

**PENGARUH LAYANAN JEMPUT BOLA TERHADAP MINAT
MENABUNG PADA PT. BPRS HIKMAH WAKILAH CABANG
DARUSSALAM**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

**MUHAMMAD KHAFIDH
NIM. 170603024**

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Khafidh
NIM : 170603024
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. Menyerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 25 Juli 2021

Yang Menyatakan,



Muhammad Khafidh

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

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

Dengan Judul:

**Pengaruh Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Menabung
Pada BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam**

Disusun Oleh:

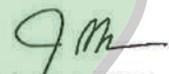
Muhammad Khafidh
NIM. 170603024

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

Pembimbing I,


Ayumiati, SE., M. Si
NIDN. 2015067802

Pembimbing II,


Muksal, M.E.I
NIDN. 1308099001

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


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

LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL SKRIPSI
PENGARUH LAYANAN JEMPUT BOLA TERHADAP
MINAT MENABUNG PADA PT. BPRS HIKMAH
WAKILAH CABANG DARUSSALAM

Muhammad Khafidh

NIM. 170603024

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: Kamis, 9 Juli 2021
19 Zulhijjah 1442 H

Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,


Ayumiati, SE., M. Si
NIDN. 2015067802

Sekretaris,


Muksal, M.E.I.
NIDN. 1302099001

Penguji I


Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A
NIDN. 2028108302

Penguji II


Dara Amanatillah, M.Sc. Fin
NIDN. 2022028705

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



Dr. Zaki Fuad, M. Agri
NIDN. 196403141992031003



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

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921,7551857, Fax. 0651-7552922 Web:
www.llbrary.ar-raniry.ac.id, Email: llbrary@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Khafidh

NIM : 170603024

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

E-mail : 170603024@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:

“Pengaruh Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Menabung Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam” beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

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

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

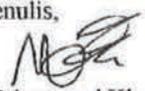
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

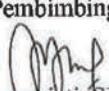
Pada tanggal : 29 Juli 2021

Mengetahui,

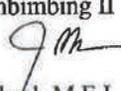
Penulis,


Muhammad Khafidh
NIM. 170603110

Pembimbing I


Ayuniati, SE.,M. Si
NIDN. 2015067802

Pembimbing II


Muksal, M.E.I.
NIDN. 1302099001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala kebaikanNya laporan Tugas Akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul **Pengaruh Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Menabung Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam** dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun dengan melewati beberapa tahapan yang melibatkan berbagai pihak sebagai pendukung. Untuk itu saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu saya dalam proses penyusunan laporan ini:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku ketua prodi Perbankan Syariah, Ayumiati, S.E., M.Si selaku sekretaris prodi.
3. Muhammad Arifin., M.Ag., Ph.D selaku ketua laboratorium, serta staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Ayumiati, S.E., M. Si selaku dosen wali sekaligus pembimbing I.
5. Muksal, M.E.I selaku pembimbing II.
6. Seluruh staf pengajar dan pegawai di lingkungan Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
7. Kepada pihak PT. BPRS Hikmah Wakilah Darussalam yang telah banyak meluangkan waktu dan tulus membantu penulis

dalam memperoleh data dan memudahkan penulis dalam melakukan penelitian di lapangan saat menyebar angket/ terkhusus kepada bapak fadli.

8. Dan yang paling utama kepada keluarga yang mendukung dalam segala hal, terutama untuk Ibu Surianita dan Bapak Zainuddin dan adik-adik tercinta, yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan doa yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini,
9. Terimakasih teman-teman jurusan Perbankan Syariah seangkatan beserta sahabat-sahabat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi serta terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Semoga doa beserta segala bantuan yang diberikan menjadi amalan baik dan mendapat balasan yang setimpal bahkan lebih.
10. Semua pihak yang telah membantu secara moril dan materil yang tidak dapat disebutkan satu persatu, se.
11. Penulis ingin berterimakasih kepada diri sendiri untuk tidak pernah menyerah, untuk terus berjuang menjadi pribadi yang lebih baik, untuk menyelesaikan semua pekerjaan keras selama ini

Sangat besar harapan penulis agar semua dukungan moral serta materil dapat dibalas kebaikannya oleh Allah Swt dengan keberkahan dan pahala yang berlipat ganda. Penulis sangat berharap terhadap kritik dan saran yang membangun demi

perbaiki skripsi ini agar nantinya dapat berguna dan memberikan banyak manfaat terutama kepada penulis, pembaca dan pihak-pihak lainnya yang membutuhkan serta menjadi hal positif bagi banyak orang.

Pada akhir kata pengantar ini, penulis memiliki keinginan yang besar agar penelitian pada skripsi ini tidak hanya dilakukan sebagai syarat kelulusan agar memperoleh gelar Sarjana Ekonomi semata, namun juga memberikan edukasi dan pemahaman yang tidak didapatkan dari bahan bacaan lainnya dan memberikan dampak positif yang berguna untuk membangun perkembangan ilmu pengetahuan. Aamiin Ya Rabbal ‘Aalamiin.

Banda Aceh, 16 Juli 2021

Penulis,

Muhammad khafidh



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	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fatḥah</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>Fatḥah</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fatḥah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*
 هاول : *haula*

3. Maddah AR - RANIRY

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>Fatḥah</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

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah (ة)hidup

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

b. Ta marbutah (ة) mati

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

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl

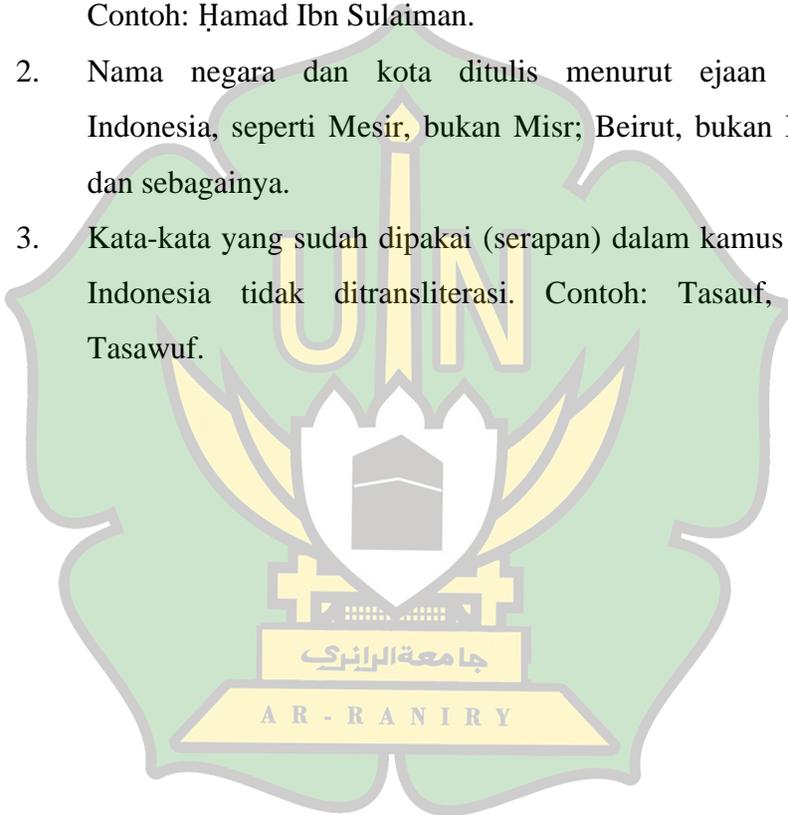
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
: al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah

طَلْحَةُ : Ṭalḥah

Catatan:

Modifikasi

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



ABSTRAK

Nama : Muhammad Khafidh
NIM : 170603024
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/
Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Layanan Jemput Bola Terhadap
Minat Menabung Pada PT. BPRS Hikmah
Wakilah Cabang Darussalam
Tebal Skripsi : 147 Halaman
Pembimbing I : Ayumiati, SE., M. Si
Pembimbing II : Muksal, M.E.I

Bank syariah diharuskan memberikan layanan terbaik untuk nasabahnya. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal apa saja yang mempengaruhi pengaruh layanan jemput bola terhadap minat menabung pada PT. BPRS Hikmah Wakilah. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dan instrumen yang digunakan adalah angket/kuesioner dengan pernyataan menggunakan skala likert 1-5 yang diolah SPSS versi 23. Uji pengaruh dalam penelitian menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana, dan uji hipotesis. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling insidental. Dari hipotesis yang diajukan, hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa layanan jemput bola berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di PT. BPRS Hikmah Wakilah. Jumlah persentase pengaruh variabel layanan jemput bola terhadap minat menabung sebesar 30,8% adapun sisanya sebesar 69,2% dipengaruhi atas variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian yang teliti.

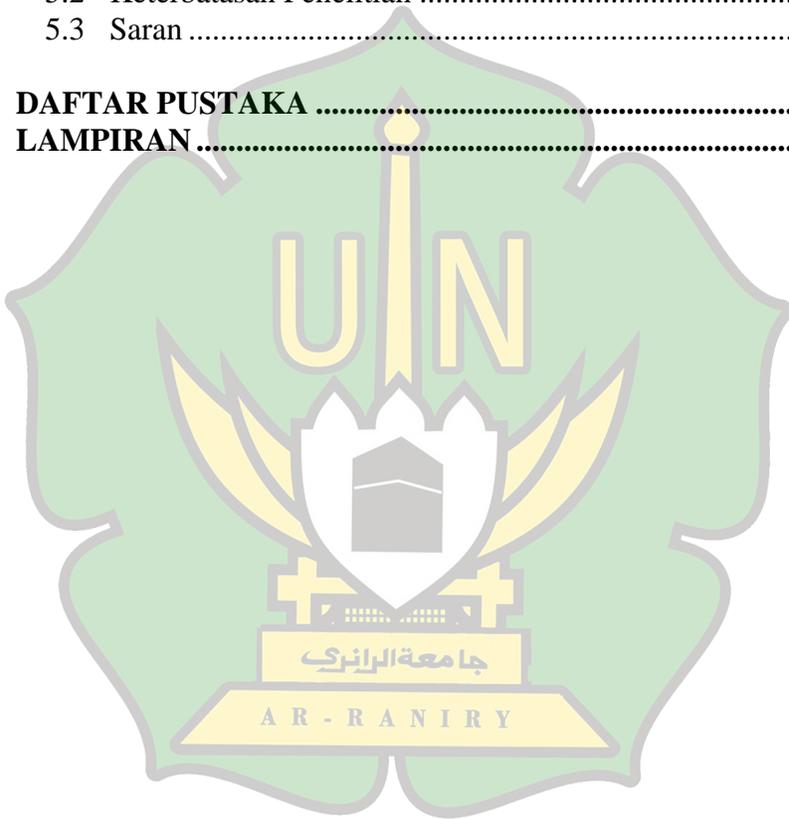
Kata Kunci: *Layanan Jemput Bola, Minat Menabung, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (PT. BPRS).*

DAFTAR ISI

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Minat Menabung.....	10
2.1.1 Pengertian Minat Menabung.....	10
2.1.2 Indikator Minat Menabung	13
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat	14
2.1.4 Menabung Dalam Islam	18
2.2 Pelayanan	19
2.2.1 Pengertian Pelayanan	19
2.2.2 Dasar-Dasar Pelayanan	20
2.2.3 Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik	22
2.2.4 Dimensi Pelayanan.....	29
2.2.5 Pelayanan dalam Islam	32
2.3 Jemput Bola	33
2.3.1 Pengertian Jemput Bola.....	33
2.3.2 Kelebihan Jemput Bola	35
2.3.3 Kelemahan Jemput bola	36
2.3.4 Proses Layanan Jemput bola	37
2.3.5 Fungsi Layanan Jemput Bola	40
2.4 Penelitian Terkait.....	41
2.5 Kerangka Berpikir	52
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	53

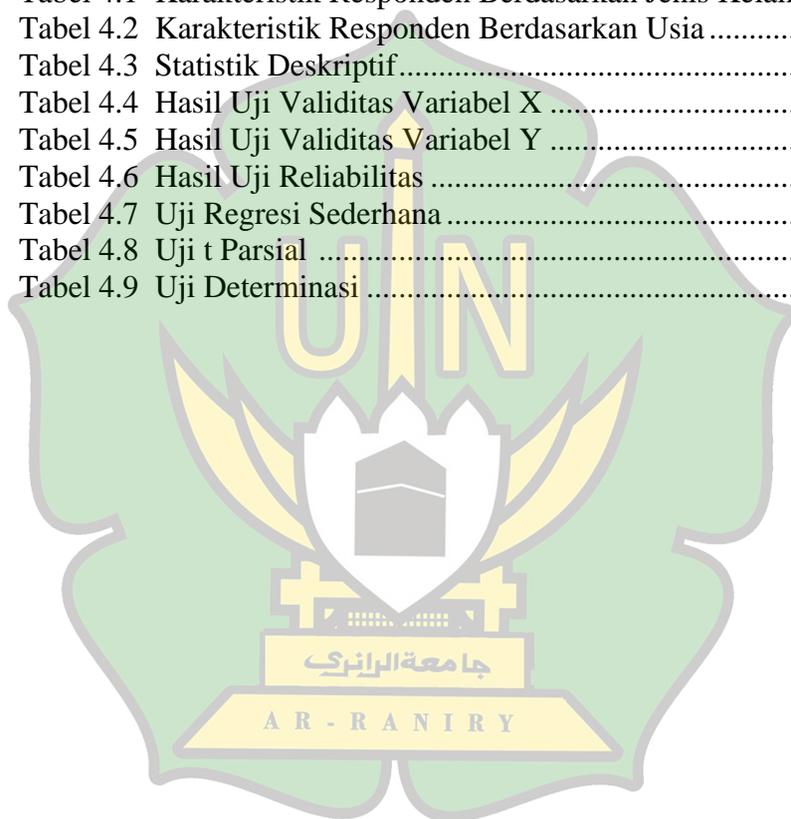
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	54
3.1 Jenis Penelitian	55
3.2 Populasi dan Sampel.....	56
3.3 Sumber Data Penelitian	58
3.4 Teknik Pengumpulan Data	59
3.5 Skala Pengukuran	59
3.6 Variabel Penelitian.....	61
3.6.1 Variabel Independen	61
3.6.2 Variabel Dependen.....	62
3.7 Operasional Variabel	62
3.8 Pengumpulan Data.....	63
3.9 Teknik Pengumpulan Data	63
3.9.1 Editing	63
3.9.2 Scoring	64
3.9.3 Tabulating.....	64
3.10 Uji Instrumen	64
3.10.1 Uji Validitas	64
3.10.2 Uji Reliabilitas	65
3.11 Uji Asumsi Klasik.....	66
3.11.1 Uji Normalitas.....	66
3.11.2 Uji Heteroskedasitas	67
3.12 Uji Regresi Linier Sederhana.....	68
3.13 Uji Hipotesis	69
3.13.1 Uji Parsial (Uji T)	69
3.13.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Gambaran Umum PT. BPRS Hikmah Wakilah.....	71
4.1.1 Sejarah Singkat PT. BPRS Hikmah Wakilah.....	71
4.1.2 Visi dan Misi PT. BPRS Hikmah Wakilah	72
4.1.3 Struktur Organisasi PT. BPRS Hikmah Wakilah..	74
4.2 Kegiatan Usaha PT. BPRS Hikmah Wakilah	75
4.2.1 Menghimpun Dana.....	76
4.2.2 Menyalurkan Dana	77
4.3 Hasil Penelitian.....	78
4.3.1 Karakteristik Responden	78
4.3.2 Uji Instrumen	84
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	87
4.3.4 Uji Regresi Sederhana.....	90

