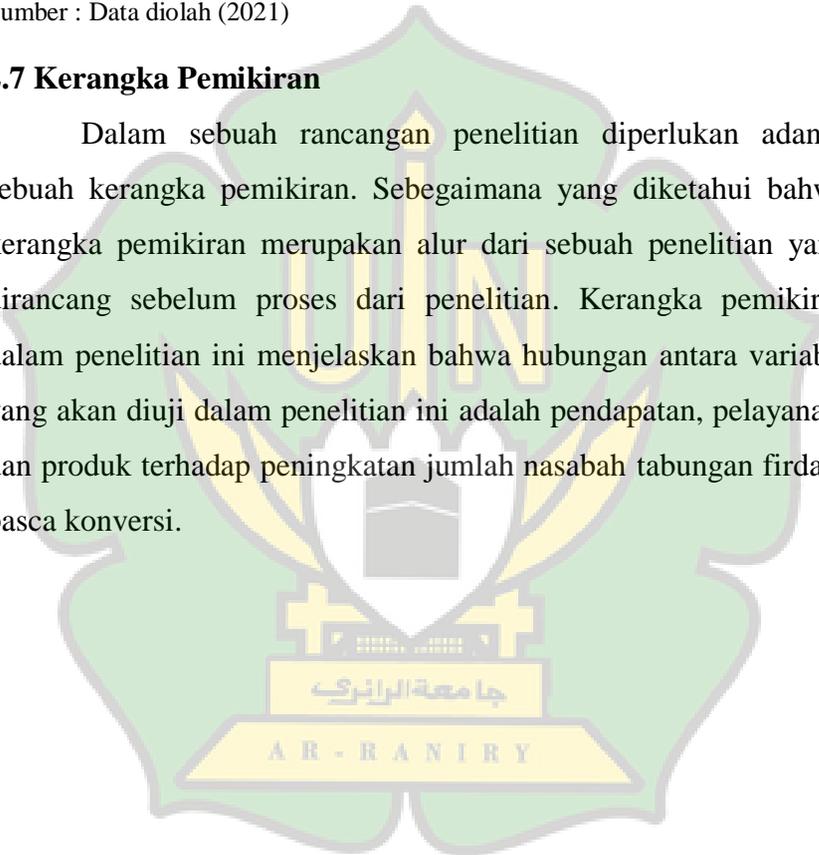
Tabel Lanjutan 2.1

			signifikan terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah	
--	--	--	--	--

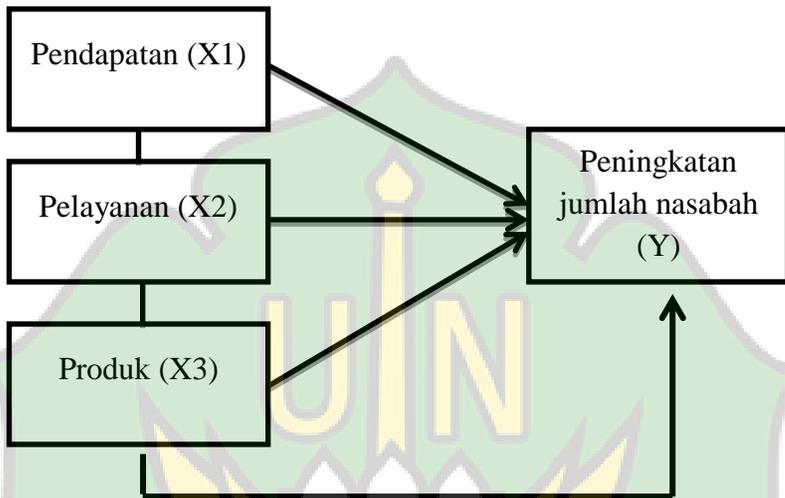
Sumber : Data diolah (2021)

2.7 Kerangka Pemikiran

Dalam sebuah rancangan penelitian diperlukan adanya sebuah kerangka pemikiran. Sebagaimana yang diketahui bahwa kerangka pemikiran merupakan alur dari sebuah penelitian yang dirancang sebelum proses dari penelitian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menjelaskan bahwa hubungan antara variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah pendapatan, pelayanan, dan produk terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan firdaus pasca konversi.



Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran



Sumber data: Data Diolah (2021)

2.8 Pengaruh Antar Variabel

2.8.1 Pengaruh Pendapatan terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Firdaus Pasca Konversi

Pendapatan merupakan Pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada langganan atas barang dan jasa yang dijual, dan merupakan unsur yang paling penting dalam sebuah perusahaan, karena pendapatan akan dapat menentukan majumundurnya suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkannya. Pendapatan pada dasarnya diperoleh dari hasil penjualan produk atau jasa yang diberikan. Pendapatan adalah seluruh nilai total

produksi dikurangi seluruh biaya yang dikeluarkan termasuk biaya tenaga kerja, fasilitas yang diperhitungkan dalam rupiah. Pendapatan dalam hal ini tidak lepas dari produk yang ditawarkan, dan produksi tidak akan lepas dari penggunaan biaya yang dikeluarkan. Hasil penelitian oleh Muhammad Safri Antoni (2018) Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah tabungan firdaus di PT. Bank Aceh Syariah Langsa.

2.8.2 Pengaruh Pelayanan terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Firdaus Pasca Konversi

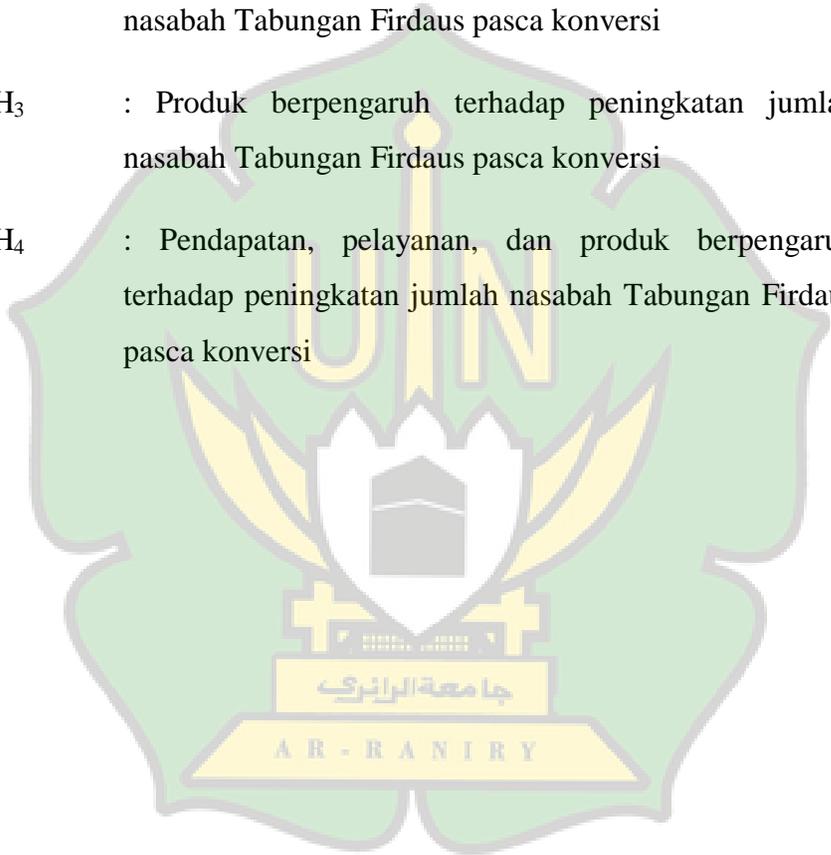
Pelayanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan para konsumen. Tujuan dari pelayanan adalah memberikan pelayanan layanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan sehingga hubungan antara perusahaan dan pelanggan tetap loyal. Hasil penelitian terdahulu oleh Abhimantra (2013) mengatakan bahwa Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah. Hasil penelitian dari Antoni (2018) mengatakan Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah tabungan firdaus di PT. Bank aceh syariah langsa. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan yang diberikan bank maka akan semakin tinggi pula jumlah nasabah yang menabung di bank.

2.8.3 Pengaruh Produk terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Firdaus Pasca Konversi

Produk dan jasa merupakan produk yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen, dan dapat memuaskan konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang, jasa, pengalaman, acara, tempat, ide (Kotler, 2009:4). Strategi pemasaran yang tepat diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan perkembangan produk, yang dari produk tersebut mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik, merk, pengemasan dan layanan penjualan. Tabungan Firdaus merupakan salah satu produk Tabungan Bank Aceh dimana pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada Bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagian yang telah disepakati. Hasil penelitian dari islami (2020) mengatakan bahwa Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan firdaus.

2.9 Hipotesis Penelitian

- H₁ : Pendapatan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah Tabungan Firdaus pasca konversi
- H₂ : Pelayanan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah Tabungan Firdaus pasca konversi
- H₃ : Produk berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah Tabungan Firdaus pasca konversi
- H₄ : Pendapatan, pelayanan, dan produk berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah Tabungan Firdaus pasca konversi



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Pendekatan

Adapun Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang pengumpulan informasi serta penafsirannya banyak menggunakan angka juga didukung dengan gambar, tabel, grafik, dan lainnya yang ukurannya dapat ditetapkan (Seabeni, 2017). Data yang diperoleh dari penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuisisioner kepada nasabah Bank Aceh Cabang Banda Aceh yang menggunakan Tabungan Firdaus. Penelitian ini juga akan menganalisis pengaruh Pendapatan, Pelayanan, dan produk terhadap peningkatan jumlah Nasabah Tabungan Firdaus Pasca Konversi.

3.2 Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer adalah informasi yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber awal atau tempat objek penelitian dilakukan tanpa adanya campur tangan pihak ketiga (Siregar, 2013). Menurut surakhmad dalam (Prastowo,2016) data primer merupakan sumber-sumber yang membagikan informasi langsung dari tangan pertama. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari kuesioner yang disebarakan kepada Nasabah Tabungan Firdaus di Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

3.3 Populasi Penelitian dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiono (2013: 115), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek/objek yang dipelajari, akan tetapi populasi itu meliputi seluruh karakteristik ataupun sifat yang dimiliki oleh subjek/objek itu. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan firdaus Bank Aceh Cabang Banda Aceh tahun 2020 yang berjumlah 30.530 nasabah (PT.Bank Aceh Syariah, 2021)

3.3.2 Sampel

Menurut Wibisono (2013:82) Sampel adalah bagian dari populasi, sampel terdiri atas beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Sedangkan menurut Nazir (2011:240) Sampel adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non probability sampling* dengan menggunakan *metode purposive sampling*.

Teknik pengambilan sampel *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang setiap anggota dalam populasi penelitian tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Wibisono,2013), *Purposive*

sampling atau *judgment sample* merupakan metode yang digunakan peneliti memperoleh informasi berdasarkan pertimbangan pribadi dan memiliki kriteria-kriteria tertentu. Alasan menggunakan teknik Purposive sampling adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan kejadian yang diteliti. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Tabungan Firdaus Bank Aceh. Adapun kriteria yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Usia ≥ 18 .
2. Nasabah yang menggunakan Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Cabang Banda Aceh.
3. Sudah menggunakan Tabungan Firdaus di Bank Aceh Cabang Banda Aceh minimal 1 tahun.