4.3.5 Uji Hipotesis	91
4.4 Hasil Penelitian	94
4.4.1 Hasil Pengaruh Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Menabung Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam	94
BAB V PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Keterbatasan Penelitian	97
5.3 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	105



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Realisasi Kinerja PT. BPRS Hikmah Wakilah.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Skala pengukuran data.....	34
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif.....	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel X	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.7 Uji Regresi Sederhana	53
Tabel 4.8 Uji t Parsial	54
Tabel 4.9 Uji Determinasi	55



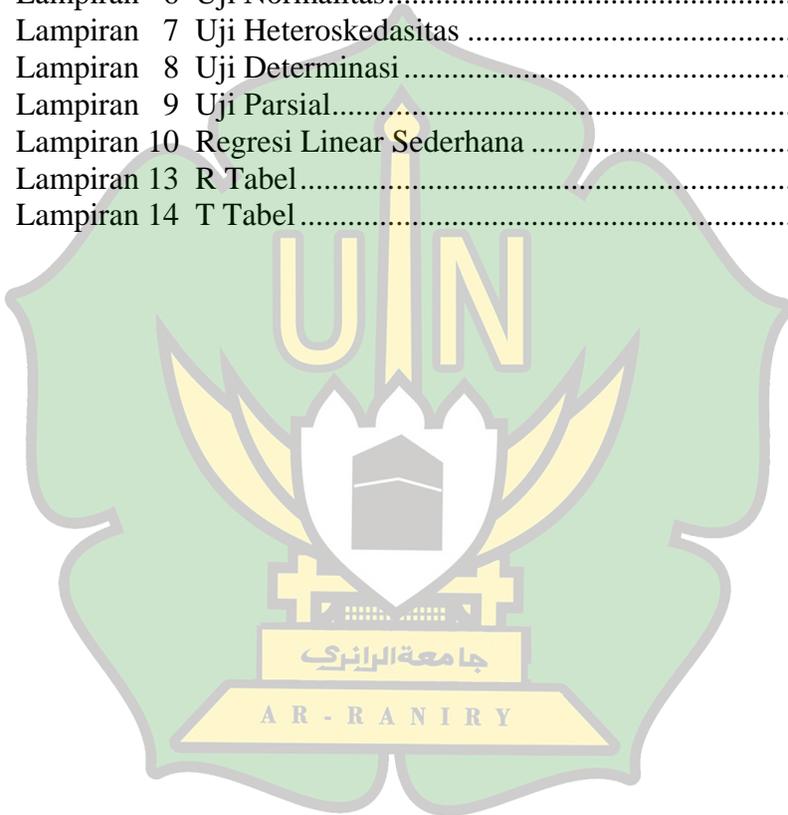
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Bagan Struktur Organisasi PT. BPRS Hikmah Wakilah	55
Gambar 4.2	Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	58
Gambar 4.3	Diagram Responden Berdasarkan Usia	60
Gambar 4.4	Uji Normalitas Histogram.....	63
Gambar 4.5	Uji Normalitas P-Plot	63
Gambar 4.6	Uji Heteroskedasitas <i>Scater Plot</i>	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesoner Penelitian	74
Lampiran 2	Jawaban Kuesoner.....	78
Lampiran 3	Karakteristik Responden	82
Lampiran 4	Uji Validitas	83
Lampiran 5	Uji Reliabilitas	86
Lampiran 6	Uji Normalitas.....	86
Lampiran 7	Uji Heteroskedasitas	87
Lampiran 8	Uji Determinasi	88
Lampiran 9	Uji Parsial.....	88
Lampiran 10	Regresi Linear Sederhana	88
Lampiran 13	R Tabel.....	89
Lampiran 14	T Tabel.....	90



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia semakin pesat. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya jumlah lembaga keuangan syariah. Menurut OJK di sektor perbankan saat ini sudah terdapat 14 bank umum syariah (BUS), 20 unit usaha syariah (UUS) dan 162 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Selain itu, aset keuangan syariah di terus tumbuh, per Juli 2020 nilai aset keuangan syariah sudah mencapai Rp 1.639,08 triliun, naik sebesar 20,61% secara *year on year* (yoy) dengan market share 9,68%. Hal ini menunjukkan bahwa keuangan syariah memiliki daya tahan, daya saing yang tinggi dan semangat yang tinggi untuk dapat bertahan (OJK, 2020).

Regulasi tentang perbankan syariah di Indonesia dijelaskan dalam UU No. 21 tahun 2008 tentang bank syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berlandaskan prinsip-prinsip Syariah. Unit Usaha Syariah adalah unit kerja dari kantor pusat bank pada umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Sedangkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank Syariah (BPRS) yang dalam kegiatannya sama dengan bank umum akan tetapi tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Tingginya tingkat pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah saat ini tidak terlepas dari pertumbuhan minat masyarakat atas perbankan syariah itu sendiri. Nosica dan Suzanawaty (2012) dalam (Aziz dan Hendrastyo, 2019) mengatakan bahwa minat adalah suatu sikap seseorang yang memiliki sebuah keinginan dan kemauan yang tinggi terhadap suatu hal maupun suatu rasa keinginan yang kuat untuk melakukan sesuatu sehingga mencapai tujuan tertentu pula. Sedangkan menurut Agung dan Ardoyo (2015), minat merupakan suatu bentuk perangkat mental yang terdiri dari harapan, perasaan, kecenderungan maupun prasangka yang mengarahkan seseorang terhadap suatu pilihan tertentu.

Pertumbuhan minat akan perbankan syariah pada masyarakat tidak terlepas pula dari segi pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah. pelayanan merupakan suatu tindakan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, pelayanan yang tinggi yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering (Hidayati, 2018). Sedangkan untuk pelayanan pada penelitian ini berfokus pada layanan jemput bola yang biasa diberikan perusahaan kepada nasabah.

Menurut Triandini (2013) layanan jemput bola merupakan layanan tambahan bagi nasabah tabungan maupun deposito, dimana

nasabah dipermudah untuk pembukaan tabungan/deposito serta penyetoran tabungan/deposito dengan ditemui langsung oleh *marketing funding* atau petugas lapangan bank sehingga membuat nasabah tidak repot-repot datang ke bank untuk melakukan transaksi tersebut.

BPRS atau Bank Perkreditan Rakyat Syariah merupakan sebuah lembaga keuangan bank yang diawasi langsung oleh dewan kebijakan moneter, yang melakukan kegiatan ekonominya berlandaskan prinsip syariah (Ismail, 2011). BPRS berdiri berdasarkan UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil yang menerangkan tentang perbankan disebutkan bahwa Bank Perkreditan Rakyat Syariah\ BPRS merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil, yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.

PT. BPRS Hikmah Wakilah merupakan salah satu BPRS yang ada di Aceh yang menggunakan sistem layanan jemput bola dalam upaya menghimpun dana dari masyarakat melalui produk tabungan. PT. BPRS Hikmah Wakilah hadir untuk memberikan pelayanan kepada seluruh masyarakat Banda Aceh dan Aceh Besar untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan bank dengan layanan sesuai syariat islam. PT. BPRS Hikmah Wakilah memiliki berbagai macam produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Produk tabungan meliputi yaitu: Tabungan Hikmah iB, Tabungan Pendidikan iB, Tabunganku iB, Tabungan Istiqomah iB, Tabungan Qurban iB, dan Tabungan Haji/Umrah iB. Tabunganku dan Tabungan Hikmah adalah jenis tabungan yang banyak digunakan oleh nasabah PT. BPRS Hikmah Wakilah.

PT. BPRS Hikmah Wakilah yang beroperasi di Banda Aceh dan Aceh Besar ini telah menggunakan dan menerapkan layanan jemput bola ini sejak awal pendiriannya pada tahun 1994 sampai saat ini. PT. BPRS ini pula telah mendapat penghargaan dengan kinerja sangat baik yang diberikan oleh info bank sebanyak tujuh kali, hal ini menunjukkan bahwa memang kinerja PT. BPRS Hikmah Wakilah yang bagus. Selain itu pula peningkatan jumlah tabungan nasabah tiap tahunnya terus mengalami peningkatan.

Tabel 1.1

Realisasi Kinerja PT. BPRS Hikmah Wakilah Selama 4 Tahun Terakhir Terhitung 2019

No	Keterangan	Des 2015	Des 2016	Des 2017	Des 2018	Naik/ Turun (%)
1	Tabungan	12.379.000	14.306.000	13.411.000	16.296.062	22 %
2	Deposito	20.195.000	32.299.000	44.274.000	60.033.647	36%
3	Pembiayaan	27.820.000	39.240.000	43.544.000	54.621.247	26%
4	Laba Sblm Pajak	1.148.000	1.854.000	1.847.000	2.225.190	25%
5	Total Aset	43.649.000	65.066.000	73.551.000	91.854.190	25%
6	NPF	3,87%	3,55%	2,94%	2,13%	(0,81 %)

Sumber: PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh Tahun (2019).

Berdasarkan tabel 1.1 menjelaskan bahwa realisasi pencapaian kinerja PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh periode Desember 2018. Tercatat tabungan nasabah setiap tahunnya dimulai dari Desember 2018 sebesar Rp16,29 Milyar, meningkat 22% dari tahun/periode sebelumnya pada Desember 2017 sebesar Rp13,41 Milyar, dengan ini dapat diambil kesimpulan bahwa produk tabungan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya (Ekbis, 2019).

Produk tabungan merupakan salah satu produk favorit nasabah pada bank, hal ini tentunya tidak terlepas dari teknik-teknik serta pelayanan yang tentunya diikuti dengan strategi bagaimana cara membuat nasabah merasakan pelayanan yang maksimal akan produk yang digunakan atau ditawarkan kepada nasabah, salah satu strategi yang digunakan yaitu melalui layanan jemput bola.

Berbagai penelitian yang sebelumnya membahas tentang layanan jemput bola seperti penelitian yang dilakukan Saadah (2016). Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah sistem tabungan yang efektif untuk menunjang pemasaran, sistem tabungan ini pula sangat memudahkan nasabah, sistem yang simpel serta sederhana, sistem ini pula tidak memaksa nasabah untuk bisa selalu menabung, sistem yang menguntungkan, sistem yang aman, dan juga sistem yang mendidik.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2019). Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji di PT. BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo dikatakan tidak efektif dikarenakan adanya 4 aspek yang menentukan keefektifan dalam menabung, salah satunya adalah aspek rencana yang merupakan aspek yang penting untuk mengetahui efektifitas jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Hafnizar (2019). Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa layanan jemput bola berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah dilihat dari 5 (lima) indikator seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian, kemampuan fisik dan hasilnya menunjukkan bahwa layanan jemput bola berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.

Berdasarkan fenomena, latar belakang serta hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya seperti Pratama (2019) yang mengemukakan bahwa layanan jemput bola tidak berpengaruh terhadap minat menabung sementara Hafnizar (2019) pula mengemukakan adanya pengaruh layanan jemput bola sehingga penulis ingin meneliti kembali pengaruhnya di PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam. Yang penulis tuangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Layanan Jemput Bola**

Terhadap Minat Menabung Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam”.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka masalah yang dirumuskan adalah terkait dengan pengaruh layanan jemput bola terhadap minat menabung yang difokuskan dengan rumusan sebagai berikut: Apakah layanan jemput bola berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada PT. BPRS Hikmah Wakilah cabang Darussalam?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan jemput bola terhadap minat menabung nasabah pada PT. BPRS hikmah wakilah cabang darussalam.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya adalah: R A N I R Y

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Menambah wawasan pengetahuan penulis di bidang keilmuan perbankan syariah khususnya tentang layanan jemput bola pada PT. BPRS Hikmah Wakilah.
- b. Dapat dijadikan referensi bagi pihak yang berkeinginan melakukan penelitian lebih lanjut.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan menjadi informasi tambahan bagi masyarakat untuk mengetahui layanan layanan jemput bola pada PT. BPRS Hikmah Wakilah.
- b. Bagi PT. BPRS Hikmah Wakilah, penelitian ini nantinya bisa menjadi rujukan dalam mengembangkan teknik maupun strategi untuk mencapai tujuan BPRS yaitu melayani masyarakat ekonomi lemah dan pengusaha kecil baik di pedesaan maupun di perkotaan yang umumnya tidak terjangkau oleh bank umum.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang penelitian ini, maka sistematika penulisannya adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan membahas mengenai penelitian telaah pustaka, landasan teori, definisi yang mendukung penelitian seperti teori minat, pelayanan, dan jemput bola lalu terakhir membahas hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian, teknik pengumpulan data serta metode yang digunakan dalam menganalisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai deskripsi obyek penelitian, hasil analisis dan pembahasan atas hasil pengolahan data..

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan membahas mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dan juga saran yang diberikan oleh penulis kepada pihak-pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Minat Menabung

2.1.1 Pengertian Minat Menabung

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, secara etimologi minat diartikan sebagai sebuah gairah (kecenderungan hati yang tinggi akan sesuatu) kepada suatu perhatian atau keinginan. Sedangkan secara Terminologi dalam buku Pembinaan Minat Baca oleh Depdikbud (1997) Minat diartikan:

1. Minat adalah keinginan yang terus menerus untuk memperhatikan atau melakukan sesuatu. Minat dapat menimbulkan semangat dalam melakukan kegiatan agar tujuan dari pada kegiatan tersebut dapat tercapai. Dan semangat yang ada itu merupakan modal utama bagi setiap individu untuk melakukan suatu kegiatan.
2. Minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Minat juga menentukan suatu sikap yang menyebabkan seseorang berbuat aktif dalam suatu pekerjaan. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab dari suatu kegiatan
3. Minat adalah kecenderungan jiwa yang relatif menetap kepada diri seseorang dan biasanya disertai dengan perasaan senang.

Kotler dan Keller (2012) minat adalah sesuatu yang bisa ditimbulkan setelah melihat rangsangan dari sebuah produk yang telah dilihatnya. Kemudian dari penelitian yang dilakukan oleh Tjini dan Baridwan (2012) menyatakan bahwa minat merupakan suatu aspek dari psikis manusia yang dapat menimbulkan keinginan untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Slameto (2003:57) minat merupakan suatu kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan serta mengenang dari beberapa aktivitas atau kegiatan. Jadi seseorang yang berminat terhadap sebuah aktivitas dan memperhatikan aktivitas tersebut, pasti dilandaskan dengan rasa senang dalam melakukan aktivitas, sehingga timbulnya rasa senang maka secara konsisten seseorang tersebut akan menggunakannya dimasa yang akan datang. Sehingga bisa diartikan bahwa minat merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan sebuah layanan dan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu tertentu karena timbul atas kebutuhan baik yang dirasa maupun yang tidak dirasakan atau sebuah keinginan hal tertentu.

Minat dapat dideskripsikan sebagai suatu situasi dimana seseorang sebelum melakukan tindakan, dapat dijadikan sebuah dasar untuk menghitung dan memprediksikan sikap maupun tindakan tersebut. Sedangkan minat menabung dapat diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang timbul atas suatu respon akan sebuah objek yang menunjukkan keinginan konsumen\pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler, 2002).

Ada beberapa tahapan minat yaitu:

- a. **Attention.** Tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, selain itu calon pelanggan juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan.
- b. **Interest.** Dalam tahap ini calon pelanggan mulai tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan
- c. **Desire.** Calon pelanggan mulai memikirkan serta berdiskusi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, karena hasrat dan keinginan untuk membeli mulai timbul. Dalam tahapan ini calon pelanggan sudah mulai berminat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Tahap ini ditandai dengan munculnya minat yang kuat dari calon pelanggan untuk membeli dan mencoba produk atau jasa yang ditawarkan.
- d. **Action.** Pada tahap ini calon pelanggan telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan dorongan kuat seseorang dalam melakukan segala hal untuk mewujudkan tujuan maupun cita-cita yang diinginkannya. Selain itu minat juga dapat timbul akibat adanya faktor eksternal

dan juga adanya faktor internal. Minat yang besar terhadap sesuatu merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat dalam melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat menabung di bank pembiayaan rakyat syariah.

2.1.2 Indikator Minat Menabung

Secara garis besar terdapat tiga indikator minat menabung dapat diuraikan sebagai berikut (Putrawardana, 2020).

1. Dorongan dari dalam diri individu artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya.
2. Motif sosial artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh oleh lingkungannya atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan.
3. Faktor emosional artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Menurut Crow and Crow dalam Ro'uf (2011) berpendapat bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, diantaranya:

a. Faktor dorongan dari dalam

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

b. Faktor motif sosial

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

c. Faktor emosional atau perasaan

Artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

Sedangkan menurut Saladin dalam Fauzi (2014) menjelaskan factor-faktor tersebut adalah diantaranya:

a. Faktor produk

Kelengkapan yang terkandung dalam suatu produk merupakan hal penting dengan tujuan menarik seseorang untuk rutin menggunakannya. Beberapa indikator yang digunakan meliputi produk yang bervariasi, kesesuaian dengan tujuan dan kebutuhan, persyaratan yang ringan, biaya administrasi yang murah.

b. Faktor Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi nasabah agar mereka dapat menjadi kenal akan produk/jasa yang ditawarkan oleh pihak BPRS kepada nasabah yang kemudian diharapkan nasabah menjadi senang lalu menggunakannya. Indikator yang dipakai yakni meliputi publisitas, tersedianya media informasi, adanya undian, doorprize, dan bonus hadiah.

c. Faktor Pelayanan

Pelayanan adalah suatu tindakan langsung yang diberikan lembaga kepada nasabah dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah demi terciptanya loyalitas dan kepuasan nasabah. Kualitas suatu pelayanan yang diberikan oleh BPRS sangat berperan dalam mempengaruhi seseorang untuk menggunakan produk pembiayaan yang dimiliki BPRS. Adapun indikator yang digunakan adalah keramahan pelayanan, efisiensi dan kecepatan layanan, kejelasan

informasi, pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan,serta pelayanan merata yang tidak membedakan terhadap status sosial atau golongan.

d. Faktor Kemudahan

Khususnya kemudahan dalam mendapatkan jasa yang mana turut berperan penting dalam menarik seseorang untuk menggunakan jasa pembiayaan yang disediakan oleh pihak BPRS. Adapun indikator yang digunakan adalah lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, pelayanan dengan sistem “jemput bola”, kemudahan dalam prosedur, serta dekat dengan tempat tinggal.

e. Faktor Kebutuhan

Kebutuhan adalah sifat dasar yang menjadi sebuah alasan untuk seseorang dalam berperilaku, misalnya dengan memanfaatkan fasilitas pembiayaan yang ada di BPRS. Indikator yang digunakan misalnya adanya kebutuhan yang mendesak, untuk modal usaha, serta kondisi keuangan yang minim.

f. Faktor Referensi

Referensi merupakan suatu kelompok sosial yang dapat dijadikan sebagai ukuran seseorang dalam membentuk kepribadian dan perilakunya. Adapun indikator yang digunakan adalah telah mengenal dengan baik salah satu atau lebih karyawan BPRS, pengaruh

teman ataupun saudara, ketertarikan setelah melihat kelompok referensi lain mendapatkan layanan, serta adanya inspirasi dari kelompok referensi lain untuk mengajukan permohonan.

g. Faktor Fasilitas

Pelayanan Fasilitas pelayanan tidak jauh berbeda dengan kualitas pelayanan yang juga sangat berpengaruh terhadap seseorang untuk menggunakan pembiayaan yang dimiliki BPRS. Adapun indikator yang digunakan adalah tersedianya fasilitas yang memadai, kenyamanan ruangan kantor BPRS, serta tampilan gedung yang menarik. Sehingga nasabah merasa nyaman ketika berada dalam kantor guna melakukan transaksi.

h. Faktor Keyakinan

Keyakinan serta pemahaman keagamaan seseorang memiliki peran tersendiri dalam membentuk perilaku dari orang tersebut, yaitu dengan memilih produk yang baik dan juga terbebas dari larangan agama. Adapun indikator yang digunakan adalah kesesuaian produk dengan syariah Islam, terbebas dari bunga, akad dalam melakukan transaksi, serta keyakinan akan keharaman bank konvensional.

2.1.4 Menabung Dalam Islam

Menabung dalam islam merupakan sebuah kegiatan yang diperbolehkan bahkan dianjurkan karena dengan menabung artinya seorang muslim telah mempersiapkan dirinya atas perencanaan masa depan yang akan datang dimana tentunya belum ada kepastian serta juga untuk menghadapi hal-hal yang tidak diharapkan (Khasanah, 2015).

Sebagaimana Allah swt. telah berfirman dalam Q.S Al-Isra' ayat 2 yang berbunyi sebagai berikut:

فَتَقَعِدَ الْبَسِطِ كُلَّ تَبْسُطِهَا وَلَا عُنُقِكَ إِلَىٰ مَغْلُوبَةٍ يَدِكَ تَجْعَلُ وَلَا
مَحْسُورًا مَلُومًا

Artinya: “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.” (Q.S. Al-Isra' [17]:2).

Menabung adalah...pembelajaran yang efektif dalam berhemat, berencana dan sekaligus menabung berarti menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk disimpan dalam jangka waktu tertentu agar dapat digunakan di kemudian hari jika diperlukan. Semakin banyak duit yang ditabung maka semakin baik. Menabung merupakan kegiatan yang tidak boleh kita lupakan, kegiatan ini penting (Murtani, 2019).

Mifthakhur (2016) dalam Aurefanda (2019) mengungkapkan bahwa minat menabung adalah keinginan serta

kecenderungan seorang individu atau kelompok yang secara kuat mempengaruhi arah seseorang untuk memilih menabung. Pada dasar prinsipnya minat menabung dimulai oleh banyaknya pengaruh dari dalam diri, baik pengaruh dari pemasaran ataupun pengaruh dari lingkungannya. Pengaruh inilah kemudian diproses diri sesuai dengan karakter pribadinya, sebelum pada akhirnya mengambil keputusan untuk menabung.

2.2 Pelayanan

2.2.1 Pengertian Pelayanan

Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani setiap kebutuhan orang lain serta kemudahan yang diberikan sejalan dengan jual beli barang maupun jasa, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Menurut Kasmir (2010), Pelayanan (customer service) secara umum merupakan setiap kegiatan yang diperuntukkan maupun ditujukan untuk memberikan serta menawarkan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan serta kebutuhan pelanggan pun dapat tercapai atau terpenuhi.

Pelayanan pada dasarnya dapat dideskripsikan sebagai sebuah aktivitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun secara tidak langsung dalam rangka memenuhi kebutuhan. Moenir dalam Rianto (2010) mengatakan bahwa pelayanan merupakan sebuah proses untuk pemenuhan kebutuhan

melalui kegiatan orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditetapkan sebagai suatu persyaratan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang mana langsung berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan atau konsumen.

2.2.2 Dasar-Dasar Pelayanan

Beberapa orang/produsen masih mengabaikan aspek pelayanan kepada pelanggan karena mereka beranggapan, bahwa jika perusahaan atau produknya sudah dikenal masyarakat, daya tarik yang ada pada perusahaan dan produknya tidak akan menurunkan jumlah pelanggannya. Mereka lupa bahwa keinginan serta tingkat kepuasan para pelanggan selalu berubah-ubah dan di sisi lain pula para pesaing bisnis terus bertambah dan berlomba untuk merebut pelanggan dengan berbagai macam cara. seharusnya mereka memahami bahwa pelanggan adalah sumber utama bagi keberlangsungan usaha atau perusahaan mereka. Salah satu cara mengatasinya adalah dengan cara memperbaiki maupun mempersiapkan mutu serta kualitas pelayanan yang baik, yaitu dengan membangun budaya pelayanan prima yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas kepuasan pelanggan itu sendiri.

Sebuah perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang baik serta prima kepada para konsumen maupun

nasabah. Supaya pelayanan yang diberikan dapat memuaskan para konsumen maka sebuah perusahaan diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan para konsumennya tersebut. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap petugas telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami antara lain:

1. Memusatkan perhatian kepada pelanggan, yaitu dengan:
 - a. Mendengarkan dengan penuh perhatian apa yang dibicarakan pelanggan dan jangan sekali-kali memotong pembicaraan mereka sebelum selesai.
 - b. Memperhatikan sikap tubuh anda, bertindak secara tenang dan rileks.
 - c. Menatap mata pelanggan pada saat berbicara dan tersenyum, sehingga tatapan mata anda menjadi teduh dan...menyejukkan hati orang yang memandang.
 - d. Memperhatikan ekspresi wajah anda dan selalu tampilkan senyum anda
2. Memberikan pelayanan yang efisien, yaitu dengan:
 - a. Melayani pelanggan berikutnya dengan segera setelah selesai melayani pelanggan.
 - b. Menggunakan waktu seakurat mungkin
 - c. Berbicara seperlunya kepada pelanggan.

- d. Merencanakan apa yang berikutnya akan dilakukan.
 - e. Menindak lanjuti pelayanan sampai selesai
3. Meningkatkan perasaan harga diri pelanggan, yaitu dengan:
- a. Mengenali kehadiran pelanggan dengan segera.
 - b. Tidak menggurui pelanggan sepijar apapun anda.
 - c. Memuji dengan tulus.
 - d. Memperlakukan setiap pelanggan sebagai orang istimewa.
4. Membina hubungan baik dengan pelanggan, yaitu dengan:
- a. Mendengar apa yang disampaikan oleh pelanggan tanpa memotong pembicaraan.
 - b. Menunjukkan simpati dan berbicara dengan penuh perasaan untuk menunjukkan bahwa anda mengerti dan memahami perasaan pelanggan.
 - c. Memberikan perhatian kepada pelanggan dan berusaha menyelesaikan masalah pelanggan.

2.2.3 Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik

Dalam prakteknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi pelayanan yang baik. Pertama, adalah faktor manusia yang

memberi pelayanan tersebut, yang melayani pelanggan harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Kedua, pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan pekerjaan. Pada akhirnya, sarana dan prasarana yang dimiliki juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas pula. Jadi dapat dikatakan kedua faktor tersebut saling menunjang satu sama lainnya.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti karyawan yang bertugas melayani pelanggan atau nasabah menurut Rajab (2008):

1. *Sarana Physic.*

Sarana physic terdiri dari dua unsur, yaitu ketersediaan orang yang baik dan ketersediaan sarana dan prasarana yang baik. Salah satu hal yang paling penting untuk diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Tamu harus diberikan berbagai fasilitas yang sesuai agar pelanggan merasa nyaman di dalam bank, betah dan tidak mudah bosan.

2. Tanggung jawab.

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan harus mampu bertanggung jawab melayani setiap pelanggan dari awal hingga selesai. Apabila ada nasabah yang tidak dilayani secara tuntas akan menjadi citra yang buruk bagi bank pula nantinya.