Rumus Slovin menjadi salah satu rumus yang diperlukan dalam penelitian. Rumus yang diperkenalkan oleh Slovin ini dapat mempermudah peneliti untuk mengambil sampel penelitian. Alasan menggunakan rumus slovin dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini yang besar dan untuk mengerucutkan sampel sehingga tujuan permasalahan terjawab. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Jumlah tersebut diperoleh berdasarkan perhitungan dengan standar error sebesar 10% atau 0,10 menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan (10%)

sehingga dari rumus ini didapatkan jumlah minimal sampelnya adalah :

$$n = \frac{30,530}{1+30.530(0,1)^2}$$

$$n = \frac{30,530}{1+305,30}$$

$$n = \frac{30,530}{306,30}$$

n = 99,6 (dibulatkan menjadi 100)

Berdasarkan rumus Slovin diatas maka didapat jumlah sampelnya sebanyak 100 nasabah dari 10% populasi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang akan dilakukan dengan langsung terjun ke lapangan terhadap objek penelitian untuk memperoleh dan mengumpulkan data. Dalam mengumpulkan data terhadap objek penelitian penulis menggunakan kuesioner/angket sebagai instrumen penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kemudian responden akan menjawab setiap pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Responden pada penelitian ini adalah Nasabah Tabungan Firdaus Bank Aceh Cabang Banda Aceh.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap responden yang diberikan beberapa pilihan jawaban untuk menyatakan persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap suatu pernyataan yang mempunyai jarak dari sangat positif ke sangat negative. Skala likert menggunakan metode peringkat yang dijumlahkan (*method of summated ratings*) dimana skor atau pemberat diberikan kepada setiap alternatif pilihan jawaban (Fauzi et al., 2019). Skala likert yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Teknik pemerolehan Data

Skala Pengukuran	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Sumber data: (sugiyono,2014)

3.6 Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab terjadi perubahan dalam variabel lain atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen (Ismayani, 2020). Secara umum variabel independen di lambangkan dengan huruf (X). variabel independen dalam penelitian ini adalah Pendapatan (X1), Pelayanan (X2), Produk (X3).

3.6.2 Variabel Terikat (Dependen)

Menurut Ismayani (2020:21) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Oleh karena itu, variabel dependen terikat atau bergantung pada variabel independen. Secara umum variabel dependen di lambangkan dengan huruf (Y). variabel dependen dalam penelitian ini adalah Peningkatan jumlah nasabah.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

NO	Variabel	Deskripsi	Indikator
1	Pendapatan	Pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada langganan atas barang dan jasa yang dijual, dan merupakan unsur yang paling penting dalam sebuah perusahaan, karena pendapatan akan dapat menentukan majumundurnya suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha	1. Penghasilan yang diterima perbulan 2. Pekerjaan 3. Anggaran biaya 4. Beban keluarga

		semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang digarapkannya (Munthe, S. 2014).	yang ditanggung. (Bramastuti, 2009;42)
2	Pelayanan	pelayanan merupakan aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat dirubah (Kotler dan Keller, 2011).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibel</i> (Berwujud) 2. <i>Reliability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiviness</i>(ketanggapan) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Emphaty</i> (Empati) (Nurdin, 2011).
3	Produk	Produk dan jasa merupakan produk yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen, dan dapat memuaskan konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang, jasa, pengalaman, acara, tempat, ide (Kotler, 2009:4).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk tabungan sesuai dengan harapan nasabah 2. Produk tabungan memiliki keunggulan 3. Produk tabungan lebih unggul dibandingkan dengan produk lain. (Januar, 2013: 38)

4	Peningkatan jumlah nasabah	Peningkatan jumlah nasabah adalah suatu proses untuk menaikkan atau penambahan jumlah pengguna jasa atau pembeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan (Marsheres,2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan 2. Kenyamanan bertransaksi 3. Fasilitas pelayanan (Zelhi, 2018).
---	----------------------------	---	--

Sumber: Data Diolah (2021)

3.7 Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah/valid atau tidaknya suatu kuisioner. Kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Tingkat validitas pada penelitian ini diukur dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dan total skor konstruk menggunakan aplikasi SPSS dengan uji *coefficient correlation pearson*. Jika korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor konstruk memiliki tingkat signifikansi dibawah 0,05 maka butir tersebut dinyatakan valid (Sunyoto, 2011: 73-75). Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut:

- Jika r hitung positif serta r hitung $>$ r tabel, maka variabel tersebut valid. Namun jika r hitung positif serta r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

- Jika r hitung $>$ r tabel, tetapi bertanda negative, maka variabel tersebut tidak valid.

3.7.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah sebuah uji untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Suatu kuisisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsistensi atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran variabel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shoot* atau pengukuran sekali saja. Pengukuran butir pertanyaan dengan sekali menyebar kuisisioner pada responden, kemudian hasilnya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan aplikasi SPSS, dengan fasilitas *Cornbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cornbach Alpha* $>$ 0,60.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi berganda perlu dilakukan uji asumsi klasik. Tujuan dari uji asumsi klasik ini adalah mengetahui hasil persamaan pada analisis regresi berganda yang dihasilkan apakah telah memenuhi asumsi teoritis atau belum (Sunnyoto, 2015: 85). Jika persamaan analisis regresi berganda yang dihasilkan dapat digunakan untuk menentukan prediksi nilai variabel terikat atau variabel bebas, dan jika yang terjadi adalah

sebaliknya, maka persamaan analisis regresi berganda tidak dapat digunakan sebagai prediksi nilai variabel. Adapun uji asumsi klasik tersebut adalah sebagai berikut:

- Jika Signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal.
- Jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Uji ini dilakukan dengan melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak (Siregar, 2014: 153). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* dan grafik *probability plot*. Uji *Kolmogrov-Smirnov* digunakan untuk mengetahui apakah sampel berasal dari populasi berdistribusi normal (Emzir, 2012). Dasar pengambilan keputusan uji *One Sample Kolmogrov-Smirnov* sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk grafik P-P Plot sebagai berikut:

1. Jika penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal maka dapat dikatakan normal.

2. Jika penyebaran data jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka dapat dikatakan tidak memenuhi asumsi normal.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel independen terjadi multikolinieritas sempurna, maka model regresi tersebut tidak dapat menaksir secara tepat sehingga diperoleh kesimpulan yang salah tentang variabel yang teliti. Untuk mendekati ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF).

Untuk mengukur multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF) dari masing-masing variabel:

- a. Jika $VIF > 10$ atau *tolerance value* $< 0,10$ maka terjadilah multikolinieritas.
- b. Jika $VIF < 10$ atau *tolerance value* $\geq 0,10$ maka tidak terjadilah multikolinieritas.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, yang disebut

homoskedastisitas. Sedangkan jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda disebut heteroskedastisitas (Rumengan, 2013: 240). Jika terjadinya heteroskedastisitas maka setiap terjadi perubahan pada variabel terikat mengakibatkan errornya juga berubah sejalan atau kenaikan atau penurunannya. Akibatnya apabila variabel terikat bertambah maka kesalahan juga bertambah. Pada penelitian ini untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot*.

Menurut Gujarati (2003: 401) dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas yaitu:

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

3.9. Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang mengukur variabel bebas terhadap variabel terikat (Sunyoto, 2012: 47). Jadi analisis ini bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel bebas yaitu (X_1) dan (X_2), terhadap variabel terikat yaitu (Y) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \quad (3.2)$$

Dimana:

a	=	Konstanta
Y	=	Peningkatan Jumlah Nasabah
X ₁	=	Pendapatan
X ₂	=	Pelayanan
X ₃	=	Produk
b ₁ b ₂ b ₃	=	Koefisien Regresi
e	=	Standar Error

3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

R *Square* (R²) atau kuadrat R menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, artinya presentase sumbangan pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Jika nilai koefisien determinasi semakin kecil (mendekati nol) berarti semakin kecil pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai R² semakin mendekati 100% maka semakin besar berpengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* (Agus dan Dyah, 2007:195).

3.10 Pengujian Hipotesis

Setelah melalui beberapa pengujian tersebut (uji instrumen penelitian dan uji asumsi klasik), maka dilakukanlah uji hipotesis untuk mengetahui berpengaruh tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen.

3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)

T dipergunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing–masing variabel dalam mempengaruhi variabel *dependen* taraf signifikansinya 5% atau 0,05. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel *independen* tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependen*.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel *independen* tersebut mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependen*.

Dengan Hipotesis yaitu:

H_{01} : Pendapatan tidak mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

H_{a1} : Pendapatan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

H_{02} : Pelayanan tidak mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

H_{a2} : Pelayanan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

H_{03} : Produk tidak mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

H_{a3} : Produk mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji simultan (F) adalah salah satu statistik yang digunakan untuk membuktikan apakah ada pengaruh antara variabel bebas (Independen) terhadap variabel terikat (Dependen) secara Simultan. Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikan dimana jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap nilai variabel dependen (Sujarweni, 2015)

Uji Simultan memiliki kriteria:

- Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
Atau
- Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika $P > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dengan hipotesis yaitu:

H_{01} : Pendapatn, Pelayanan, dan produk secara simultan tidak mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

H_{a2} : Pendapatan, Pelayanan, dan produk secara simultan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Bank Cabang Banda Aceh terhitung sejak 2017 memiliki Lokasi Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan akhir tahun 2017, Bank Aceh telah memiliki 161 jaringan kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 25 Kantor Cabang, 86 Kantor Cabang Pembantu, 20 Kantor Kas tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan (dua Kantor Cabang, dua Kantor Cabang Pembantu, dan satu Kantor Kas), dan 17 Payment Point. Bank juga melakukan penataan kembali lokasi kantor sesuai dengan kebutuhan (Bank Aceh, 2021).

4.1.1. Sejarah Bank Aceh

Pemerintah Daerah bersama Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur. Setelah sepuluh tahun berjalan, Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6

Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (Bank Aceh, 2021).

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

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

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 tahun lalu bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui

berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisioner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh (Bank Aceh, 2021).

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

Konversinya Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal (Bank Aceh, 2021).

4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh Cabang Banda Aceh

Bank Aceh ialah bank yang sama dengan berbagai bank lainnya yang mempunyai visi dan misi untuk mencapai tujuan dari perusahaan, adapun visi dan misi bank Aceh adalah sebagai berikut: (Bank Aceh, 2021)

Visi

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

Misi

1. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah
2. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi
3. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan stakeholders untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif.
4. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
5. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

Dalam rangka mengemban visi dan misi bank tersebut, setiap karyawan dan manajemen harus dapat menganut, meyakini, mengamalkan dan melaksanakan budaya perusahaan berlandaskan kepada Budaya Aceh yang kental dengan nilai-nilai dan budaya islam, sehingga nilai perusahaan yang sekarang diadopsi adalah ISLAMI (BankAceh, 2021):

1. Integritas yaitu menjalankan tugas dengan penuh tanggung jawab, jujur, berkomitmen dan konsisten;

2. Silaturrahim yaitu membangun hubungan yang baik dan kemitraan dengan nasabah serta stakeholder;
3. Loyalitas yaitu memberikan produk dan layanan yang terbaik bagi nasabah;
4. Amanah yaitu membangun sikap untuk menepati dan memenuhi janji kepada nasabah;
5. Madani yaitu menciptakan dan mengembangkan kemajuan bank secara terus menerus;
6. Ikhlas yaitu menciptakan dan membentuk sikap yang tulus dalam bekerja dan pengabdian.

4.1.3 Gambaran Umum Produk Tabungan Firdaus Bank Aceh Syariah

Salah satu produk tabungan unggulan yang dimiliki Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh yaitu tabungan Firdaus. Dimana pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagian yang telah disepakati sebelumnya. Tabungan firdaus pada Bank Aceh Syariah diperuntukkan bagi perorangan yang menggunakan prinsip bagi hasil dimana dana yang diinvestasikan oleh nasabah dapat dipergunakan oleh bank dengan imbalan bagi hasil bagi nasabah (Afdhal, 2020).