3. *Responsive.*

Pelayanan yang lebih cepat dan akurat bagi pelanggan. Melayani cepat berarti melayani dalam batasan waktu yang normal. Layanan untuk setiap transaksi sudah memiliki jadwal yang konsisten, tetapi staf juga harus memiliki manajemen waktu yang baik dan tidak membicarakan hal-hal di luar konteks dari pekerjaan. Proses yang terlalu lama dan rumit akan membuat pelanggan tidak nyaman dan akan malas untuk berhubungan kembali.

4. Komunikatif.

Mampu berkomunikasi berarti cepat memahami apa yang diinginkan pelanggan. Komunikasi dengan pelanggan harus dalam bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Oleh karena itu, jika pelanggan memiliki masalah, pelanggan tidak akan ragu untuk membicarakannya dengan customer service. Komunikasi yang baik juga mampu lebih menjelaskan semua masalah sehingga tidak terjadi kesalahpahaman.

5. Keamanan.

Kerahasiaan nasabah sangat dihormati dalam bisnis perbankan. Bank tidak boleh memberikan informasi secara sembarangan kecuali diwajibkan oleh undang-undang. Menjaga kerahasiaan nasabah

merupakan salah satu ukuran kepercayaan nasabah terhadap bank.

6. Kecakapan.

Dalam hal ini, keterampilan adalah kemampuan dan pengetahuan dalam pekerjaan sehingga mereka nantinya dapat melakukan pekerjaannya dengan baik.

7. Pemahaman

Berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah secara tepat.

8. Kredibilitas.

Kepercayaan calon nasabah terhadap bank sangat diperlukan bagi calon nasabah untuk mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Kepercayaan merupakan ujung tombak bank bagi perkembangan kegiatan perbankan. Jika pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan, maka akan menimbulkan kepercayaan oleh pelanggan. Karena meningkatkan kepercayaan lebih berat dari pada mempertahankan kepercayaan yang sudah diberikan.

9. Keramahan.

Keramahan merupakan sikap positif dan perilaku hormat yang harus ditunjukkan kepada seluruh nasabah.

Pegawai Bank harus mengembangkan keramahan dan keakraban dengan nasabah agar nasabah merasa nyaman dan betah saat berhubungan dengan pegawai bank.

10. Hubungan .

Setiap bagian dari bank perlu memiliki akses yang mudah untuk berkomunikasi dengan nasabahnya. Jadi jika nasabah ingin berkomunikasi langsung dengan departemen tertentu, nasabah dapat berbicara langsung dengan pegawai bank yang bersangkutan.

Sedangkan menurut kasmir (2014) tentang ciri-ciri pelayanan yang baik itu harus pula diikuti oleh karyawan atau nasabah, diantaranya:

1. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.

Untuk melayani pelanggan, salah satu hal terpenting adalah memiliki sarana dan prasarana yang mumpuni. Perangkat dan fasilitas sendiri, seperti ruang tunggu, harus dilengkapi dengan berbagai fasilitas agar pelanggan merasa nyaman dan betah. Meja dan kursi harus ditempati dengan nyaman. Udara di dalam ruangan juga harus segar, tenang dan tidak bising. Keutuhan dan kenyamanan Sarana dan prasarana tersebut dapat membuat nasabah betah saat bertransaksi dengan bank.

2. Tersedia karyawan yang baik.

Kenyamanan pelanggan sangat tergantung pada agen layanan pelanggan yang mereka layani. Layanan

pelanggan harus ramah, sopan, dan menarik. Selain itu, layanan pelanggan harus responsif, pandai berbicara, dan cerdas untuk memenangkan hati pelanggan. sehingga pelanggan lebih tertarik. Oleh karena itu, sebelum menjadi customer service, maka mereka haruslah melalui pendidikan dan pelatihan khusus terlebih dahulu. Selain kualitas pegawai yang harus memenuhi standar, jumlah pegawai juga harus seimbang agar tidak menyia-nyiakan waktu pelanggan, sehingga pelanggan tidak perlu terlalu lama mengantri.

3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.

Customer service harus melayani serta menjaga pelanggan dari awal hingga akhir transaksi. Pelanggan akan merasa puas ketika layanan yang diberikan customer service bertanggung jawab atas layanan yang mereka minta dan inginkan.

4. Mampu melayani secara cepat dan tepat.

Dalam melayani pelanggan, customer service harus mampu memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat sesuai dengan prosedur pelayanan yang ada. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan keinginan nasabah.

5. Mampu berkomunikasi

Customer service harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang baik dan benar serta tidak boleh menggunakan istilah yang sulit dipahami oleh pelanggan.

6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia nasabah sama dengan pemeliharaan rahasia bank. Oleh karena itu, layanan pelanggan harus dapat disembunyikannya dari siapa pun. Terpeliharanya rahasia nasabah merupakan salah satu tolak ukur kepercayaan nasabah kepada bank.

7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi seorang customer service, mereka harus memiliki keterampilan dan pengetahuan yang baik dalam urusan layanan pelanggan karena selalu berhubungan dengan pelanggan, sehingga perlu dilatih secara khusus tentang keterampilan dan pengetahuan mereka dalam berurusan dengan pelanggan atau kemampuan untuk bekerja.

8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Customer service harus cepat serta cekatan dalam menanggapi permintaan pelanggan. Customer service harus terlebih dahulu mencoba memahami kebutuhan pelanggan dengan mendengarkan penjelasan pelanggan dengan benar.

9. Mampu Memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan merupakan ujung tombak perusahaan dalam mengembangkan operasionalnya. Setelah pelayanan yang diberikan memuaskan nasabah, maka akan menimbulkan kepercayaan yang dengan sendirinya mampu menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama sebagai nasabah bank.

Dengan bentuk pelayanan yang seperti dijelaskan di atas akan memungkinkan bank mendapat keuntungan yang besar, hal ini dikarenakan nasabah akan loyal kepada bank kemungkinan nasabah akan pindah ke bank lain sangat kecil jika bank menerapkan sistem tersebut, dilain sisi pula nasabah akan menggunakan produk bank tersebut dalam jangka waktu yang panjang, serta akan menambah produk bank lainnya sesuai dengan kebutuhan nasabah kedepannya. Dengan menerapkan sistem seperti tersebut di atas dimana pelayanan sangat diutamakan sehingga nasabah akan merasa aman dan nyaman bertransaksi dengan petugas customer service, hal ini juga akan mengakibatkan terjadinya transfer informasi dari mulut-kemulut oleh nasabah dengan calon nasabah baru pula (Kasmir, 2008).

2.2.4 Dimensi Pelayanan

Pelayanan minimal memiliki lima dimensi diantaranya adalah *Tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Tjiptono, 2011). Berikut uraiannya.

1. *Tangible* (Berwujud) yakni adanya penampakan berupa fasilitas-fasilitas penunjang, petugas ataupun sarana komunikasi yang menyertai produk tersebut. Karena suatu jasa tidak dapat diraba, dicium atau dilihat, maka aspek tangible sebagai ukuran atas jasa yang diberikan oleh perusahaan menjadi sangat penting. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.
2. *Reliability* (Keandalan) yakni kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dimensi ini juga menjadi sangat penting bagi perusahaan dengan pelanggan, terutama yang berkomitmen terhadap pelayanan. Karena dengan dimensi ini, perusahaan dapat dinilai oleh pelanggan atas kemampuannya dalam memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan kepada pelanggan dan seberapa hebat perusahaan dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) yakni keinginan karyawan dan rekan kerja untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang responsif. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir pasti akan berubah dan meningkat dari waktu ke waktu. Seperti kata pepatah yaitu waktu adalah uang. Tidak puas

bila kehilangan waktu karena kehilangan kesempatan lain untuk memperoleh sumber ekonomi/pendapatan karena berlama-lama di satu tempat, dalam hal ini pelanggan rela berkorban untuk setiap waktu yang dihemat atau cenderung membayar jasa yang lebih mahal.

4. *Assurance* (Jaminan) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Ada empat aspek dalam hal ini, yaitu diantaranya adalah keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan. Keramahan merupakan aspek kualitas pelayanan yang mudah diukur. Salah satu bentuk konkret yang sering kita dengar adalah 3S yaitu salam, sapa, dan senyum. Kompetisi adalah setiap karyawan di perusahaan. Anda harus sangat familiar dengan suatu produk agar tidak terkesan bodoh ketika ditanya oleh pelanggan. Kredibilitas adalah sejauh mana perusahaan memiliki citra yang baik dalam masyarakat atau pelanggan dalam rangka menumbuhkan sikap kepercayaan atau kepercayaan di antara pelanggan dalam penggunaan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Keamanan artinya nasabah perlu memiliki rasa aman saat melakukan transaksi. Aman dalam arti perusahaan jujur dalam setiap transaksi.

5. *Empathy* yakni meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi serta memahami kebutuhan para nasabah yang bertransaksi.

Jadi, dengan demikian perusahaan yang memberikan pelayanan kepada nasabah harus memahami beberapa kriteria atau hal antara lain meliputi cakap dan tangkasnya pihak perusahaan selaku penyedia jasa layanan atau service dalam memahami kebutuhan serta layanan yang diinginkan oleh pengguna layanan tersebut, dan tidak lupa pula kepribadian dan etika pihak perusahaan juga ikut menentukan kepuasan pengguna jasa tersebut.

2.2.5 Pelayanan dalam Islam

Menurut ensiklopedi Islam, pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syari'ah. Agar suatu pelayanan di transportasi perusahaan lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum (Muhammad, 1999).

Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang mempunyai niat yang baik. Adapun pelayanan yang mempunyai niat yang baik menurut Islam yaitu:

1. Pelayanan diberikan sesuai harapan pelanggan dengan merasakan kepuasan secara maksimum.

2. Terjadinya suatu kesulitan dalam memberikan pelayanan tetapi konsumen tidak mengetahuinya.
3. Terjadinya kesalahan pemberian pelayanan pelanggan mengeluh merasa tidak puas terhadap hasil kerja pelaksana petugas pelayanan.

Baik Al-Quran maupun hadist memberikan pedoman tertentu dalam masalah tata krama untuk kebaikan perilaku dalam masalah bisnis. Seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku bisnis mereka sesuai yang dianjurkan Al-Quran dan Sunnah. Sopan adalah pondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku, dan juga merupakan dasar-dasar dari jiwa melayani dalam bisnis. Sikap melayani adalah salah satu prinsip bisnis yang islami Rasulullah mengatakan “saidul kaunkhalimuhum” (pengurus atau pengusaha itu adalah pelayan bagi customernya). Karena itu sikap murah hati, ramah dan sikap melayani mestilah menjadi bagian dari kepribadian semua karyawan yang bekerja.

2.3 Jemput Bola

2.3.1 Pengertian Jemput Bola

Menurut Simamora (2000) jemput bola merupakan penggambaran secara lisan melalui sebuah percakapan dengan satu atau beberapa calon nasabah yang bertujuan agar terjadinya proses transaksi penjualan. Dalam proses kegiatan jemput bola hal ini akan menimbulkan kontak langsung antar individu yang terlibat secara eksklusif, individu melakukan presentasi penggambaran

mengenai produk kepada orang individu atau sekelompok nasabah potensial lainnya.

Menurut Kasmir (2004) merupakan kegiatan promosi produk yang dilakukan petugas bank dalam melayani mempengaruhi nasabah dengan memberikan deskripsi produk dengan bahasa yang dapat menimbulkan minat untuk bergabung dari calon nasabah. Dalam dunia perbankan penjualan bukan hanya dilakukan oleh petugas yang dipekerjakan di bidangnya saja, namun semua petugas bank dapat terlibat dalam penjualan pribadi ini dari mulai *cleaning service*, satpam sampai pejabat bank. Jemput bola juga dapat dilakukan melalui merekrut tenaga-tenaga profesional seperti *salesman* dan *salesgirls* untuk melakukan penjualan dari pintu ke pintu atau *door to door*.

Selain itu, menurut Hanik (2013) Layanan jemput bola atau pick up service merupakan bentuk layanan yang memberikan kemudahan untuk para nasabah guna meminimalisir resiko saat menyetorkan dana ke lembaga keuangan. Dengan adanya layanan ini maka nasabah cukup menghubungi pihak lembaga terkait untuk mengambil sejumlah uang yang akan disetorkan ke rekening, tanpa repot mendatangi kantor-kantor lembaga keuangan terkait. Sedangkan menurut Azizah (2019) Sistem layanan jemput bola merupakan salah satu fasilitas untuk memberikan kemudahan kepada anggota untuk menyimpan dana yang mereka miliki setiap harinya sebagai investasi di masa depan secara rutin.

2.3.2 Kelebihan Jemput Bola

Penjualan secara personal selling (jemput bola) akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu antara lain:

1. Bank langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.
2. Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita langsung dari nasabah, terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan termasuk informasi dari nasabah tentang bank lain.
3. Petugas bank dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argumen yang kita miliki.
4. Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dengan nasabah.
5. Petugas bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah apabila pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.
6. Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan, dan menanggapi bank.

Dalam personal selling (sistem jemput bola) terjadi interaksi langsung, saling bertemu tatap muka secara langsung antara pembeli dengan penjual. Komunikasi yang dijalankan kedua belah pihak bersifat individual serta dua arah sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik atas

keinginan dan kesukaan pembeli. Penyampaian berita atau percakapan yang mereka lakukan sangat fleksibel karena dapat menyesuaikan dengan situasi yang ada. Kegiatan personal selling ini tidak hanya terjadi di tempat pembeli saja, tetapi juga dapat dilakukan di tempat penjual atau toko (Irawan, 1985).

2.3.3 Kelemahan Jemput bola

Pemasaran dengan cara ini akan menghabiskan banyak energi berkat kami dan peluang tingkat keberhasilannya yang rendah. Karena keberhasilan tergantung pada apakah calon pelanggan merasa perlu atau tidak. Jika pelanggan merasa bahwa produk kita sesuai dengan yang mereka inginkan, maka tingkat penjualan kita akan baik. Dalam sistem kolektif ini, posisi tawar kita menjadi kecil dan posisi tawar pelanggan menjadi besar karena kita seolah membutuhkan pelanggan.

Selain itu menurut Abdullah dalam bukunya Manajemen Bisnis Syariah tahun 2014 mengungkapkan 3 kelemahan sistem jemput bola diantaranya:

1. Adanya selisih data jumlah rekening yang dimiliki anggota di buku dengan data yang dimiliki teller di data komputer akibat kesalahan penghitungan jumlah atau kesalahan penulisan angka sehingga merubah data yang ada menjadikannya tidak balance dan menimbulkan kemungkinan adanya kerugian oleh salah satu pihak.

2. Kurangnya jumlah uang yang disetor oleh petugas marketing akibat tidak menghitung uang yang diberikan oleh anggota dikarenakan uang yang disetor merupakan uang koin yang jumlahnya cukup banyak sehingga menghabiskan waktu jika dihitung di tempat.
3. Lemahnya antisipasi terhadap adanya uang palsu yang beredar di masyarakat karena petugas marketing tidak dibekali dengan alat pengecek keaslian uang.

2.3.4 Proses Layanan Jemput bola

Adapun menurut Kasmir (2004: 98) dalam buku *etika customer service* mengatakan bahwa peran petugas dalam pelayanan jemput bola adalah sebagai berikut diantaranya:

1. Bertanggung jawab terhadap kelancaran dan layanan bank.
2. Melakukan investigasi terhadap keluhan masalah yang sesuai dengan standar penanganan keluhan.
3. Menjamin kelancaran dan pemahaman arus informasi yang tepat bagi nasabah, khususnya mengenai jenis produk dan jasa bank serta menampung semua keluhan nasabah.
4. Menjamin kelancaran dan keramahmatan pelayanan bank terhadap nasabah baik itu pembiayaan atau tabungan

Proses sistem jemput bola merupakan sistem yang lebih dikenal dengan sebutan *face to face selling* di mana salah satu aspek dalam jemput bola akan dibahas berikut ini secara lebih mendalam dan terarah. Ada beberapa teknik dalam melakukan proses jemput bola, yaitu:

1. Pendekatan

Proses jemput bola dimana petugas yang akan melakukan penjualan bertemu dan menyapa nasabah untuk memulai suatu awal yang baik. Ini merupakan suatu hal yang sangat penting untuk memberikan kesan pertama yang baik kepada calon nasabah jika calon nasabah merasa berkesan maka nantinya akan ada pertemuan kedua-ketiga dan seterusnya.

2. Presentasi

Proses jemput bola dimana petugas menceritakan atau mendeskripsikan riwayat produk atau keunggulan produk kepada nasabah, menunjukkan bagaimana produk akan memberikan keuntungan kepada nasabah dengan menghemat uang yang akan dikeluarkan oleh nasabah. Petugas menggambarkan fitur-fitur yang terdapat dalam produk kepada pelanggan. Menggunakan pendekatan kepuasan kebutuhan, petugas mulai melakukan pencarian berupa kebutuhan yang dibutuhkan pelanggan disini petugas akan banyak melakukan pembicaraan. Untuk itu petugas harus mempunyai kemampuan mendengarkan

dan memecahkan masalah dengan baik.

3. Mengatasi keberatan

Proses jemput bola dimana petugas menyelidiki, mengklarifikasi dan mengatasi keberatan nasabah. Selama presentasi, pelanggan pasti memiliki keluhan berupa keberatan terhadap apa yang disampaikan petugas. Demikian juga sewaktu mereka diminta menuliskan pesanan. Masalahnya bisa logis, bisa juga psikologis, dan keberatan yang tidak diucapkan oleh nasabah kepada petugas. Dalam mengatasi keberatan, petugas harus menggunakan pendekatan positif, menggali keberatan yang tersembunyi yang tidak diungkapkan oleh nasabah, meminta nasabah untuk menjelaskan keberatan, dan menggunakan keberatan sebagai peluang untuk memberikan informasi lebih banyak. Setiap petugas membutuhkan pelatihan dalam hal-hal keterampilan mengatasi keberatan dan merubah keberatan menjadi salah satu alasan untuk membeli produk tersebut.

4. Menutup penjualan

Proses jemput bola di mana petugas menanyakan keputusan nasabah mengenai produk apa yang hendak dipesan oleh nasabah. Setelah mengatasi keberatan prospek, sekarang petugas dapat mencoba menutup penjualan. Petugas harus mengetahui tanda-tanda penutupan dari nasabah termasuk gerakan fisik,

komentar, dan pertanyaan (Hafnizar, 2019).

2.3.5 Fungsi Layanan Jemput Bola

Menurut Kasmir dalam bukunya pemasaran bank (2004) mengatakan bahwa fungsi pelayanan jemput bola dalam sebuah perbankan adalah sebagai berikut:

1. Sebagai Resepsionis

Maksudnya petugas sebagai penerima tamu atau orang yang menyambut kedatangan nasabah ke bank dengan memberikan segala hal yang dibutuhkan nasabah dengan ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik dan menyenangkan.

2. Sebagai Deksman

Maksudnya petugas yang melayani nasabah dengan berbagai macam kebutuhan yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Petugas juga memberikan segala informasi mengenai produk-produk di bank, menjelaskan manfaat, keuntungan dan ciri-ciri produk bank. Selain itu juga petugas menjawab semua pertanyaan nasabah yang berkaitan dengan produk bank serta membantu nasabah dalam mengisi formulir aplikasi.

3. Sebagai Salesman

Maksudnya petugas dalam memberikan layanannya juga menjual produk perbankan sekaligus mengadakan pendekatan dan mencari

calon nasabah baru serta dengan pelayanannya diharapkan dapat mempertahankan nasabah lama agar tidak pindah ke bank lainnya.

4. Sebagai Penjembatan Antara Nasabah dan Bank

Maksudnya petugas diharuskan memiliki hubungan yang baik dengan nasabah karena petugas yang menjadi penghubung antara bank dengan nasabah.

5. Sebagai Communicator

Maksudnya petugas sebagai orang yang bertugas untuk menghubungi nasabah dan memberikan informasi yang berhubungan dengan bank dan nasabah.

2.4 Penelitian Terkait

Penelitian ini didasarkan pada penelitian – penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa orang terdahulu. Maka saya disini berperan sebagai seorang peneliti ingin menambahkan dan mengembangkan penelitian yang telah mereka lakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Triandini (2013) dengan judul “Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap Dpk dan Jumlah Nasabah: Studi pada BPRS Artha Karimah Irsyadi”. Penelitian ini dilakukan menggunakan teknik analisis regresi dummy variabel yang dimana teknik ini mengubah variabel yang bersifat kualitatif untuk dapat dikuantitatifkan. Penelitian ini

bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan jemput bola produk funding terhadap DPK serta jumlah nasabah. Perbedaan penelitian Triandini (2013) dengan penelitian ini menggunakan dua variabel dependen yaitu DPK dan Jumlah nasabah serta tempat penelitian yang berbeda pula. Sedangkan persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama-sama menggunakan variabel independent layanan jemput bola.

Penelitian yang dilakukan oleh Saadah (2016) dengan judul “Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah pada BMT Muda (Mandiri Ukhuwah Persada) Kedinding Lor Surabaya”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menjawab pertanyaan tentang bagaimana implementasi sistem layanan jemput bola dan bagaimana motivasi menabung nasabah dengan adanya sistem layanan jemput bola. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti adalah penelitian sebelumnya menggunakan variabel dependen yaitu motivasi sedangkan penelitian ini variabel dependennya adalah minat. Perbedaan selanjutnya adalah dari lokasi penelitian yang diteliti pada penelitian sebelumnya penelitian dilakukan pada Muda kedinding surabaya sedangkan penelitian ini akan dilakukan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh. Persamaannya terletak pada variabel independennya yaitu jemput bola serta subjek yang sama yaitu nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Andini (2018) dengan judul “Pengaruh Biaya Administrasi, Bonus Lebaran, Dan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Si Fitri Pada Bmt Harapan Ummat Sidoarjo”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan serta menyelidiki adanya hubungan antara variabel-variabel biaya administrasi, bonus lebaran, dan layanan jemput bola terhadap minat nasabah dalam memilih produk Si Fitri pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti adalah pada penelitian ini menggunakan tiga variabel independent diantaranya biaya administrasi, bonus lebaran dan layanan jemput bola sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti menggunakan satu variabel independen yaitu layanan jemput bola. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah memiliki variabel independen yang sama yaitu layanan jemput bola serta menggunakan metode penelitian yang sama yaitu menggunakan metode kuantitatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2019) dengan judul “Strategi Layanan Sistem Jemput Bola dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota Pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto”. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan untuk tujuan mengetahui bagaimana strategi layanan sistem jemput bola dalam

meningkatkan motivasi menabung anggota pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti adalah terletak pada metode penelitian serta variabel dependen yaitu motivasi menabung sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah minat menabung. Perbedaan lainnya adalah terletak pada lokasi penelitian yaitu penelitian terdahulu dilakukan pada ksu bmt dana mentari muhammadiyah kc karanglewas purwokerto sedangkan penelitian ini dilakukan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah cabang Darussalam Banda Aceh. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama memiliki variabel independen yang serupa yaitu layanan jemput bola.

Penelitian yang dilakukan oleh Umam dan Rufaida (2019) dengan judul “Motivasi Menabung Nasabah Melalui Sistem Service Jemput Bola Di Bmt Nu”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana motivasi menabung nasabah pada dengan adanya sistem layanan jemput bola. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti adalah penelitian sebelumnya menggunakan variabel dependen yaitu motivasi sedangkan penelitian ini variabel dependennya adalah minat. Perbedaan selanjutnya adalah dari lokasi penelitian yang diteliti pada penelitian sebelumnya penelitian dilakukan pada BMT NU Camplong Jawa Timur sedangkan penelitian ini akan dilakukan pada PT. BPRS Hikmah

Wakilah Banda Aceh. Persamaannya terletak pada variabel independennya yaitu jemput bola serta subjek yang sama yaitu nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2019) dengan judul “Analisis Strategi Jemput Bola Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana efektifitas strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. BPRS Metro Madani. Perbedaan penelitian Pratama (2019) dengan penelitian ini terletak pada jenis penelitian dan variabel meningkatkan jumlah nasabah serta tempat penelitian yang berbeda. Sedangkan persamaannya terletak pada subjek dan objek penelitian yang sama yaitu layanan jemput bola.

Penelitian yang dilakukan oleh Hafnizar (2019) dengan judul “Analisis Pelayanan Jemput Bola Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Hikmah Wakilah Banda Aceh”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem layanan jemput bola yang diterapkan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh dan untuk mengetahui layanan jemput bola terhadap peningkatan jumlah nasabah. Perbedaan penelitian Hafnizar (2019) dengan penelitian ini adalah terletak pada jenis penelitian dan variabel peningkatan jumlah nasabah.

Sedangkan persamaannya terletak pada subjek dan objek penelitian yang sama yaitu layanan jemput bola dan tempat penelitian yang sama yaitu di PT. BPRS Hikmah Wakilah.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Hafnizar (2019)	Analisis Pelayanan Jemput Bola Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Hikmah Wakilah Banda Aceh	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan jemput bola yang diterapkan dilakukan dengan mendatangi nasabah di rumah atau toko dilakukan setiap hari pada jam kerja. Selain itu, untuk mengetahui layanan jemput bola berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah dilihat dari 5 (lima) indikator seperti (keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian, kemampuan fisik) dan hasilnya menunjukkan

No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				bahwa layanan jemput bola berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.
2	Pratama (2019)	Analisis Strategi Jemput Bola Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo	Kualitatif	Hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa strategi jemput bola yang digunakan PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dalam memasarkan produk tabungan haji guna meningkatkan jumlah nasabah bisa dikatakan tidak efektif. Hal ini dapat dilihat dari 4 aspek yaitu aspek tugas dan fungsi, aspek rencana dan program, aspek ketentuan dan peraturan, serta aspek tujuan dan kondisi ideal.
3	Umam dan Rufaida (2019)	Motivasi Menabung Nasabah Melalui Sistem Service Jemput	Kualitatif	Hasil penelitiannya Motivasi nasabah menabung di BMT NU

No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Bola di BMT NU		Camplong yaitu diantaranya kemudahan mendaftar, kemudahan menabung, kemudahan penarikan atau pengembalian.
4	Azizah (2019)	Strategi Layanan Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota Pada Ksu Bmt Dana Mentari Muhammadiyah Kc Karanglewas Purwokerto.	Pendekatan deskriptif kualitatif	Strategi layanan sistem jemput bola yang dilakukan oleh marketing dalam meningkatkan motivasi menabung anggota pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah KC Karanglewas Purwokerto dapat dikatakan baik karena marketing selalu memberikan strategi layanan dengan semaksimal mungkin, dan juga dari hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa anggota menabung mengenai pelayanan yang

No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>dilakukan oleh semua karyawan KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan sangat memuaskan termasuk anggota menabung yang menggunakan layanan sistem jemput bola karena dengan adanya layanan tersebut bisa menabung tanpa harus ke kantor BMT.</p>
5	Andini (2018)	Pengaruh Biaya Administrasi, Bonus Lebaran, dan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Si Fitri pada Bmt Harapan Ummat Sidoarjo	Metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif	<p>hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa secara parsial, hasil uji variabel biaya administrasi secara signifikan terhadap peningkatan minat nasabah memiliki produk si fitri, sedangkan secara simultan layanan jemput bola</p>

No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				berpengaruh signifikan terhadap Variabel terikat minat nasabah. Hal ini didasarkan pada ketiga faktor ini yang saling mendukung untuk dapat menarik minat nasabah dalam memilih produk si fitri pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo.
6	Saadah (2016)	Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah pada BMT Muda (Mandiri Ukhuwah Persada Kedinding Lor Surabaya)	Kualitatif	Hasil penelitian menjelaskan bahwa sistem layanan jemput bola merupakan sistem tabungan yang efektif untuk pemasaran, sistem tabungan yang memudahkan nasabah, sistem yang simpel atau sederhana, sistem yang tidak memaksa nasabah untuk selalu menabung, sistem yang menguntungkan, sistem yang

No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>aman, dan sistem yang mendidik. Motivasi menabung nasabah setelah adanya sistem layanan jemput bola adalah mengacu pada kebutuhan manusia pada umumnya yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, dan kebutuhan cinta memiliki-dimiliki.</p>
7	Triandini (2013)	Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap DPK dan Jumlah Nasabah: Studi Pada PT. BPRS Artha Karimah Irsyadi	Teknik analisis regresi dummy variabel yang dimana teknik ini mengubah variabel yang bersifat kualitatif untuk dapat dikuantitatifkan	Peneliti mengungkapkan bahwa peneliti mengungkapkan bahwa secara parsial layanan jemput bola tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap DPK dan jumlah nasabah karena ruang lingkup PT. BPRS Artha Isyadi terbatas, yang artinya belum memiliki cabang maupun

No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				kantor kas. Dan juga metode promosi yang kurang efektif.