Tabungan firdaus menggunakan akad mudarabah *muthlaqah* yang berarti pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya. Produk ini berupa simpanan yang dapat menghilangkan keraguan nasabah terhadap masalah pengelolaan

dana karena dikelola sesuai prinsip syariah. Besar kecilnya imbal hasil yang didapat sesuai dengan keuntungan bank. Apabila bank mendapatkan keuntungan yang besar, maka nasabah juga akan mendapatkan bagi hasil yang besar pula. Tabungan firdaus dilengkapi berbagai keunggulan seperti aman dan terpercaya, bebas biaya administrasi bulanan, bagi hasil yang kompetitif dan mempunyai fasilitas unggulan lainnya berupa dua jenis kartu ATM yaitu gold dan silver. Kedua-dua kartu ATM itu tidak dikenakan biaya administrasi bulanan (Bank Aceh, 2021)

4.2 Deskriptif Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor pendapatan, pelayanan dan produk terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh Syariah Pasca Konversi. Subjek dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh yang berjumlah 100 orang. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir nasabah, gaji, dan masa menggunakan tabungan firdaus. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Kriteria	Jumlah
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	55 orang
		Perempuan	45 orang
2	Usia	18-30	86 orang

Tabel 4.1 - Lanjutan

		31-40	5 orang
		41-50	9 orang
3	Pendidikan Terakhir	SMA	42 orang
		Diploma	6 orang
		Sarjana	52 orang
4	Pekerjaan	Mahasiswa	41 orang
		Swasta	31 orang
		PNS	17 orang
		Freelance	4 orang
		Belum bekerja	7 orang
		Mahasiswa	41 orang
		Swasta	31 orang
5	Gaji	>1.000.000	41 orang
		1.000.000 – 2.000.000	20 orang
		2.000.000 – 3.000.000	17 orang
		3.000.000 – 4.000.000	13 orang
		>4.000.000	9 orang
6	Masa Pakai Tabungan Firdaus	< 1 tahun	38 orang
		1 – 2 tahun	20 orang
		2 – 3 tahun	27 orang
		> tahun	15 orang

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 55 orang, responden dengan usia 18-30 tahun yaitu sebanyak 86 nasabah, pendidikan terakhir sarjana, yaitu sebanyak 52 nasabah, dengan pekerjaan sebagai mahasiswa, yaitu sebanyak 41 nasabah, responden dengan gaji dibawah Rp.1.000.000 yaitu sebanyak 41 nasabah, dan responden yang paling banyak adalah responden dengan masa pakai dibawah 1 tahun, yaitu sebanyak 38 nasabah.

4.3 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang digunakan dalam mengukur tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrument penelitian. Suatu instrument penelitian yang valid mempengaruhi validitas yang tinggi, sebaliknya apabila suatu instrument penelitian yang kurang valid akan mempengaruhi validitas yang rendah. Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 21 pernyataan yang harus dijawab oleh 100 responden.

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel. Pernyataan atau instrumen dalam kuesioner baru dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas selengkapnya adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan (X_1)

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel X_1

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Pendapatan (X_1)	P1	0,716	0,1966	VALID
	P2	0,726		VALID
	P3	0,753		VALID
	P4	0,618		VALID
	P5	0,771		VALID

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam *instrument variable* (X_1) nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga hasilnya dinyatakan valid.

2. Pelayanan (X_2)

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel X_2

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	r table	Keterangan
Pelayanan (X_2)	P1	0,711	0,1966	VALID
	P2	0,552		VALID
	P3	0,601		VALID
	P4	0,532		VALID

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam *instrument variabel* (X_2) nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga hasilnya dinyatakan valid.

3. Produk (X_3)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel X_3

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Produk (X_3)	P1	0,785	0,1966	VALID
	P2	0,544		VALID
	P3	0,762		VALID
	P4	0,686		VALID
	P5	0,764		VALID

Sumber: Data diolah (2021)

Selanjutnya berdasarkan Tabel 4.4 di atas secara keseluruhan item pernyataan atau instrumen pada variabel produk (X_3) menunjukkan bahwa nilai yang didapatkan pada P1 hingga P5 adalah valid, hal ini dikarenakan r hitung lebih besar dibandingkan r tabel yaitu sebesar 0,1966.

4. Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Peningkatan Jumlah	P1	0,725	0,1966	VALID
	P2	0,746		VALID
	P3	0,747		VALID

Nasabah (Y)	P4	0,789		VALID
	P5	0,858		VALID
	P6	0,747		VALID
	P7	0,832		VALID

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam *instrument variabel* (Y) nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai *r* hitung (*pearson correlation*) dengan *r* tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa *r* hitung lebih besar dari *r* tabel sehingga hasilnya dinyatakan valid.

4.4 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 22, dengan hasil dan tampilan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Pendapatan (X_1)	5	0,779	Reliabel
2.	Pelayanan (X_2)	4	0,602	Reliabel
3.	Produk (X_3)	5	0,753	Reliabel

4.	Peningkatan jumlah nasabah (Y)	7	0,890	Reliabel
----	--------------------------------	---	-------	----------

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 4.6, di atas menunjukkan bahwa semua nilai variabel pendapatan, pelayanan, produk, dan peningkatan jumlah nasabah dapat dinyatakan reliabel atau reliabilitas diterima, karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. *Cronbach's Alpha* pada variabel pendapatan sebesar 0,779 variabel pelayanan sebesar 0,602 variabel produk sebesar 0,753 dan variabel peningkatan jumlah nasabah sebesar 0.890. Sehingga nilai setiap variabel dalam penelitian ini dapat dipercaya dan konsisten hasilnya.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Dalam hal ini penulis menggunakan SPSS untuk pengolahan data. Adapun hasil dari pengolahan data adalah sebagai berikut:

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas berfungsi untuk menguji data variabel bebas pada variabel terikat apakah memiliki distribusi yang normal atau tidak terhadap model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Ada

beberapa teknik yang dapat digunakan untuk uji normalitas data, diantaranya menggunakan uji One Sample Kolmogrov-Smirnov.

- Jika nilai signifikan atau nilai probabilitas $< 0,05$, maka distribusi tersebut tidak normal.
- Jika nilai signifikan atau probabilitas $> 0,05$, maka distribusi tersebut normal.

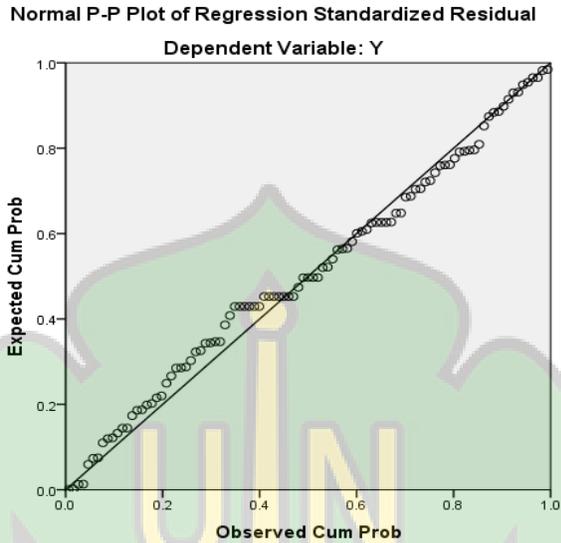
Tabel 4.7
Hasi Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,077 ^c

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.7 diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,077 hasil ini lebih besar dibandingkan dengan 0,05 maka data penelitian ini berdistribusi normal. Selain pengujian dengan *Kolmogrov-Smirnov*, peneliti juga menguji data menggunakan normal *p-plot* yaitu dengan melihat titik-titik penyebaran disekitar garis diagonal.

Gambar 4.1 Normal P-Plot



Sumber: Data diolah (2021)

Dapat dilihat dari gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Hasil uji multikolinieritas ini dapat dilihat dari segi besarnya *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Sehingga dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- a. Jika *tolerance value* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- b. Jika *tolerance value* $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.8
Uji Multikolinieritas

Collonearity Statistics			
Model	Tolerance	VIF	Keterangan
Pendapatan (X_1)	0,567	1,765	Tidak terjadi multikolinieritas
Pelayanan (X_2)	0,631	1,584	Tidak terjadi multikolinieritas
Produk (X_3)	0,571	1,751	Tidak terjadi multikolinieritas

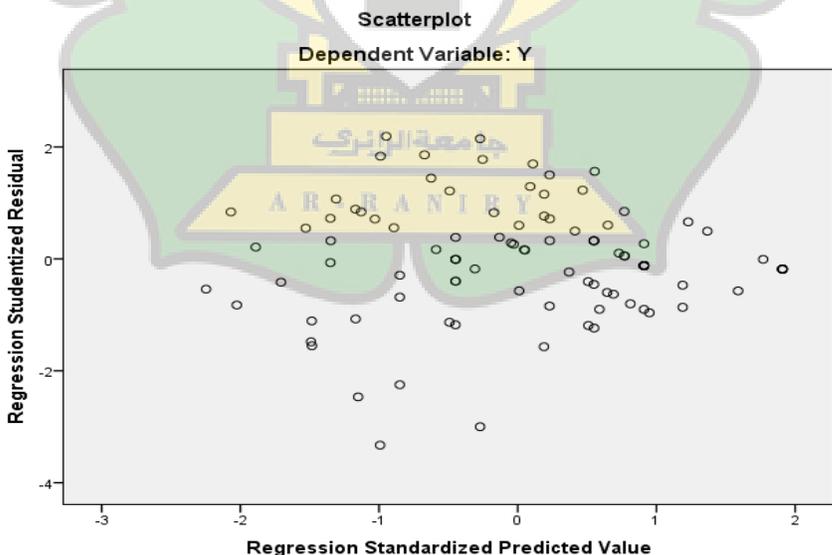
Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* dari pendapatan (X_1), pelayanan (X_2) dan produk (X_3) lebih besar dari 0,10 yaitu sebesar 0,567, 0,631 dan 0,571. Sedangkan nilai VIF dari pendapatan (X_1), pelayanan (X_2) dan produk (X_3) lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini karena syarat untuk tidak multikolinieritas sudah dipenuhi, yaitu nilai *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama/berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik scatterplot, jika dalam grafik scatterplot penyebaran data tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu maka kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.2

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS (2019)

Berdasarkan gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa dalam grafik scatterplot terjadi penyebaran data yang tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga model regresi layak digunakan untuk menganalisis hubungan antara pendapatan, pelayanan dan produk terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh Pasca Konversi

4.6 Teknik Analisis Data

4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen atau variabel (X) terhadap variabel dependen atau variabel (Y). Dalam penelitian ini variabel independen (X) adalah pendapatan, pelayanan dan produk, sedangkan variabel dependen (Y) adalah peningkatan jumlah nasabah. Adapun hasil dari regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

A R - Tabel 4.9 R Y
Analisis regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.750	3.113		-0.562	0.575

X1	0.566	0.141	0.344	4.018	0.000
X2	0.440	0.218	0.164	2.021	0.046
X3	0.570	0.121	0.402	4.714	0.000

Sumber: Data diolah SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, maka persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$Y = -1.750 + 0.566X_1 + 0.440X_2 + 0.570X_3 + e$$

Dimana:

Y: variabel peningkatan jumlah nasabah tabungan firdaus pada Bank Aceh pasca konversi

a: konstanta

b: koefisien regresi

X₁: variabel aspek pendapatan

X₂: variabel aspek pelayanan

X₃: variabel aspek produk

e: eror

Berdasarkan model (4.9) maka penjelasan mengenai hubungan antar variabel dependen dan variabel independen adalah sebagai berikut:

- Konstanta (a) yang didapat adalah sebesar -1.750

- Nilai koefisien variabel pendapatan (X_1) adalah sebesar 0,566. Hal ini menyatakan bahwa variabel pendapatan (X_1) bertambah 1 satuan dan variabel lainnya dianggap konstan maka variabel Y yaitu peningkatan jumlah nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,566 satuan atau dengan persentase sebesar 56,6%. Koefisien regresi untuk variabel pendapatan bernilai positif berarti menyatakan bahwa apabila semakin meningkat pendapatan maka peningkatan jumlah nasabah akan meningkat.
- Nilai koefisien variabel pelayanan (X_2) adalah sebesar 0,440. Hal ini menyatakan bahwa variabel pelayanan (X_2) bertambah 1 satuan dan variabel lainnya dianggap konstan maka variabel Y yaitu peningkatan jumlah nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,440 satuan atau dengan persentase sebesar 44%. Koefisien regresi untuk variabel pelayanan bernilai positif berarti menyatakan bahwa apabila semakin meningkat pelayanan maka peningkatan jumlah nasabah akan meningkat.
- Nilai koefisien variabel produk (X_3) adalah sebesar 0,570. Hal ini menyatakan bahwa variabel produk (X_3) bertambah 1 satuan dan variabel lainnya dianggap konstan maka variabel Y yaitu peningkatan jumlah nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,570 satuan atau dengan persentase sebesar 57%. Koefisien regresi untuk variabel produk bernilai positif berarti menyatakan bahwa apabila

semakin meningkat produk maka peningkatan jumlah nasabah akan meningkat.