Sumber: Data diolah (2021)

2.5 Kerangka Berpikir

Menurut Fitriyani (2016) mendefinisikan bahwa kerangka berpikir adalah sebuah kerangka yang menjelaskan bagaimana suatu teori yang berhubungan, yang dapat dibangun berdasarkan teori, pustaka serta penelitian-penelitian terdahulu yang telah dideskripsikan serta dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga dapat menghasilkan hubungan satu variabel dengan variabel lainnya untuk diteliti.

Kerangka berpikir yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Data diolah (2021)

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Pada penelitian mengambil satu variabel independen dan satu variabel dependen untuk diteliti. Variabel independen yaitu variabel Layanan jemput bola. Sedangkan variabel dependen

adalah minat menabung pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam.

Layanan jemput bola sebagai variabel independen atau variabel bebas. Layanan jemput bola merupakan layanan tambahan bagi nasabah tabungan maupun deposito, dimana nasabah dipermudah untuk pembukaan tabungan/deposito serta penyetoran tabungan/deposito dengan ditemui langsung oleh marketing funding atau petugas lapangan bank sehingga membuat nasabah tidak repot-repot datang ke bank untuk melakukan transaksi tersebut (Triandini, 2013).

Minat menabung sebagai sebagai variabel dependen atau variabel terikat (Y). Minat adalah kecenderungan seseorang yang tetap memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang dan diperhatikan secara terus-menerus yang disertai dengan rasa senang (Slameto, 1987).

2.6 Pengembangan Hipotesis

Layanan jemput bola merupakan layanan tambahan bagi nasabah tabungan maupun deposito, dimana nasabah dipermudah untuk pembukaan tabungan/deposito serta penyetoran tabungan/deposito dengan ditemui langsung oleh marketing funding atau petugas lapangan bank sehingga membuat nasabah tidak repot-repot datang ke bank untuk melakukan transaksi tersebut (Triandini, 2013). Jemput bola merupakan strategi di mana kita sebagai penyedia jasa/penjual produk melakukan secara aktif

kegiatan pemasaran dengan menghubungi calon pelanggan kita satu demi satu, sistem layanan seperti ini masih merupakan andalan utama dalam melayani nasabah. Sistem ini dirasakan sangat mempermudah nasabah dan nasabah cenderung mau mengadopsi terus bank syariah dengan adanya kemudahan tersebut (Muhammad, 2002).

Beberapa penelitian terdahulu membuktikan kebenaran teori diatas seperti penelitian yang dilakukan Hafnizar (2019) yang menunjukkan bahwa layanan jemput bola berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah. Selain itu penelitian Triandini (2013) juga menunjukkan bahwa layanan jemput bola berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah dan DPK. Azizah (2019) juga menunjukkan hasil bahwa layanan sistem jemput bola berpengaruh terhadap minat menabung anggota.

Berdasarkan teori-teori yang ada maka dapat disimpulkan hipotesis pada penelitian ini adalah:

H_0 = Layanan jemput bola tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada PT. BPRS Hikmah Wakilah cabang banda aceh.

H_a = Layanan jemput bola berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada PT. BPRS Hikmah Wakilah cabang banda aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang dilakukan dengan menyebarkan survei. Metode penelitian kuantitatif deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel yang berlandaskan pada filsafat positif. Meskipun populasi penelitian berjumlah besar, tetapi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif jumlah yang besar bisa menjadi mudah dianalisis baik melalui statistik maupun computer (Bugin, 2013). Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif hal ini dikarenakan telah memenuhi dari kaidah-kaidah ilmiah diantaranya adalah konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional serta sistematis. Data dari penelitian ini akan berupa angka-angka dan akan dianalisis dengan menggunakan ilmu statistik. penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari satu populasi dan akan menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data primer (Sofian dan Tukiran, 2014).

Metode survei yang dilakukan akan berfokus pada pendekatan survei deskriptif. Soehartono (2000) mendefinisikan pendekatan survei deskriptif adalah penelitian yang akan memberikan gambaran yang terjadi di masyarakat, teknik

pengumpulan data yang dapat dilakukan pada metode survei deskriptif antara lain wawancara, angket dan observasi.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian merupakan merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Seperti menurut Sugiyono (2014) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Pendapat di atas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah nasabah PT. BPRS Hikmah Wakilah pengguna layanan jemput bola, berdasarkan data yang ada nasabah yang menggunakan layanan jemput bola tercatat saat ini pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam adalah sebanyak 213 nasabah tabungan (PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2021).

Sedangkan Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2011) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan nonprobability sampling dengan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel

berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja yang secara kebetulan bertemu atau berpapasan di suatu tempat dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu memiliki kriteria sebagai sumber data atau calon responden. Dalam menentukan ukuran sampel, peneliti akan menggunakan pendekatan Slovin yaitu :

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

Keterangan rumus Slovin :

- n : Ukuran sampel/jumlah responden
- N : Ukuran populasi
- e : Persentase kelonggaran, ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih ada ditolerir 10%

Dalam rumus Slovin ada dua (2) ketentuan yaitu : Nilai e = 10% (0,1) untuk populasi dalam jumlah yang besar sedangkan nilai e 20% (0,2) untuk populasi dalam jumlah kecil, jadi rentang sampel yang diambil dari teknik Slovin adalah 10%-20% dari populasi penelitian.

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 213 nasabah sehingga persentase kelonggarannya adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian dengan perhitungan ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{213}{1 + 213(10\%)^2}$$

$$n = \frac{213}{1 + 213(0,01)}$$

$$n = \frac{213}{1 + 2.13}$$

$$n = \frac{213}{3.13}$$

$n = 68.05$ (dibulatkan menjadi 68 responden)

3.3 Sumber Data Penelitian

Data adalah sesuatu yang dikumpulkan oleh peneliti berupa fakta empiris yang akan digunakan untuk bisa memecahkan sebuah masalah ataupun menjawab pertanyaan sebuah penelitian (Siyoto dan Sodik, 2015). Sumber dari penelitian ini berasal dari data primer.

Data primer adalah data yang menunjukkan pada informasi yang telah didapat oleh peneliti yang mempunyai kaitan erat dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber untuk data primer ini berasal dari responden individu, kelompok fokus, internet dan angket (Sekaran, 2011). Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan data primer, yang akan dikumpulkan menggunakan metode angket atau kuesioner.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2013) mendefinisikan bahwa teknik pengumpulan data adalah sebuah langkah-langkah yang dilakukan untuk memperoleh data serta keterangan-keterangan yang akan membantu untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan sebuah penelitian. Untuk mendukung penelitian ini diperlukan sejumlah data yang mampu memperkuat penelitian. Adapun cara yang digunakan untuk memperoleh informasi dalam penelitian ini, akan digunakan teknik sebagai berikut :

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan angket, peneliti akan mengambil angket dengan cara menyebarkan angket secara langsung kepada nasabah yang menggunakan layanan jemput bola, di dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan angket yang bersifat tertutup. Sugiyono (2014:142) mendefinisikan angket/kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien, dan kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat dikirim kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam

variabel penelitian, menurut Budiaji (2013) ada beberapa pengukuran skala yang dapat digunakan dalam penelitian, diantaranya adalah skala thurstone, guttman, dan likert. Skala thurstone digunakan untuk menduga preferensi individu dengan menggunakan nilai frekuensi responnya, skala guttman menggunakan kumulatif yaitu apabila individu menyetujui satu butir pertanyaan maka semua butir pertanyaan juga ikut menyetujuinya, dan skala likert menggunakan beberapa butir pertanyaan dan disediakan lima butir titik pilihan pada setiap butirnya. Dalam penelitian ini, teknik dalam pengukuran data menggunakan skala Likert.

Terdapat macam-macam skala pengukuran adalah skala nominal, skala interval, dan skala rasio. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala interval. Sugiyono (2013), skala likert digunakan untuk mengukur tingkat sikap, fenomena sosial, pendapat dan persepsi seseorang terhadap sesuatu. Dalam penelitian ini fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan. Skala likert ini disusun dikategorikan lima pertanyaan yang dirancang dalam bentuk angket dan diberi dengan nilai 1-5 (satu sampai lima), seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1
Skala pengukuran data

NO	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2014)

3.6 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:58) variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan lainnya atau suatu objek dengan objek lainnya. Artinya variabel penelitian merupakan sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

3.6.1 Variabel Independen

Setiap produk akan menimbulkan minat bagi penggunanya apabila produk tersebut dapat memberikan kemanfaatan dalam pemakaian yang memudahkan pengguna, selain itu pemakaian produk juga akan dipengaruhi oleh pengaruh sosial (Venkatesh *et al.*, 2003). Variabel independen pada penelitian ini adalah layanan jemput bola.

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah minat menabung pada PT. BPRS Hikmah Wakilah cabang Darussalam.

3.7 Operasional Variabel

Noor (2012) mengemukakan bahwa operasional variabel adalah sebuah metode yang berguna untuk mengukur suatu variabel dengan cara melihat pada indikator dan dimensi dari satu variabel tersebut. Pada operasional variabel peneliti menyusun berdasarkan indikator masing-masing faktor. Adapun indikator dan angket pada penelitian ini diadopsi dari penelitian terdahulu yaitu penelitian dari Zeithaml (1996) dan Muntianah (2012).

Sesuai dengan indikator-indikator yang terdapat dalam variabel maka pertanyaan yang dalam variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber
Independen					
1	Layanan Jemput Bola (X)	<ul style="list-style-type: none"> • Tangible (berwujud) • Keandalan (liability) • Responsiveness (daya tanggap) • Assurance (jaminan) 	1-5	Interval	zeithaml (1996)

		<ul style="list-style-type: none"> • Empathy/Perhatian 			
Dependen					
1	Minat Menabung (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Dorongan dalam individu • Motif sosial • Faktor emosional • Faktor kebutuhan • Kepuasan penggunaan • Penggunaan Seterusnya • Frekuensi penggunaan 	dari diri	1-5	Interval Muntianah (2012)

Sumber: Data diolah (2021)

3.8 Pengumpulan Data

Pengumpulan data-data akan dilakukan dengan memberikan angket kepada sampel berupa form-form pertanyaan secara langsung. Setiap pertanyaan dapat dijawab menggunakan angket yang telah dibagikan dan ditetapkan sebelumnya.

3.9 Teknik Pengumpulan Data

Setelah semua data telah terkumpul dengan lengkap maka tahap selanjutnya adalah pengolahan data. Langkah-langkah dari pengolahan data diantaranya :

3.9.1 Editing

Tahap editing adalah memeriksa daftar pertanyaan yang telah terkumpul dari lapangan. Jadi, setelah angket diisi serta

dikembalikan oleh responden, maka peneliti segera memeriksa dan meneliti satu persatu. Peneliti berusaha memeriksa ataupun meneliti sedetail mungkin terhadap angket yang telah disebarkan kepada sampel/responden. Hal ini bertujuan untuk menghindari dari kesalahan ataupun data penelitian.

3.9.2 Scoring

Setelah tahap editing selesai, maka tahap kedua adalah scoring. Yang dimaksud dengan scoring adalah memberikan skor ataupun nilai terhadap item-item pertanyaan yang terdapat pada angket. Setiap jawaban mempunyai nilai tersendiri untuk menghitung data.

3.9.3 Tabulating

Setelah tahap editing dan tahap scoring selesai maka tahap terakhir adalah tabulating. Yang dimaksud dengan tabulating adalah memasukkan data yang telah terkumpul pada tabel yang kemudian menghitungnya sesuai angka yang didapat. Setelah selesai persiapan data dilakukan, tahap selanjutnya adalah mengolah serta menganalisis data tersebut kedalam bentuk statistik.

3.10 Uji Instrumen

3.10.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Valid didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing

pertanyaan akan terklasifikasikan pada variabel-variabel yang telah ditetapkan. Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut maka data tersebut disebut valid (Ghozali, 2011).

Sugiyono (2013) mengungkapkan apabila koefisien antara item dengan total keseluruhan dari item memiliki nilai sama ataupun diatas nilai 0,3, maka item tersebut dinyatakan *valid*, akan tetapi apabila nilainya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*.

Setelah itu, akan dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila dihitung $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka data tersebut *valid* (signifikan) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Akan tetapi jika sebaliknya $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka data tersebut tidak *valid* (tidak signifikan) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Data yang *valid* berikutnya akan dilakukan uji reliabilitas.

3.10.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengumpulkan variabel penelitian reliabel atau tidak (Sugiyono, 2010). Sugiyono (2013) juga mengungkapkan bahwa reliabilitas adalah pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Jadi dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas adalah mengukur kestabilan alat ukur. Segala alat ukur

dikatakan reliabel apabila dapat memberikan hasil yang sama bila dipakai untuk mengukur ulang.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukuran koefisien dari Alpha. Uji reliabilitas yang dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka reliabel, dalam hal ini peneliti menggunakan rumus Cronbach Alpha untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen dari variabel sebuah penelitian. Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas, maka dilakukan dengan cara membandingkan antara alpha (α) dengan r tabel. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha yaitu $> 0,60$ (Ghozali, 2011).

3.11 Uji Asumsi Klasik

3.11.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas pada penelitian ini untuk mengukur kenormalan distribusi data artinya uji normalitas ini ialah untuk memastikan apakah sebuah dapat dikatakan normal atau tidak. Model regresi yang bisa dikatakan normal adalah model regresi yang memiliki nilai residual yang memiliki distribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual* atau *Skewness* dan *Kurtosis*.

Pada penelitian ini akan digunakan uji normalitas *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual*. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Ghozali menyatakan bahwa dasar dari pengambilan keputusan untuk uji normalitas dengan *probability Plot* adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi dapat dikatakan normal, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari data garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.11.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghozali (2005) bahwa jika varian data residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik *Scatter Plot*. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

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

3.12 Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linear sederhana adalah pengujian terhadap data yang mana terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan satu variabel dependen, dimana variabel tersebut bersifat kausal (berpengaruh). Formulasi model statistik linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX \quad (3.2)$$

Keterangan:

- Y: Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan (Variabel Dependen).
- X: Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu (Variabel Independen)
- a: Konstanta
- b: Angka arah koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan maupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila b (+) maka arah garis naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan arah garis.

3.13 Uji Hipotesis

3.13.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial t adalah pengujian untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel penjelas secara individual untuk menerangkan variasi keterkaitan variabel, dan juga membandingkan nilai statistik dengan titik kritis menurut table, apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibanding t tabel, kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Priadana dan Muis, 2009). Langkah-langkah pengujiannya diantaranya:

1. Perumusan Hipotesis

H_0 = Layanan jemput bola tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada PT. BPRS Hikmah Wakilah cabang Darussalam.

H_a = Layanan jemput bola berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada PT. BPRS Hikmah Wakilah cabang Darussalam.

2. Menentukan tingkat signifikan (α) sebesar 5% atau 0,05 yang berfungsi untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian diterima atau ditolak.

3. Menentukan Kriteria uji penerimaan maupun penolakan hipotesis:

Jika $-t$ hitung $<$ $-t$ tabel atau t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak. Berdasarkan signifikansi:

- a. Jika $P\text{-Value} > 0,05$ menerima H_0 dan menolak H_a

b. Jika $P\text{-Value} < 0,05$ menolak H_0 dan menerima H_a

4. Pengambilan keputusan

3.13.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kedua variabel yang diteliti yaitu variabel dependen dan independen, maka dihitung koefisien determinasi jika $R^2 = 100\%$ berarti variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen, demikian sebaliknya jika $R^2 = 0$ berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai R^2 yang semakin tinggi menjelaskan bahwa semakin cocok variabel independen menjelaskan variabel dependen. Semakin kecil nilai R^2 berarti semakin sedikit kemampuan variabel-variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan mengenai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 harus berkisar 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$)
- 2) Apabila $R^2 = 1$ berarti terjadi kecocokan sempurna dari variabel independen menjelaskan variabel dependen.
- 3) Apabila $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungan sama sekali antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Oleh karena dalam analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel independen, maka nilai yang diambil adalah nilai *Adjusted R-Square*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. BPRS Hikmah Wakilah

4.1.1 Sejarah Singkat PT. BPRS Hikmah Wakilah

PT. BPRS Hikmah Wakilah sejak berdiri didirikan pada tanggal 14 September 1994 dan dijalankan dengan konsep, prinsip dan tata cara syariah. Bank mendapat izin operasional sebagai BPR Syariah dari Menteri Keuangan RI sesuai keputusannya dengan nomor KEP-199/KM.17/95. PT. BPRS Hikmah Wakilah sejak berdiri berfokus dalam melayani usaha mikro dan kecil (UMK) yang menginginkan proses mudah, pelayanan cepat dan persyaratan ringan.

Pengoperasian pertama kali PT. BPRS Hikmah Wakilah dilakukan pada tahun 1995 yang pada saat itu bertempat di Jl. Krueng Raya Desa Baet, Kec. Baitussalam Kabupaten Aceh Besar. Selang beberapa tahun tepatnya pada tahun 2001 PT. BPRS Hikmah Wakilah memindahkan pusat pengoperasiannya di Jl. T. Nyak Arief No. 159E, Jeulingke Banda Aceh. Pada akhirnya PT. BPRS Hikmah Wakilah berpindah ke Jl. Sri Ratu Syafiatuddin No.11-13, Peunayong, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh sampai saat ini terus beroperasi yang merupakan kawasan pusat perdagangan di Banda Aceh. Dengan wajah manajemen baru dan langkah pasti PT. BPRS Hikmah Wakilah menunjukkan perubahan dan perkembangan kinerja yang semakin baik dan sehat.

PT. BPRS Hikmah Wakilah terus meningkat dan berkembang terbuktikan dengan lahirnya beberapa Kantor Cabang dan Kantor Kas yang saat ini sudah di buka oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah di sekitaran Banda Aceh dan Aceh Besar yang berlokasi diantaranya:

1. Kantor Cabang Lambaro yang beralamat di Jl. Soekarno - Hatta, Lambaro, Kec. Ingin Jaya, Kabupaten Aceh Besar.
2. Kantor Cabang Ulee Kareng yang beralamat di Komplek Pertokoan Abulyatama, Lamglumpang, Kec. Ulee Kareng, Kota Banda Aceh.
3. Kantor kas Keutapang yang beralamat di Jl. Mata-Ie No. 55 Keutapang Dua, Aceh Besar.
4. Kantor kas Darussalam, Jl. T. Nyak Arief No. 10 Dusun Rukoh, Darussalam Banda Aceh.

4.1.2 Visi dan Misi PT. BPRS Hikmah Wakilah

Adapun visi dan misi PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah sebagai berikut (Brosur PT. BPRS Hikmah Wakilah):

a. Visi

Visi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Visi PT. BPRS Hikmah Wakilah diantaranya:

1. Menjadikan PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai BPRS yang terbaik di Provinsi Aceh. Visi pertama ini dikarenakan PT. BPRS Hikmah Wakilah ingin menjadi lembaga keuangan terbaik diantara lembaga keuangan lainnya khususnya di provinsi Aceh.
2. Menjadikan PT. BPRS yang bisa melayani masyarakat ekonomi kecil atau rendah di Provinsi Aceh. PT. BPRS Hikmah Wakilah memiliki tujuan untuk membantu masyarakat bukan hanya masyarakat perkotaan saja namun masyarakat yang berada di daerah pedesaan atau daerah terpencil juga bisa merasakan manfaat hadirnya PT. BPRS Hikmah Wakilah.

b. Misi

Misi merupakan penetapan sasaran atau tujuan perusahaan dalam jangka pendek (biasanya 1 sampai 3 tahun) khususnya untuk mencapai visi yang telah ditetapkan. Berikut merupakan misi PT. BPRS Hikmah Wakilah:

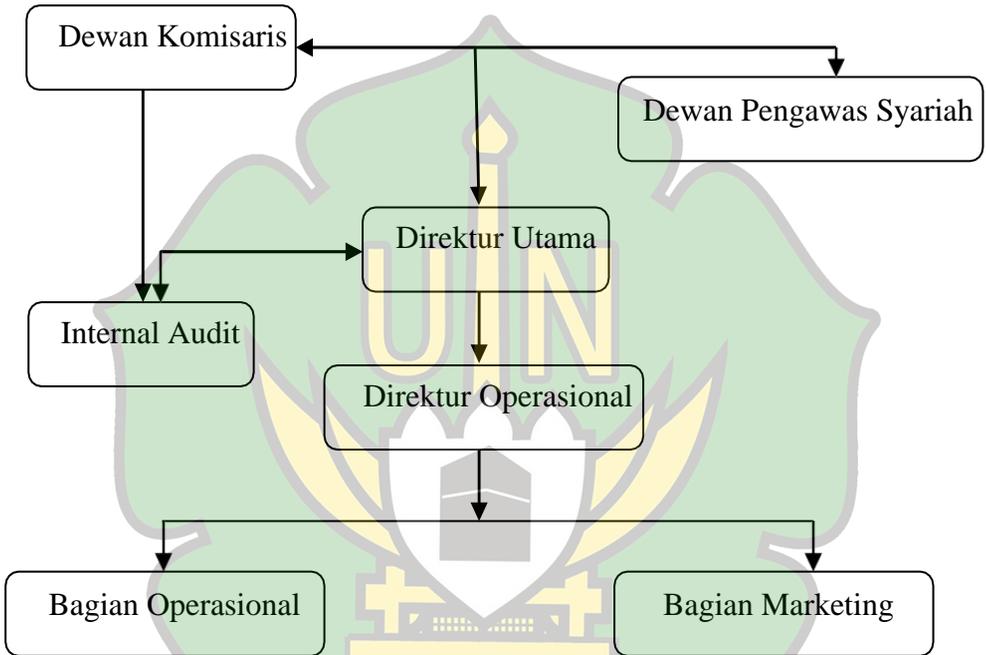
1. Menjalankan prinsip syariah secara konsisten sebagai konsekuensi sebuah keputusan yang artinya PT. BPRS Hikmah Wakilah memiliki prinsip untuk menjalankan segala bentuk prinsip syariah secara tetap, teguh serta tidak menyimpang dari apa yang telah diputuskan.

2. Fokus untuk usaha kecil atau mikro, artinya PT. BPRS Hikmah Wakilah lebih memfokuskan diri untuk membantu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang tentunya hal ini berbeda dengan bank umum yang melayani seluruh transaksi keuangan.
3. Menjadikan pasar-pasar tradisional sebagai captive market PT. BPRS Hikmah Wakilah, artinya disini dengan menjadikan pasar-pasar tradisional sebagai captive market maka PT. BPRS Hikmah Wakilah dapat menyeimbangkan kedudukannya dengan bank-bank syariah yang lain.
4. Membuka jaringan pemasaran/ kantor kas/ cabang pembantu di Provinsi Aceh yang memiliki potensi ekonomi baik, artinya PT. BPRS Hikmah Wakilah di sini ingin membuka jaringan pemasaran yang luas di seluruh aceh.

4.1.3 Struktur Organisasi PT. BPRS Hikmah Wakilah

Struktur organisasi merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah organisasi, di mana struktur tersebut akan menjelaskan setiap tugas atau pekerjaan secara formal yang nantinya dibagi, dikelompokkan dan dikoordinasikan. Sesuai ketentuan pasal 19 SK. DIR. BI. 32/36/1999 struktur organisasi PT. BPRS Hikmah Wakilah terdiri dari Dewan Komisaris dan Direksi beserta kepengurusan. PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh juga

mempunyai DPS (Dewan Pengawas Syariah) yang tentunya berfungsi mengawasi kegiatan PT. BPRS tetap berada di jalan syariah. Berikut ini dapat dilihat susunan dari struktur organisasi PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai berikut:



Sumber: PT. BPRS Hikmah Wakilah N I R Y

**Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi
PT. BPRS Hikmah Wakilah**

4.2 Kegiatan Usaha PT. BPRS Hikmah Wakilah

PT. BPRS Hikmah Wakilah merupakan perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT), layaknya lembaga keuangan syariah lainnya PT. BPRS Hikmah Wakilah melaksanakan

kegiatannya yaitu penghimpunan dana dan menyalurkan dana. Kegiatan usaha PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah sebagai berikut:

4.2.1 Menghimpun Dana

Adapun produk-produk penghimpun dana yang terdapat di PT. BPRS Hikmah Wakilah diantaranya yaitu:

- a. Tabungan Hikmah Wakilah merupakan tabungan yang bersifat wadiah murni artinya tabungan ini adalah tabungan komersil yang bisa digunakan semua lapisan atau golongan masyarakat. Penarikan maupun setorannya dapat dilakukan setiap hari pada jam kerja dan tidak dikenakan biaya administrasi bulanan jadi dapat dikatakan tabungan ini sangat cocok pula untuk golongan masyarakat yang memiliki usaha.
- b. Tabungan Pendidikan merupakan tabungan investasi bagi para pelajar baik siswa/I maupun mahasiswa/I yang digunakan untuk membantu jenjang pendidikan seperti masuk ke sekolah lanjutan, di mana perkembangan dan biaya masuk sekolah semakin mahal untuk kedepannya.
- c. Tabungan Ku merupakan sebuah program yang digarap pemerintah dalam upaya untuk menumbuh kembangkan kegemaran serta budaya menabung pada masyarakat. Tabungan ini difokuskan untuk investasi karena nantinya masyarakat yang menggunakan

tabungan ini untuk menyimpan dananya akan mendapatkan bagi hasil yang lumayan.

- d. Deposito merupakan salah satu produk penghimpunan dana pada PT. BPRS Hikmah Wakilah ini. Deposito pada PT. BPRS Hikmah Wakilah ini diberi nama Deposito Mudharabah yaitu dengan jangka waktu 1,3,6 dan 12 bulan.

4.2.2 Menyalurkan Dana

Adapun produk-produk penyaluran dana yang terdapat di PT. BPRS Hikmah Wakilah diantaranya yaitu:

- a. Pembiayaan mudharabah, secara teknik akad ini merupakan akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak kedua menjadi pengelola modal tersebut (Antonio, 2001).
- b. Pembiayaan murabahah merupakan transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang kemudian ditambah dengan margin yang disepakati oleh kedua belah pihak, artinya penjual harus memberi tahu harga produk yang akan dia dibeli dan menentukan tingkat keuntungan sebagai tambahannya (Antonio, 2001).
- c. Pembiayaan musyarakah merupakan akad kerja sama beberapa pihak baik dua maupun lebih dimana setiap pihak memberikan kontribusi dana dimana keuntungan

dan kerugian akan ditanggung secara bersama-sama sesuai dengan porsi modal yang diinvestasikan (Antonio, 2001).

- d. Pembiayaan ijarah merupakan akad pemindahan hak guna atas suatu barang maupun jasa, melalui transaksi upah sewa dan tentunya tidak diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang atau jasa tersebut (Antonio, 2001).

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Karakteristik Responden

Pada karakteristik responden, peneliti akan membahas karakteristik tersebut berdasarkan jenis kelamin dan usia. Adapun semua data ini diambil dari masing-masing responden yang telah memberikan datanya serta telah menjawab seluruh pertanyaan dari kuesoner yang telah diberikan oleh peneliti. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja yang secara kebetulan bertemu atau berpapasan di suatu tempat dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu memiliki kriteria sebagai sumber data atau calon responden (Sugiyono, 2011). Berdasarkan rumus slovin nasabah tabungan yang menggunakan layanan jemput bola pada PT. BPRS Hikmah Wakilah cabang Darussalam sebagai responden sebanyak 68 responden dari total 213 populasi.