4.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Adapun hasil dari pengujian (*R-Square*) pada SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,778 ^a	,606	,594		2.586

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.10 tersebut dapat disimpulkan bahwa angka *R-Square* (R^2) sebesar 0.606, artinya bahwa 60,6% variabel independen (pendapatan, pelayanan dan produk) dapat mempengaruhi variabel dependen (peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh pasca konversi), sedangkan sisanya yaitu sebesar 39,4% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis seperti variabel loyalitas, promosi, edukasi, lingkungan dll.

4.7 Pengujian Hipotesis

Untuk melihat diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan maka perlu dilakukan uji t dan uji f untuk melihat pengaruh pendapatan, pelayanan dan produk terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh pasca konversi.

4.7.1 Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji parsial atau uji t adalah pengujian koefisien regresi yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t_{tabel} , jika nilai $sig < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil uji statistik parsial:

Tabel 4.11
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		T	Sig
1	Pendapatan	4,018	0,000
	Pelayanan	2,021	0,046
	Produk	4,714	0,000

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hipotesis 1

Uji statistik secara parsial pada tabel diatas, dapat diketahui variabel pendapatan (X_1) memperoleh nilai t hitung sebesar 4,018 dan t tabel sebesar 1,290, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($4,018 > 1,290$) dengan nilai signifikannya sebesar 0.000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya bahwa variabel pendapatan (X_1) berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah (Y). Nilai t hitungnya diperoleh positif yaitu sebesar 4,018, artinya berpengaruh dan signifikan.

2. Hipotesis 2

Uji statistik secara parsial pada tabel diatas dapat diketahui variabel pelayanan (X_2) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,021 dan t tabel sebesar 1,290, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2,021 > 1,290$) dengan nilai signifikannya sebesar 0,046, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,046 < 0,05$). Maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya bahwa variabel pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah (Y). Nilai t hitungnya diperoleh positif yaitu sebesar 2,021, artinya berpengaruh dan signifikan.

3. Hipotesis 3

Uji statistik secara parsial pada tabel diatas dapat diketahui variabel produk (X_3) memperoleh nilai t hitung sebesar 4,714 dan t tabel sebesar 1,290, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($4,714 > 1,290$) dengan nilai signifikannya sebesar 0,000, nilai signifikan

tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya bahwa variabel produk (X_3) berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah (Y). Nilai t hitungnya diperoleh positif yaitu sebesar 4,714, artinya berpengaruh dan signifikan.

4.7.2 Uji Signifikan Simultan (Uji-f)

Uji simultan atau uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya secara simultan. Variabel bebas dapat dikatakan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat apabila nilai sig $< 0,05$ dan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Dan sebaliknya hipotesis ditolak apabila nilai sig $> 0,05$ dan nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$.

Tabel 4.12
Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	977.134	3	325.711	48.714	0.000 ^b
	Residual	635.189	95	6.666		
	Total	1612.323	98			

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) pada tabel 4.12, di atas menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} sebesar 48.714 dan sig sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel pendapatan, pelayanan dan produk secara bersama-sama mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh.

4.8 Analisis Distribusi Frekuensi

Analisis distribusi frekuensi dilakukan guna untuk mengetahui hasil jawaban responden melalui kuesioner yang telah terjawab mengenai pengaruh pendapatan, pelayanan dan produk terhadap peningkatan jumlah nasabah Bank Aceh pasca konversi. Kecenderungan jawaban responden dapat dilihat dari bentuk statistik deskriptif dari masing-masing variabel. Analisis deskriptif tersebut dijabarkan kedalam rentang skala sebagai berikut (Sekaran, 2011):

- 1,00 - 1,80 : Sangat rendah
- 1,81 - 2,60 : Rendah
- 2,61 - 3,40 : Sedang
- 3,41 - 4,20 : Tinggi
- 4,21 - 5,00 : Sangat tinggi

4.8.1 Deskripsi Jawaban Terhadap Pendapatan

Pada variabel pendapatan memiliki 5 butir pernyataan dan 5 alternatif jawaban dengan skor tertinggi 5 dan skor terendah 1. Berikut tabel tingkat frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan yang berhubungan dengan pendapatan.

Tabel 4.13
Distribusi Frekuensi Pendapatan

No	Item	1		2		3		4		5		Rata-Rata
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1	X1.1	0	0	1	1%	4	4%	32	32%	62	62%	4.57
2	X1.2	0	0	2	2%	9	9%	65	65%	23	23%	4.10

3	X1.3	0	0	1	1%	10	10%	44	44%	44	44%	4.32
4	X1.4	0	0	1	1%	8	8%	61	61%	28	28%	4.18
5	X1.5	0	0	2	2%	10	10%	42	42%	45	45%	4.31
Rata-rata variable												4,29

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dikembalikan oleh responden, secara keseluruhan variabel pendapatan dipersepsikan responden sangat baik yang tercermin pada besarnya nilai rata-rata variabel pendapatan sebesar 4,29 termasuk kategori sangat tinggi. Maka dari itu variabel pendapatan sangat baik terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh.

4.8.2 Deskripsi Jawaban Terhadap Pelayanan

Pada variabel pelayanan memiliki 4 butir pernyataan dan 5 alternatif jawaban dengan skor tertinggi 5 dan skor terendah 1. Berikut tabel tingkat frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan yang berhubungan dengan pelayanan.

Tabel 4.14
Distribusi Frekuensi Pelayanan

No	Item	1		2		3		4		5		Rata-Rata
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1	X2.1	0	0	0	0	13	13%	42	42%	44	44%	4.31
2	X2.2	0	0	0	0	5	5%	6	61	3	33	4.28
								1	%	3	%	
3	X2.3	0	0	0	0	8	8%	39	39%	52	52%	4.44
4	X2.4	0	0	0	0	7	7%	51	51%	41	41%	4.34
Rata-rata variable												4,34

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dikembalikan oleh responden, secara keseluruhan variabel pelayanan dipersepsikan responden sangat baik yang tercermin pada besarnya nilai rata-rata variabel pelayanan sebesar 4,34 termasuk kategori sangat tinggi. Maka dari itu variabel pelayanan sangat baik terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh.

4.8.3 Deskripsi Jawaban Terhadap Produk

Pada variabel produk memiliki 5 butir pernyataan dan 5 alternatif jawaban dengan skor tertinggi 5 dan skor terendah 1. Berikut tabel tingkat frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan yang berhubungan dengan produk.

Tabel 4.15
Distribusi Frekuensi Produk

No	Item	1		2		3		4		5		Rata-Rata	
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%		
1	X3.1	1	1%	2	2%	26	26%	39	39%	31	31%	3.98	
2	X3.2	0	0	1	1%	1	17%	4	49	3	32	4.13	
						7	7%	9	9%	2	2%		
3	X3.3	0	0	1	1%	19	19%	54	54%	25	25%	4.04	
4	X3.4	1	1%	3	3%	18	18%	53	53%	24	24%	3.97	
5	X3.5	1	1%	5	5%	28	28%	38	38%	27	27%	3.86	
Rata-rata variable													4,00

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dikembalikan oleh responden, secara keseluruhan variabel produk

dipersepsikan responden cukup baik yang tercermin pada besarnya nilai rata-rata variabel produk sebesar 4,00 termasuk kategori tinggi. Maka dari itu variabel produk cukup baik terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh.

4.8.4 Deskripsi Jawaban Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah

Pada variabel peningkatan jumlah nasabah memiliki 7 butir pernyataan dan 5 alternatif jawaban dengan skor tertinggi 5 dan skor terendah 1. Berikut tabel tingkat frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan yang berhubungan dengan peningkatan jumlah nasabah.

Tabel 4.16
Distribusi Frekuensi Peningkatan Jumlah Nasabah

No	Item	1		2		3		4		5		Rata-Rata
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1	Y1	0	0	2	2%	21	21%	38	38%	37	37%	4.10
2	Y2	0	0	1	1%	12	12%	60	60%	2	26%	4.12
3	Y3	0	0	3	3%	10	10%	44	44%	42	42%	4.26
4	Y4	0	0	1	1%	12	12%	47	47%	39	39%	4.25
5	Y5	0	0	2	2%	16	16%	35	35%	46	46%	4.26
6	Y6	0	0	1	1%	15	15%	53	53%	30	30%	4.13
7	Y7	0	0	2	2%	12	12%	39	39%	46	46%	4.00
Rata-rata variable												4,16

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dikembalikan oleh responden, secara keseluruhan variabel dipersepsikan responden cukup baik yang tercermin pada besarnya nilai rata-rata variabel peningkatan jumlah nasabah sebesar 4,16 termasuk kategori tinggi. Maka dari itu variabel peningkatan jumlah nasabah cukup baik.

4.9 Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan diatas didapatkan bahwa, seluruh uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas pada penelitian yang digunakan dalam penelitian ini telah terpenuhi. Dari hasil uji R^2 menjelaskan bahwa 60% variabel dependen peningkatan jumlah nasabah mampu dijelaskan oleh variasi dari 3 variabel independen, yaitu pendapatan, pelayanan dan produk. Sedangkan sisanya sebesar 40% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini. Berikut ini akan diuraikan tentang hasil penelitian dari pengaruh pendapatan, pelayanan dan produk terhadap peningkatan jumlah nasabah. Adapun pembahasan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

4.9.1 Variabel Pendapatan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah

Pada penelitian Munthe, S (2014) menjelaskan bahwa pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada langganan atas barang dan jasa yang dijual, dan merupakan unsur yang paling

penting dalam sebuah perusahaan, karena pendapatan akan dapat menentukan maju mundurnya suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkannya. Pendapatan pada dasarnya diperoleh dari hasil penjualan produk atau jasa yang diberikan

Hasil penelitian menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Penelitian dilakukan terhadap 100 nasabah tabungan firdaus Bank Aceh. Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil nilai t hitung dengan t tabel, variabel pendapatan (X_1) memperoleh t hitung sebesar 4,018 sedangkan t tabel sebesar 1,290. Sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($4,018 > 1,290$) dengan nilai signifikan sebesar 0,000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel pendapatan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Jadi semakin tingginya pendapatan nasabah maka jumlah nasabah juga semakin meningkat.

Dikuatkan dengan hasil pada tabel distribusi frekuensi didapatkan bahwa tabungan firdaus memberikan manfaat tambah dan pengelolaan dana yang dilakukan sudah sesuai dengan akad-akad syariah. Pendapatan bagi hasil yang didapatkan juga mampu menjadikan tambahan bagi keuangan saya. Maka dari itu

peningkatan jumlah nasabah tabungan firdaus Bank Aceh semakin meningkat. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian Muhammad Safri Antoni yang menyatakan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah tabungan firdaus di PT.Bank Aceh Syariah Langsa.

4.9.2 Variabel Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2011), pelayanan merupakan aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat dirubah.

Hasil penelitian menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Penelitian dilakukan terhadap 100 nasabah tabungan firdaus Bank Aceh. Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil nilai t hitung dengan t tabel, variabel pelayanan (X_2) memperoleh t hitung sebesar 2,021 sedangkan t tabel sebesar 1,290. Sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2,021 > 1,290$) dengan nilai signifikan sebesar 0,046, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,046 < 0,05$). Maka dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Sehingga semakin tinggi pelayanan

yang diberikan karyawan maka semakin meningkat pula jumlah nasabah Bank Aceh.

Hal ini diperkuat dengan hasil tabel distribusi frekuensi bahwa bahwa pegawai berpenampilan rapi, bersih, professional, bersikap simpatik dan tanggap serta memberikan rasa aman dalam layanan dengan loyalitas para pegawai. Maka dari itu peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh berjalan dengan baik dan semakin meningkat. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian Nur Afdhal (2019) yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan firdaus.

4.9.3 Variabel Produk Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah

Menurut Kotler (2009) produk dan jasa merupakan produk yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen, dan dapat memuaskan konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang, jasa, pengalaman, acara, tempat, ide.

Hasil penelitian menyatakan bahwa produk berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Penelitian dilakukan terhadap 100 nasabah tabungan firdaus Bank Aceh. Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil nilai t hitung dengan t tabel, variabel produk (X_3) memperoleh t hitung sebesar 4,714 sedangkan t tabel sebesar 1,290. Sehingga t hitung lebih besar dari t

tabel ($4,714 > 1,290$) dengan nilai signifikan sebesar 0,000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel produk (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Sehingga semakin baik produk tabungan firdaus yang diberikan maka semakin meningkat pula jumlah nasabah Bank Aceh.

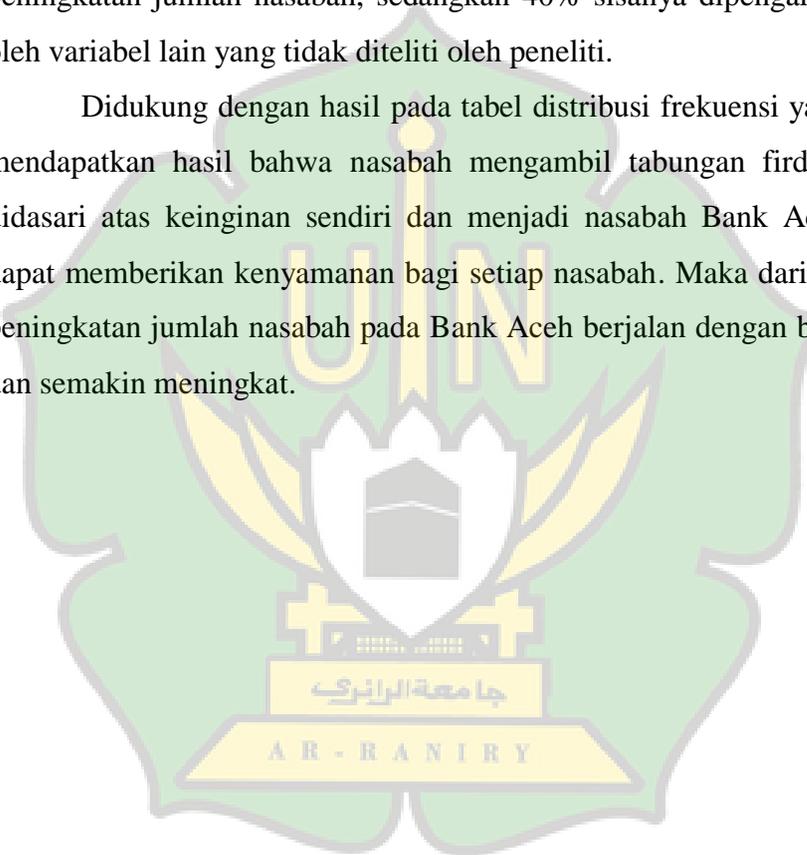
Didukung dengan penelitian islami (2020) mengatakan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan firdaus. Hal ini diperkuat dengan hasil tabel distribusi frekuensi bahwa nasabah menabung karena tabungan firdaus sesuai dengan harapannya, memiliki keunggulan dan unggul dibandingkan dengan produk lainnya. Maka dari itu peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh berjalan dengan baik dan semakin meningkat. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian Abhimantra (2013) yang menyatakan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah.

4.9.4 Variabel Pendapatan, Pelayanan dan Produk Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah

Berdasarkan hasil uji statistik secara simultan, pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000 artinya $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel pendapatan (X_1), pelayanan (X_2) dan produk (X_3) berpengaruh

positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Hasil uji determinasi (R^2) juga menunjukkan bahwa nilai koefisien R^2 sebesar 0,6006% artinya sebesar 60% variabel independen (pendapatan, pelayanan dan produk) mempengaruhi pelaksanaan peningkatan jumlah nasabah, sedangkan 40% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Didukung dengan hasil pada tabel distribusi frekuensi yang mendapatkan hasil bahwa nasabah mengambil tabungan firdaus didasari atas keinginan sendiri dan menjadi nasabah Bank Aceh dapat memberikan kenyamanan bagi setiap nasabah. Maka dari itu peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh berjalan dengan baik dan semakin meningkat.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh, maka dapat diajukan sebuah kesimpulan, dimana hal ini merupakan jawaban dari perumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah dengan memperoleh t hitung sebesar 4,018 sedangkan t tabel sebesar 1,290. Sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($4,018 > 1,290$) dengan nilai signifikan sebesar 0,000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).
2. Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah dengan dengan memperoleh t hitung sebesar 2,021 sedangkan t tabel sebesar 1,290. Sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2,021 > 1,290$) dengan nilai signifikan sebesar 0,046, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,046 < 0,05$).
3. Variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah dengan memperoleh t hitung sebesar 4,714 sedangkan t tabel sebesar 1,290. Sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($4,714 > 1,290$) dengan nilai signifikan sebesar 0,000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

4. Variabel pendapatan, pelayanan dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah dapat dilihat dari hasil uji determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai koefisien R^2 sebesar 0,6006% artinya sebesar 60,6% variabel independen (pendapatan, pelayanan dan produk) mempengaruhi pelaksanaan peningkatan jumlah nasabah.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada nasabah tabungan firdaus Bank Aceh untuk selalu menjalin hubungan dengan Bank Aceh Syariah.
2. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat mencari variabel independen lainnya seperti edukasi, loyalitas, dan lain-lain yang diperkirakan mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel dependen, sehingga hasil yang ada dapat memperkuat hasil penelitian.
3. Diharapkan kepada Bank Aceh dapat lebih meningkatkan pelayanan seperti lebih cepat, tanggap dalam memenuhi kebutuhan setiap nasabahnya sehingga akan merasa puas dalam menggunakan jasa Bank Aceh.
4. Diharapkan kepada Bank Aceh dapat lebih memperhatikan pendapatan yang diterima nasabah dari hasil bagi hasil agar lebih meningkat dan mencukupi kebutuhan.

5. Diharapkan kepada Bank Aceh dapat lebih menghadirkan atau menciptakan keunggulan-keunggulan yang baru pada produk tabungan firdaus.



DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2016). Penghimpunan Dana Masyarakat Dengan Akad Wadi'ah Dan Penerapannya Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 5(1).
- Afdhal, N. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Tabungan Firdaus Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. *Skripsi*
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1), 43-57.
- Bramastuti, N. (2009). Pengaruh Prestasi Sekolah dan Tingkat Pendapatan Keluarga Terhadap Motivasi Berwiraswasta Siswa SMK Bakti Oetama Gondangrejo Karanganyar (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Cahyadi, I. G. N. W., Mitariyani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan Fotaqua Di Badung Bali, 1(4), 152-159.
- Chalisa, F. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Peningkatan Nasabah Tabungan Seulanga Pasca Konversi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireun. *Skripsi*

- Evita, I. (2011). *Pembiayaan Mudarabah Dalam Sistem*. Cintya Press.
- Fahrus, F. A. (2016). Pelaksanaan Tabungan Haji di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Kantor Cabang Gresik. (*Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA*).
- Hulam, T. (2010). Jaminan dalam transaksi akad Mudarabah pada perbankan syariah. *Mimbar Hukum-Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada*, 22(3), 520-533.
- Islami. (2020). Pengaruh Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Firdaus. *Repository Uin Ar-Raniry Banda Aceh*.
- Maulana, H., Rahmah, M. I., & Priyanto, A. H. (2018). Analisa Perbandingan Konsep Tabungan Mudhrabah Tradisional dan Modern Dalam Kitab FATH AL-MU'IN Karya Ibnu HAJAR AL HAITAMI Dengan Fatwa DSN MUI. *Syari'ah Economics*, 1(1).
- Munthe, S. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung pada tabungan mudarabah di bank Muamalat cabang Balai Kota (Doctoral dissertation, Pascasarjana UIN Sumatera Utara).
- Nurhayati, S. &. (2015). *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba empat.

- PT. Bank Aceh Syariah. (2018). Setahun Bank Aceh Setelah “Konversi”. Diambil pada tanggal 25 Mei 2021, dari <https://www.bankaceh.co.id/?p=2456>
- PT. Bank Aceh Syariah. (2018). Tabungan Firdaus. Diambil pada tanggal 25 Mei 2021, dari PT. https://www.bankaceh.co.id/?page_id=548
- Purba, A. I. (2017). Pengaruh Perubahan Bank Umum Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1).
- Timami, M. F. (2013). Pengaruh Dan Manfaat Bagi Hasil Terhadap Jumlah Simpanan Deposito Mudarabah Bank Syariah Mandiri Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1 (3).
- Widayati, R. &. (2019). Upaya Meningkatkan Nasabah Tabungan Melalui Tabungan Bajapuik Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Jorong Kampuang Tengah (JKT) Pariaman. *Akademi Keuangan dan Perbankan Padang*.
- Widayatsari, A. (2013). Akad Wadiah dan Mudarabah dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah. *Economic: Journal of Economic and Islamic Law*, 3(1), 1-21.

- Nurhayati, Sri & Wasilah. (2015). *Akuntansi Syariah di Indonesia Edisi 4*, Jakarta: Salemba empat.
- Widayatsari, A. (2013). Akad Wadiah dan Mudarabah dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah. *Economic: Journal of Economic and Islamic Law*, 3(1), 1-21.
- Zelhi (2018). Pengaruh Promosi Dan Lokasi Bank Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus : PT.BPRS Gebu Prima Jln.A.R.Hakim Medan). *Skripsi*
- Zikir, C. L. N., & Riza, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah PT. Bank BNI Syariah Banda Aceh. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 1(2), 94-114.

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

SURAT IZIN PENELITIAN

Nomor : 2561/Un.08/FEBLI/TL.00/109/2021

Lamp : -

Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada Yth,

PT. BANK ACEH Syariah CABANG BANDA ACEH

Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **EMIL MAULIDIN / 170603032**

Semester/Jurusan : IX / Perbankan Syariah

Alamat sekarang : MEUNASAH TUTONG, ACEH BESAR

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENINGKATAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN FIRDAUS PASCA KONVERSI**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 13 september 2021

an. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan



Dr. Hafas Furqani, M.Ec.

Lampiran 2 Kuesioner

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENINGKATAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN FIRDAUS PASCA KONVERSI PADA BANK ACEH SYARIAH CABANG BANDA ACEH

Saya Emil Maulidin Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh. Saat ini sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah tabungan firdaus pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh”. Demi melengkapi kesempurnaan Skripsi saya, tentunya bantuan dari berbagai pihak sangat membantu termasuk kesediaan bapak/ibu mengisi kuesioner ini sekarang, ini adalah bagian penting penelitian saya dalam dunia pendidikan. Yang tentunya akan sangat berguna untuk saya pribadi, orang lain, serta Nusa dan Bangsa.

Terima kasih saya haturkan atas kesediaan bapak/ibu membantu mengisi kuesioner ini. Saya mempersilahkan untuk tidak menuliskan nama demi menjamin kerahasiaan identitas bapak/ibu. Bapak/ibu cukup mengisi yang kami sajikan di bawah ini:

IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk Pengisian:

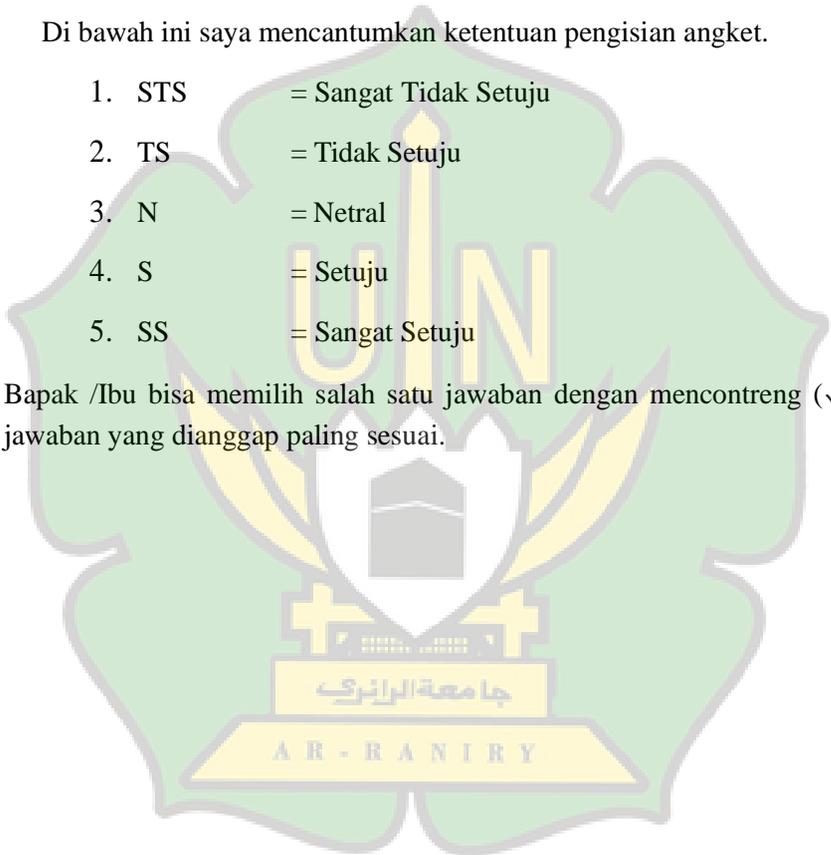
1. Mohon diisi oleh bapak/ibu untuk menjawab seluruh pernyataan yang telah disediakan
 2. Berikan tanda ceklis (✓) pada kolom yang tersedia dan pilihlah sesuai keadaan yang sebenarnya.
 3. Dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, tidak ada jawaban yang salah. Oleh karena itu, di usahakan agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
-
1. Apakah saya menggunakan tabungan Firdaus :
 - a. Ya
 - b. Tidak
 2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
 3. Usia :
 - a. 18-30
 - b. 31-40
 - c. 41-50
 4. Pendidikan Terakhir :
 - a. SMA
 - b. Diploma
 - c. Sarjana
 5. Pekerjaan :
 6. Pendapatan :
 - a. < Rp.1.000.000
 - b. Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000
 - c. Rp.2.000.000 – Rp.3.000.000
 - d. Rp.3.000.000 – Rp.4.000.000
 - e. > Rp.4.000.000

7. Berapa lama menggunakan tabungan Firdaus :
- a. 1 Tahun
 - b. 1-2 Tahun
 - c. 2-3 Tahun
 - d. Lebih dari 4 Tahun

Di bawah ini saya mencantumkan ketentuan pengisian angket.

- 1. STS = Sangat Tidak Setuju
- 2. TS = Tidak Setuju
- 3. N = Netral
- 4. S = Setuju
- 5. SS = Sangat Setuju

Bapak /Ibu bisa memilih salah satu jawaban dengan mencontreng (✓) jawaban yang dianggap paling sesuai.



I. VARIABEL PELAYANAN

NO	PERNYATAAN	ST S	TS	N	S	SS
1	Pegawai selalu berpenampilan rapi, bersih dan profesional					
2	Pegawai bank bersikap simpatik dalam menghadapi masalah atau komplain Nasabah					
3	Pegawai bank tanggap terhadap kebutuhan nasabah yang diinginkan					
4	Pegawai bank memberikan rasa aman dalam memberikan layanan terhadap nasabah					
5	Pegawai bank bersifat loyal kepada nasabah					

II. VARIABEL PRODUK

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya menabung karena Tabungan Firdaus sesuai dengan harapan saya					

2	Saya menabung karena tabungan Firdaus memiliki Keunggulan					
3	Saya menabung karena tabungan firdaus lebih unggul jika dibandingkan dengan produk lainnya					
4	Saya menabung karena Tabungan Firdaus sesuai ketentuan syariah					



III. VARIABEL PENDAPATAN

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Adanya tabungan firdaus dapat memberikan manfaat tambah pendapatan saya					
2	Pengelolaan dana yang dilakukan oleh pihak bank sudah sesuai dengan akad Syariah					
3	Tabungan firdaus dapat dijadikan instrumen investasi keuangan kedepannya					
4	Pendapatan bagi hasil yang didapatkan mampu menjadikan tambahan keuangan saya					
5	Bagi hasil yang didapatkan mampu mengcover kebutuhan lainnya					

IV. VARIABEL PENINGKATAN JUMLAH NASABAH

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
----	------------	-----	----	---	---	----

1.	Menjadi nasabah Bank Aceh Cabang Banda Aceh adalah keinginan saya					
2	Saya sama sekali tidak menyesal menjadi nasabah Bank Aceh Cabang Banda Aceh					
3	Menjadi nasabah Bank Aceh Cabang Banda Aceh memberikan kenyamanan bagi semua nasabahnya					
4	Bank Aceh Cabang Banda Aceh memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya					
5	Saya puas dengan fasilitas pelayanan yang disediakan Bank Aceh Cabang Banda Aceh					
6	Karyawan Bank Aceh Cabang Banda Aceh melayani nasabah dengan ramah					
7	Fasilitas pelayanan yang disediakan Bank Aceh Cabang Banda Aceh sangat membantu nasabah dalam bertransaksi					

Lampiran 3 Tabulasi Data

1. Pendapatan (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TX1
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	3	20
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	3	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	4	22
5	4	4	4	5	22
5	4	4	2	2	17
4	5	4	5	4	22
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23
2	2	2	5	5	16
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23
4	3	3	4	4	18
4	4	4	4	4	20
4	3	4	3	4	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	4	22
5	4	3	3	4	19
5	3	3	4	4	19
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
5	5	4	5	5	24
4	4	3	3	3	17

5	4	5	4	5	23
5	4	4	5	5	23
5	5	4	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21
5	4	5	3	4	21
4	4	4	3	4	19
5	4	4	5	5	23
5	3	5	5	4	22
4	4	5	5	4	22
5	4	5	4	4	22
4	4	4	4	4	20
5	4	4	3	3	16
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	3	20
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	2	3	4	4	17
5	4	4	4	4	21
5	4	5	4	5	23
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23
4	4	4	4	5	21
5	4	4	4	4	21

5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23
4	4	4	5	3	20
5	5	4	4	4	22
4	4	4	5	5	22
4	4	5	4	5	22
4	4	4	4	5	21
5	4	3	5	4	21
5	5	4	4	5	23
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23
5	5	4	4	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	4	22
5	4	3	4	4	20
5	4	5	4	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
3	3	4	3	3	16
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23
3	3	3	4	2	15
3	3	3	3	3	15
4	3	5	4	5	21
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23

5	4	5	4	5	23
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	3	21
5	4	5	4	5	23
4	4	4	5	5	22

2. Pelayanan (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TX2
5	5	5	5	20
5	5	3	3	16
4	3	5	5	17
4	5	4	4	17
5	4	3	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	5	5	3	17
5	4	4	5	18
4	4	5	4	17
3	4	5	4	16
3	4	4	5	16
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	5	3	4	16
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
3	3	5	5	16
5	4	4	5	18
5	4	4	4	17
5	5	5	3	18

4	5	4	4	17
4	4	4	5	17
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
3	4	5	3	15
4	4	5	4	17
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	3	3	4	15
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
4	5	3	5	17
3	5	5	3	16
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
4	5	4	5	18
3	4	5	5	17
4	4	4	5	17
3	4	5	4	16
4	3	5	5	17
5	5	5	4	19
3	3	5	5	16
3	5	4	5	17
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	5	4	3	16
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18

4	4	4	3	15
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	4	5	4	18
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	3	4	15

4	4	3	4	15
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
4	4	3	4	15
3	5	4	5	17
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20

3. Produk (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TX3
3	5	5	4	5	22
3	5	4	2	2	16
4	5	3	4	2	18
5	4	4	4	4	21
3	4	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
3	5	3	4	1	16
3	5	4	3	3	18
3	2	2	4	5	16
3	4	4	3	3	17
5	5	3	4	4	21
4	3	4	3	4	18
3	3	4	4	3	17
4	4	3	2	2	15
3	4	3	4	2	16
5	5	4	5	4	23
3	4	3	4	3	17
3	4	4	3	3	17
3	4	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20

3	3	3	3	3	15
3	5	4	5	2	19
3	4	4	3	3	17
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
4	5	4	3	4	20
4	5	5	5	4	23
5	4	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	4	5	4	21
4	4	4	5	3	20
5	5	5	5	5	25
4	3	5	5	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	3	19
4	5	3	4	5	21
4	3	4	3	3	17
4	4	4	3	3	18
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
3	5	4	4	5	21
3	3	3	5	3	17
4	3	3	2	3	15
4	5	4	5	3	21
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
5	4	5	4	5	23
4	5	4	5	4	22
4	3	4	4	4	19
5	4	4	4	4	21

5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	5	4	4	4	21
3	5	4	5	4	21
4	3	3	4	3	17
4	5	3	4	5	21
2	4	5	3	3	17
3	4	4	3	4	18
5	3	4	3	3	18
5	4	5	5	5	24
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23
2	4	3	5	3	17
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
1	4	4	1	5	15
5	5	4	4	5	23
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23
4	3	4	4	3	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	21
3	3	3	3	3	15
5	4	5	4	5	23
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	4	19

5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23
3	4	3	4	3	17
4	4	4	4	4	20
3	5	4	5	4	21
4	5	4	4	3	20
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23
3	4	4	4	3	18
5	4	5	4	5	23
4	3	5	4	5	21
4	4	4	4	5	21

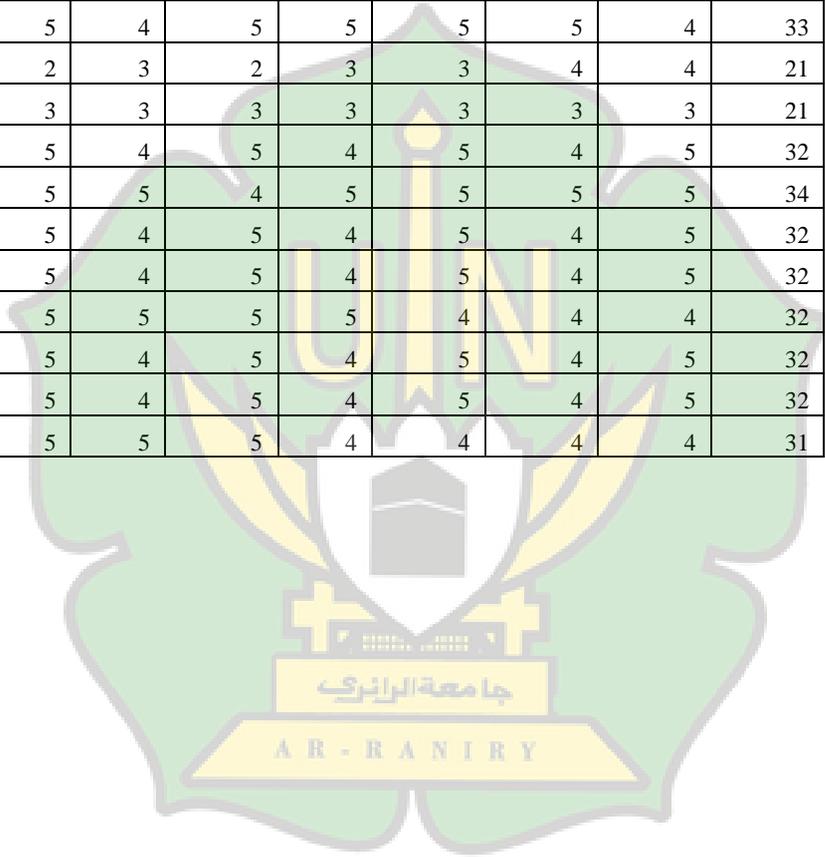
4. Peningkatan jumlah nasabah (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TY
5	5	5	5	5	5	5	35
3	3	4	5	5	5	3	28
5	5	5	4	3	4	4	30
4	4	4	5	5	5	5	32
3	4	5	5	4	5	5	31
4	4	4	4	3	4	4	27
4	4	4	5	5	5	5	32
5	4	4	5	5	4	4	31
4	4	4	2	2	2	2	20
3	4	4	3	4	3	4	25
5	4	4	5	4	5	5	32
5	4	4	5	4	4	4	30
3	3	4	3	3	4	3	23
2	2	2	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	4	5	4	5	31
3	4	3	4	4	4	4	26

4	4	4	4	3	3	3	25
3	4	4	4	4	3	4	26
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	5	29
3	3	3	3	3	3	3	21
3	4	4	5	5	5	5	31
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	5	4	4	4	5	30
4	5	5	5	5	5	5	34
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	4	4	4	4	31
5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	5	5	5	5	5	33
4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	4	4	5	4	29
4	4	4	5	4	4	5	30
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	5	4	3	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
3	5	4	5	4	5	4	30
4	4	3	3	3	3	3	23
3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	3	4	4	4	4	26
5	4	5	4	5	4	5	32
2	3	5	4	2	3	2	21
3	3	4	4	3	4	4	25
3	5	4	5	5	4	5	31
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	3	27

5	4	5	4	5	4	5	32
5	4	5	4	5	4	5	32
3	3	3	4	4	4	4	25
4	5	5	5	5	5	5	34
5	5	5	5	5	5	5	35
3	4	4	3	3	3	4	24
5	5	5	5	5	4	4	33
5	4	5	4	5	4	5	32
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	3	5	4	5	4	30
4	5	5	5	5	4	5	33
3	4	4	5	5	5	5	31
3	4	4	5	5	4	5	30
5	5	5	5	5	4	4	33
5	4	5	4	5	4	5	32
4	4	4	5	4	4	5	30
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	5	4	5	4	5	32
4	4	4	3	4	3	4	26
5	5	5	5	5	4	5	34
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	4	5	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	5	3	4	28
4	4	4	5	5	5	5	32
3	5	4	5	4	5	4	30
5	4	5	4	5	4	5	32
5	4	5	4	5	4	5	32
4	5	5	5	5	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	4	4	5	4	30
3	3	4	4	3	4	4	25
5	4	5	4	5	4	5	32

4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	4	5	5	5	5	33
5	5	5	5	5	5	5	35
3	4	3	3	3	3	3	22
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	2	5	4	3	3	27
5	4	5	5	5	5	4	33
2	3	2	3	3	4	4	21
3	3	3	3	3	3	3	21
5	4	5	4	5	4	5	32
5	5	4	5	5	5	5	34
5	4	5	4	5	4	5	32
5	4	5	4	5	4	5	32
5	5	5	5	4	4	4	32
5	4	5	4	5	4	5	32
5	4	5	4	5	4	5	32
5	5	5	4	4	4	4	31



Lampiran 4 Karakteristik Responden

1. Jenis kelamin

jenis_kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	55	55.0	55.0	55.0
	Perempuan	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

2. usia

usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-30	86	86.0	86.0	86.0
	31-40	5	5.0	5.0	91.0
	41-50	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

3. tamatan

tamatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	42	42.0	42.0	42.0
	Diploma	6	6.0	6.0	48.0
	Sarjana	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

4. pekerjaan

		pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	mahasiswa	41	41.0	41.0	41.0
	swasta	31	31.0	31.0	72.0
	PNS	17	17.0	17.0	89.0
	freelance	4	4.0	4.0	93.0
	belum bekerja	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

5. gaji

		gaji			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1.000.000	41	41.0	41.0	41.0
	1.000.000-2.000.000	20	20.0	20.0	61.0
	2.000.000-3.000.000	17	17.0	17.0	78.0
	3.000.000-4.000.000	13	13.0	13.0	91.0
	>4.000.000	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

6. masa pakai

		masa pakai			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 tahun	38	38.0	38.0	38.0

1-2 tahun	20	20.0	20.0	58.0
2-3 tahun	27	27.0	27.0	85.0
lebih dari 4 tahun	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 5 Uji Validitas

1. X1 (Pendapatan)

		Correlations					
		X11	X12	X13	X14	X15	TX1
X11	Pearson Correlation	1	.578**	.536**	.211*	.409**	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.037	.000	.000
	N	100	100	100	98	100	100
X12	Pearson Correlation	.578**	1	.459**	.374**	.326**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	98	100	100
X13	Pearson Correlation	.536**	.459**	1	.242*	.496**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.016	.000	.000
	N	100	100	100	98	100	100
X14	Pearson Correlation	.211*	.374**	.242*	1	.463**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.037	.000	.016		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X15	Pearson Correlation	.409**	.326**	.496**	.463**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	98	100	100
TX1	Pearson Correlation	.716**	.726**	.753**	.618**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	98	100	100

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

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

2. X2 (Pelayanan)

		Correlations				
		X21	X22	X23	X24	TX2
X21	Pearson Correlation	1	.298**	.234*	.105	.711**
	Sig. (2-tailed)		.003	.020	.301	.000
	N	100	100	100	100	100
X22	Pearson Correlation	.298**	1	.045	.072	.552**
	Sig. (2-tailed)	.003		.661	.478	.000
	N	100	100	100	100	100
X23	Pearson Correlation	.234*	.045	1	.128	.601**
	Sig. (2-tailed)	.020	.661		.208	.000
	N	100	100	100	100	100
X24	Pearson Correlation	.105	.072	.128	1	.532**
	Sig. (2-tailed)	.301	.478	.208		.000
	N	100	100	100	100	100
TX2	Pearson Correlation	.711**	.552**	.601**	.532**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

3. X3 (Produk)

		Correlations					
		X31	X32	X33	X34	X35	TX3
X31	Pearson Correlation	1	.232*	.523**	.439**	.536**	.785**
	Sig. (2-tailed)		.021	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X32	Pearson Correlation	.232*	1	.292**	.341**	.167	.544**
	Sig. (2-tailed)	.021		.003	.001	.098	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X33	Pearson Correlation	.523**	.292**	1	.330**	.600**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.001	.000	.000

N		100	100	100	100	100	100
X34	Pearson Correlation	.439**	.341**	.330**	1	.328**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001		.001	.000
N		100	100	100	100	100	100
X35	Pearson Correlation	.536**	.167	.600**	.328**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.098	.000	.001		.000
N		100	100	100	100	100	100
TX3	Pearson Correlation	.785**	.544**	.762**	.686**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N		100	100	100	100	100	100

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

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

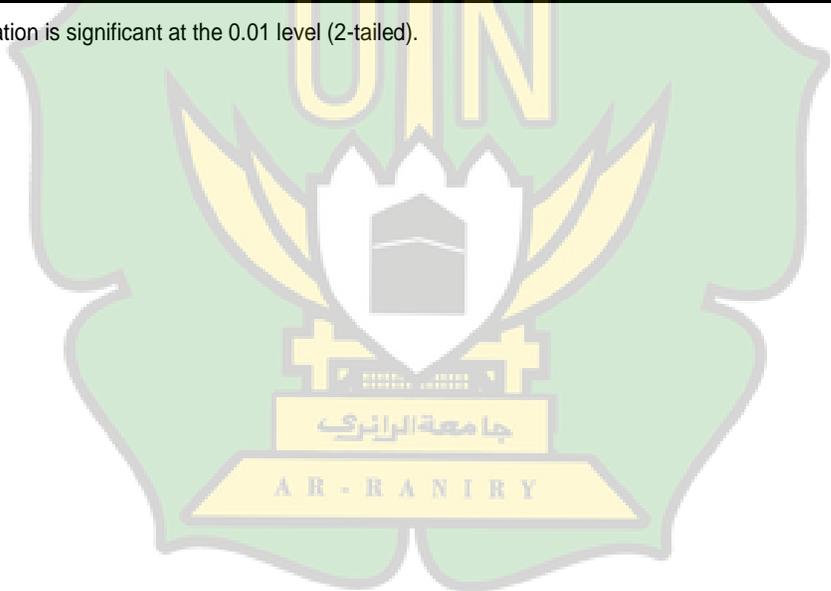
4. Y (Peningkatan Jumlah Nasabah)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TY
Y1	Pearson Correlation	1	.582**	.579**	.371**	.566**	.292**	.478**	.725**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.582**	1	.516**	.607**	.511**	.444**	.466**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.579**	.516**	1	.387**	.552**	.415**	.581**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.371**	.607**	.387**	1	.657**	.765**	.578**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.566**	.511**	.552**	.657**	1	.578**	.769**	.858**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.292**	.444**	.415**	.765**	.578**	1	.637**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.478**	.466**	.581**	.578**	.769**	.637**	1	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TY	Pearson Correlation	.725**	.746**	.747**	.789**	.858**	.747**	.832**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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



Lampiran 6 Uji Reliabilitas

1. Pendapatan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	5

2. Pelayanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.602	4

3. Produk (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	5

4. Peningkatan jumlah nasabah (Y) I R Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	7

Lampiran 7 Distribusi Frekuensi

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	4	4.0	4.0	5.1
	4	32	32.3	32.3	37.4
	5	62	62.6	62.6	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	9	9.1	9.1	11.1
	4	65	65.7	65.7	76.8
	5	23	23.2	23.2	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	10	10.1	10.1	11.1
	4	44	44.4	44.4	55.6
	5	44	44.4	44.4	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	8	8.1	8.2	9.2
	4	61	61.6	62.2	71.4
	5	28	28.3	28.6	100.0
	Total	98	100.0	100.0	
Missing	System	1	1.0		
Total		100	100.0		

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	10	10.1	10.1	12.1
	4	42	42.4	42.4	54.5
	5	45	45.5	45.5	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	13.1	13.1	13.1
	4	42	42.4	42.4	55.6
	5	44	44.4	44.4	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	-----------------------

Valid	3	5	5.1	5.1	5.1
	4	61	61.6	61.6	66.7
	5	33	33.3	33.3	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	8.1	8.1	8.1
	4	39	39.4	39.4	47.5
	5	52	52.5	52.5	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	7.1	7.1	7.1
	4	51	51.5	51.5	58.6
	5	41	41.4	41.4	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	2	2.0	2.0	3.0
	3	26	26.3	26.3	29.3
	4	39	39.4	39.4	68.7
	5	31	31.3	31.3	100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	17	17.2	17.2	18.2
	4	49	49.5	49.5	67.7
	5	32	32.3	32.3	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	19	19.2	19.2	20.2
	4	54	54.5	54.5	74.7
	5	25	25.3	25.3	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	3	3.0	3.0	4.0
	3	18	18.2	18.2	22.2
	4	53	53.5	53.5	75.8
	5	24	24.2	24.2	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	5	5.1	5.1	6.1
	3	28	28.3	28.3	34.3
	4	38	38.4	38.4	72.7
	5	27	27.3	27.3	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	21	21.2	21.2	24.2
	4	38	38.4	38.4	62.6
	5	37	37.4	37.4	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	12	12.1	12.1	13.1
	4	60	60.6	60.6	73.7
	5	26	26.3	26.3	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	10	10.1	10.1	13.1
	4	44	44.4	44.4	57.6
	5	42	42.4	42.4	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	12	12.1	12.1	13.1
	4	47	47.5	47.5	60.6
	5	39	39.4	39.4	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y5

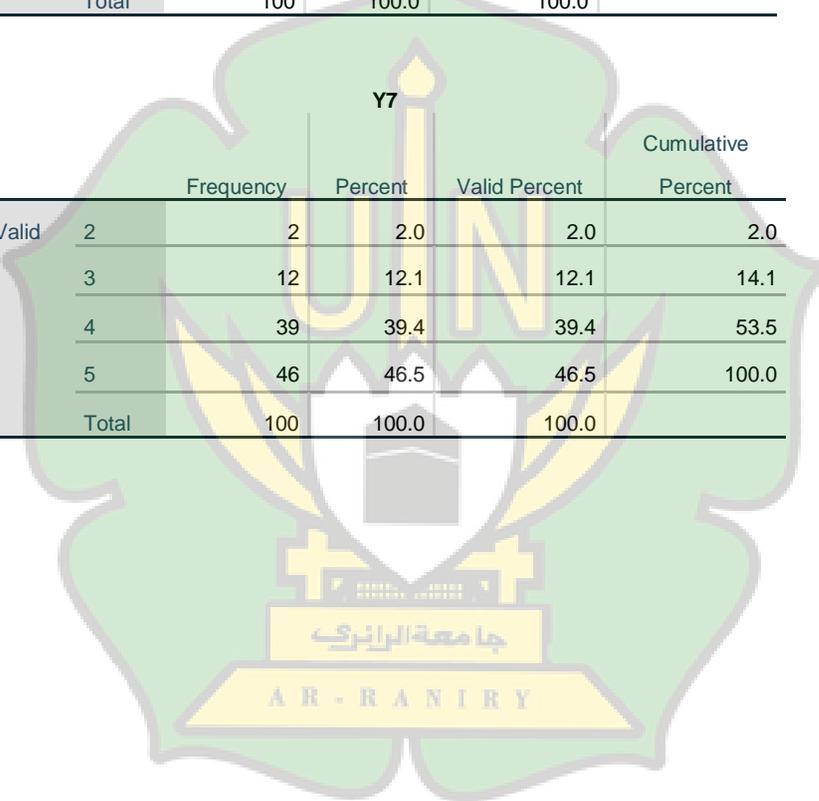
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	16	16.2	16.2	18.2
	4	35	35.4	35.4	53.5
	5	46	46.5	46.5	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	15	15.2	15.2	16.2
	4	53	53.5	53.5	69.7
	5	30	30.3	30.3	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	12	12.1	12.1	14.1
	4	39	39.4	39.4	53.5
	5	46	46.5	46.5	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.54588355
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.049
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.077 ^c

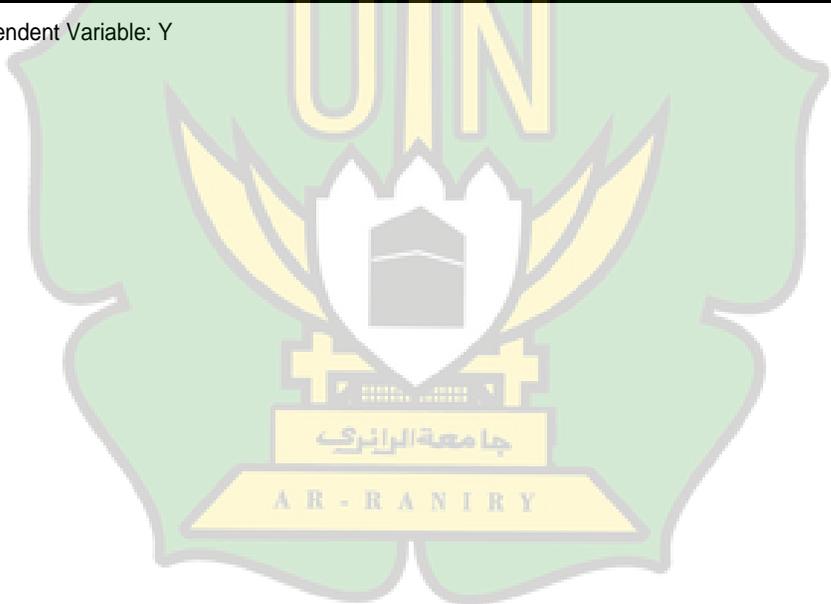
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 9 Uji Multikolinieritas

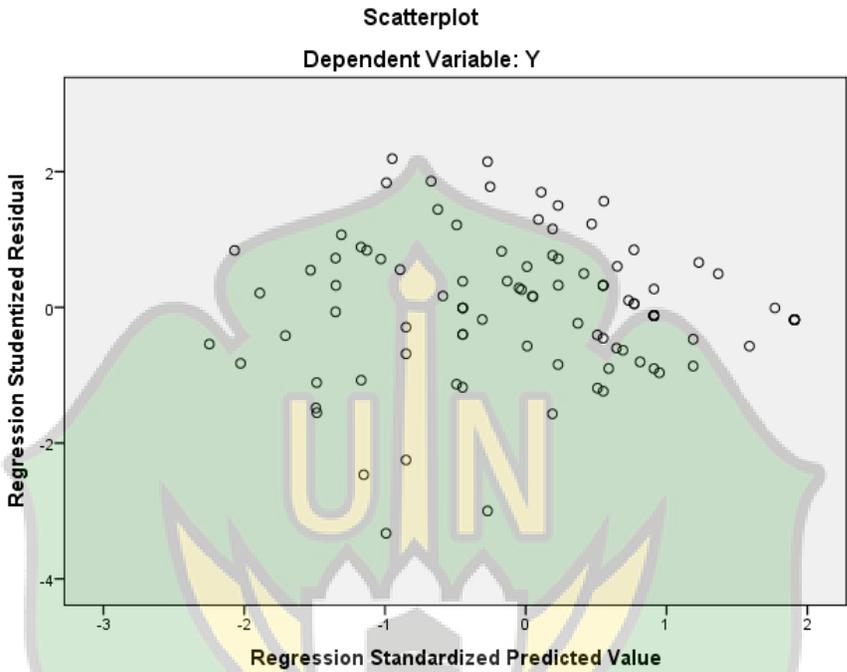
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.750	3.113		-.562	.575		
X1	.566	.141	.344	4.018	.000	.567	1.765
X2	.440	.218	.164	2.021	.046	.631	1.584
X3	.570	.121	.402	4.714	.000	.571	1.751

a. Dependent Variable: Y



Lampiran 10 Heteroskedastisitas



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.403	1.243		4.348	.000		
Total_X1	.027	.075	.049	.366	.715	.492	2.032
Total_X2	.035	.100	.051	.347	.730	.416	2.406
Total_X3	-.238	.065	-.451	-3.677	.000	.588	1.701

a. Dependent Variable: Abs_Res

Lampiran 11 Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.750	3.113		-.562	.575		
X1	.566	.141	.344	4.018	.000	.567	1.765
X2	.440	.218	.164	2.021	.046	.631	1.584
X3	.570	.121	.402	4.714	.000	.571	1.751

a. Dependent Variable: Y



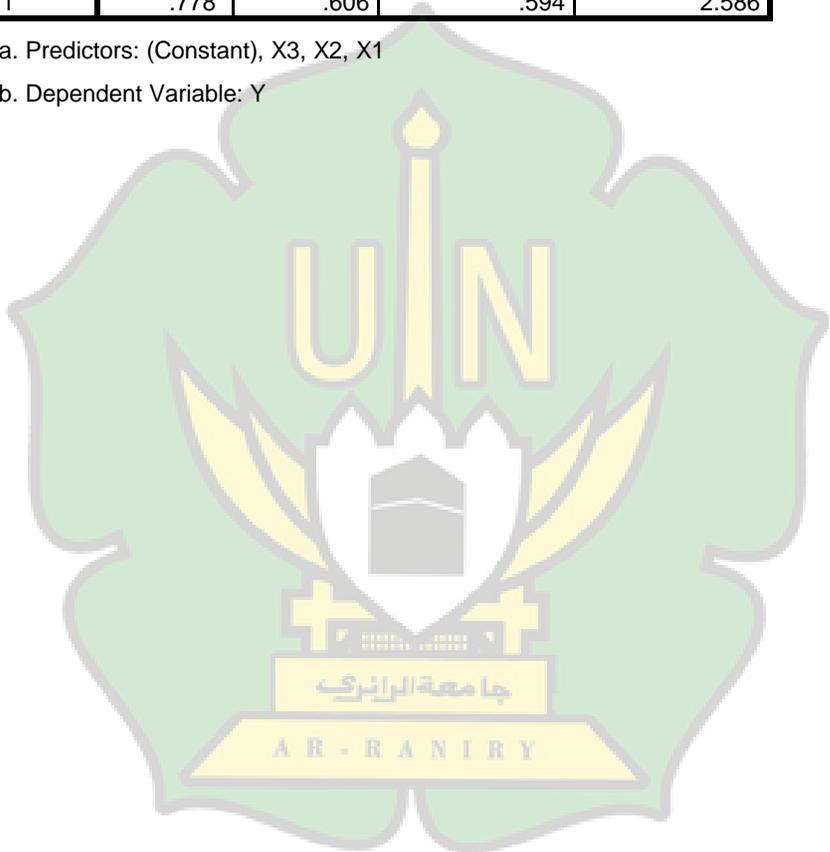
Lampiran 12 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.606	.594	2.586

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

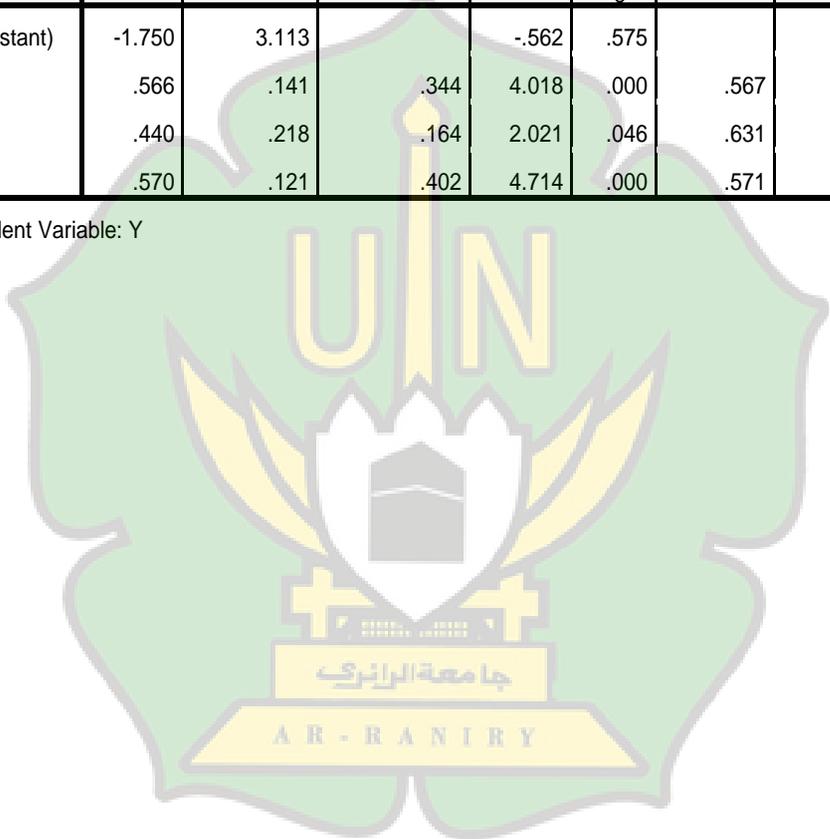


Lampiran 13 Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.750	3.113		-.562	.575		
X1	.566	.141	.344	4.018	.000	.567	1.765
X2	.440	.218	.164	2.021	.046	.631	1.584
X3	.570	.121	.402	4.714	.000	.571	1.751

a. Dependent Variable: Y



Lampiran 14 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	977.134	3	325.711	48.714	.000 ^b
	Residual	635.189	95	6.686		
	Total	1612.323	98			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1



Lampiran 15 R Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
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	0.21100	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	0.11006	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
100	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 16 T Tabel

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
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	2.361008	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
100	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	1.281009	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.281001	1.651003	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	1.980100	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262

Lampiran 17 F Tabel

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75