4.3.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin

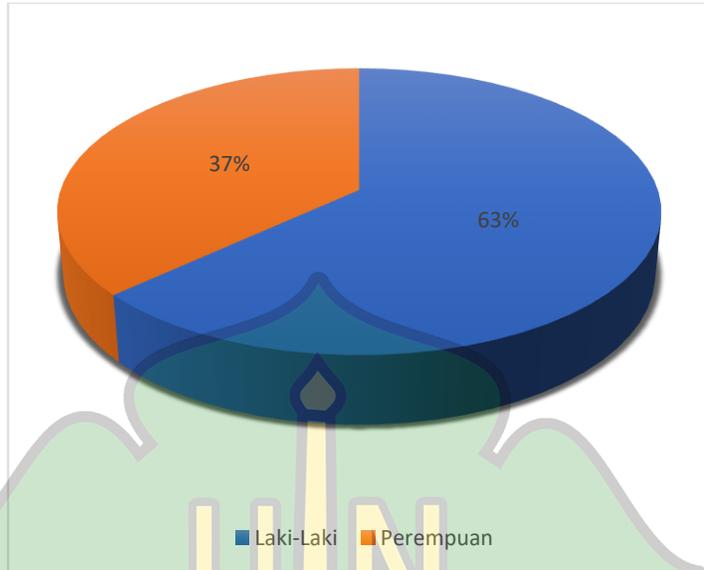
Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan yang menggunakan layanan jempot bola pada PT. BPRS Hikmah Wakilah cabang Darussalam. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	43
2	Perempuan	25
	Total	68

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih dominan yaitu berjumlah 43 orang sedangkan responden perempuan berjumlah 25 orang. Adapun jumlah persentase responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 4.2



Sumber: Data diolah (2021)

Gambar 4.2
Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari gambar diagram diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden laki-laki sebesar 63% dan jumlah responden perempuan sebesar 37%, dengan begitu berdasarkan jenis kelamin nasabah tabungan yang menggunakan layanan jemput bola pada PT. BPRS Hikmah Wakilah cabang Darussalam lebih di dominasi oleh laki-laki. Hal ini diduga karena kuesoner disebar menggunakan teknik *accidental sampling* dalam praktiknya sehingga tidak memberi peluang merata 50% setiap jenis kelamin dan dengan ini diketahui bahwa penggunaan Layanan Jemput Bola lebih didominasi oleh laki-laki.

4.3.1.2 Responden Menurut Usia

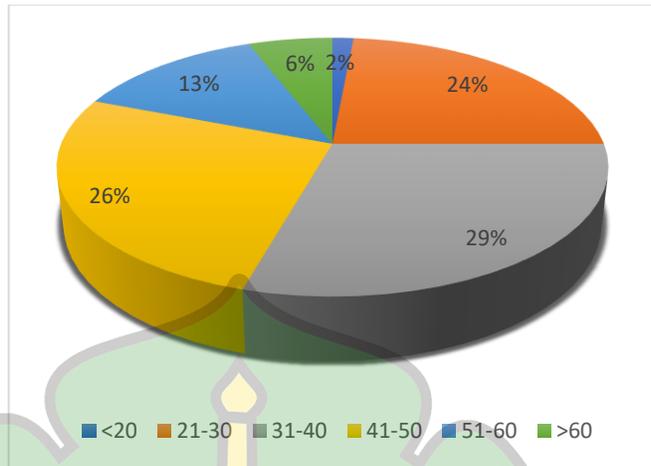
Adapun Karakteristik responden jika dilihat dari segi usia adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	<20	1
2	21-30	16
3	31-40	20
4	41-50	18
5	51-60	9
6	>61	4
	Total	68

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden dengan usia 31- 40 menduduki peringkat pertama dengan 20 responden, selanjutnya diisi oleh reponden yang berusia rentang 41-50 dengan jumlah 18 orang, kemudian disusul oleh responden dengan rentang usia 21-30 dengan jumlah 16 orang, kemudian disusul oleh responden dengan rentang usia 51-60 dengan jumlah 9 orang, lalu disusul oleh responden dengan rentang usia >61 dengan jumlah 4 orang dan yang terakhir dengan responden yang paling sedikit yaitu dengan rentang usia <20 sebanyak 1 orang. Adapun persentase responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar 4.3.



Sumber: Data diolah (2021)

Gambar 4.3

Diagram Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan grafik diatas, terlihat bahwa jumlah dengan rentang usia 31-40 memiliki persentase paling tinggi yaitu 29%, diteruskan persentase dengan rentang usia 41-50 yaitu sebesar 26% selanjutnya rentang usia 21-30 dengan persentase 24%, lalu persentase dengan rentang usia 51-60 dengan persentase 13% lalu diikuti rentang usia >61 dengan persentase 6% dan persentase dengan rentang usia <20 memiliki persentase yang paling sedikit yaitu 2%. Dari data diatas menunjukkan bahwa rentang usia 31-40 merupakan nasabah tabungan yang menggunakan layanan jemput bola pada PT. BPRS Hikmah Wakilah cabang Darussalam, hal ini disebabkan oleh usia tersebut adalah usia bekerja baik di instansi maupun usaha dirinya sendiri

4.3.2 Deskripsi Variabel

Pada penelitian ini melihat statistik deskriptif untuk menggambarkan suatu data secara statistik. Statistik deskriptif merujuk pada nilai rata-rata, simpangan baku (*standar deviation*), nilai minimal dan maksimal dari semua variabel penelitian ini yaitu layanan jemput bola (X), sebagaimana tertera daam tabel berikut:

Tabel 4.3
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Layanan Jemput Bola (X)	68	29	44	38,60	3,342
Minat Menabung (Y)	68	32	45	40,44	3,687

Sumber: Data diolah di SPSS (2021)

Pada tabel di atas menjelaskan tentang statistik deskriptif pada setiap variabel yang terlibat dalam penelitian ini:

1. Pada variabel layanan jemput bola dapat diketahui bahwa nilai minimumnya sebesar 29, nilai maksimumnya 44, nilai rata-ratanya sebesar 38,60 dan nilai standar deviasi sebesar 3,342. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi, dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki cerminan terhadap penyimpangan yang

sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebarkan bias.

2. Pada variabel minat menabung dapat diketahui bahwa nilai minimumnya sebesar 32, nilai maksimumnya 45, nilai rata-ratanya sebesar 40,44 dan nilai standar deviasi sebesar 3,687. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi, dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki cerminan terhadap penyimpangan yang sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebarkan bias.

4.3.3 Uji Instrumen

4.3.3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji melihat valid atau tidaknya kuesoner yang telah kita lampirkan. Pada uji validitas memperlihatkan antara r hitung atau pearson correlation dengan r tabel. Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} berdasarkan signifikan 0,050 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan $df = n-2 = 68-2 = 66$ (n adalah jumlah data), sehingga r_{tabel} yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 0,201 dan pernyataan dalam kuesoner dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Adapun uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah.

4.3.3.1.1 Layanan Jemput Bola (X)

Hasil dari pengujian validitas untuk setiap butir pertanyaan terhadap 68 responden pada layanan jemput bola (X) dalam penelitian ini dapat dilihat di tabel 4.4.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel Layanan Jemput Bola	r hitung	r tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,535	0,201	Valid
Pernyataan 2	0,690		Valid
Pernyataan 3	0,592		Valid
Pernyataan 4	0,574		Valid
Pernyataan 5	0,691		Valid
Pernyataan 6	0,610		Valid
Pernyataan 7	0,511		Valid
Pernyataan 8	0,633		Valid
Pernyataan 9	0,535		Valid

Sumber: Data diolah di SPSS (2021)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pertanyaan dalam instrumen variabel tersebut terdapat nilai yang dinyatakan valid. Hal ini diketahui bahwa perbandingan setiap nilai r hitung dengan r tabel, dan hasilnya memperlihatkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga mendapatkan nilai yang valid.

4.3.3.1.2 Minat Menabung Y

Hasil dari pengujian validitas untuk setiap butir pertanyaan terhadap 68 responden pada minat menabung dalam penelitian ini dapat dilihat di tabel 4.5.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel Minat Menabung	r hitung	r tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,721	0,201	Valid
Pernyataan 2	0,681		Valid
Pernyataan 3	0,687		Valid
Pernyataan 4	0,636		Valid
Pernyataan 5	0,732		Valid
Pernyataan 6	0,579		Valid
Pernyataan 7	0,638		Valid
Pernyataan 8	0,757		Valid
Pernyataan 9	0,574		Valid

Sumber: Data diolah di SPSS (2021)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pertanyaan dalam instrumen variabel tersebut terdapat nilai yang dinyatakan valid. Hal ini diketahui bahwa perbandingan setiap nilai r hitung dengan r tabel, dan hasilnya memperlihatkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga mendapatkan nilai yang valid.

4.3.3.2 Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu indikator konsisten atau sejauh mana indeks tersebut dapat dijadikan alat ukur yang terpercaya atau diandalkan. Suatu variabel dikatakan handal atau reliabel apabila *coeffecient cronbach's alpha* $> 0,60$. Adapun uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha
X	0,60	0,773
y		0,836

Sumber: Data diolah di SPSS (2021)

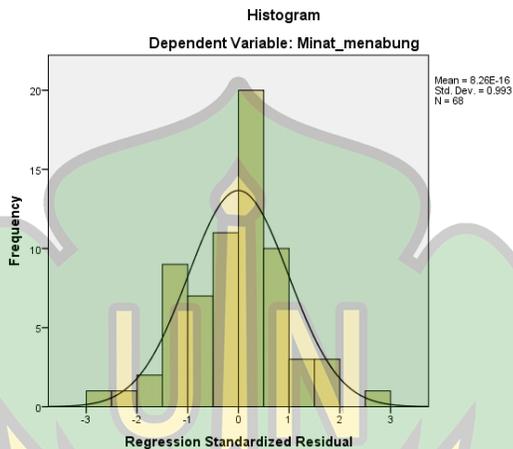
Pada tabel diatas memperlihatkan bahwa nilai *cronbach alpha* variabel Layanan Jemput Bola (X) yaitu sebesar 0,690 dan variabel Minat Menabung (Y) sebesar 0,764. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel $> 0,60$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa instrumen pertanyaan yang digunakan sebagai indikator pada seluruh variabel merupakan alat ukur yang reliabel atau konsisten.

4.3.4 Uji Asumsi Klasik

4.3.4.1 Uji Normalitas

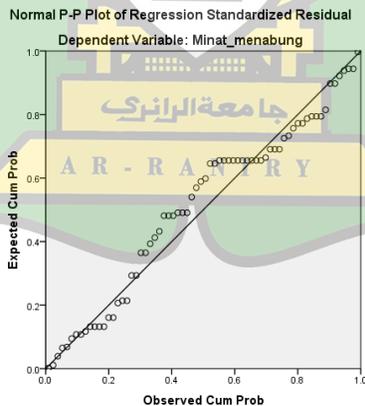
Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah sampel berdistribusi normal atau tidak. pengujian normalitas data dalam penelitian ini hanya akan bisa dilihat melalui grafik yang dihasilkan

melalui perhitungan regresi dengan perangkat lunak SPSS. Pengujian dengan grafik, berikut pola grafik hasil pengolahan SPSS dapat dilihat pada gambar 4.4 dan gambar 4.5.



Gambar 4.4 Uji Normalitas Melalui Histogram

Sumber: Data diolah di SPSS (2021)



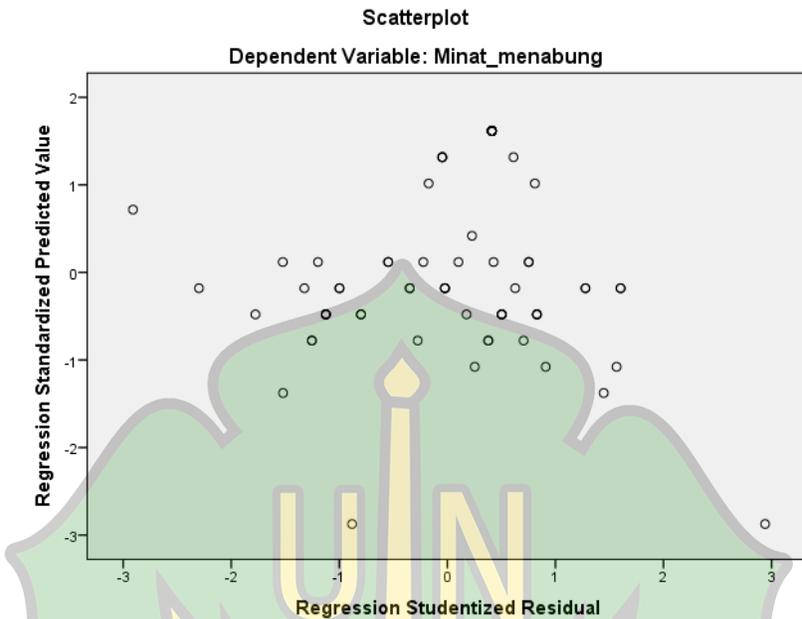
Sumber: Data diolah di SPSS (2021)

Gambar 4.5 Uji Normalitas Melalui Histogram

Melihat model regresi pada penelitian ini sudah memenuhi normalitas, hal ini dapat dilihat dari histogram yang tidak condong ke kiri maupun ke kanan dan normalnya P-plot yang signifikan titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh layanan jemput bola terhadap minat menabung.

4.3.4.2 Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *standarlized delete residual* nilai tersebut. Sehingga model juga terbebas dari heteroskedasitas. Sehingga model juga terbebas dari heteroskedasitas hal ini dapat dilihat pada scatterplot yang titik-titik di grafiknya tersebar dan titik mengumpul membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.6 sebagai berikut.



Sumber: Data diolah di SPSS (2021)

Gambar 4.6
Scatterplot

Terlihat pada grafik *scatterplot* diatas bahwa titik menyebar secara acak di bawah angka 0 sumbu Y. hal ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas model regresi pada penelitian ini. Maka data yang digunakan memenuhi syarat untuk dilakukan regresi sederhana.

4.3.5 Uji Regresi Sederhana

Uji regresi linear sederhana adalah pengujian terhadap data yang mana terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan satu variabel dependen, dimana variabel tersebut bersifat kausal (berpengaruh). Sederhananya regresi sederhana digunakan untuk

mengukur besarnya pengaruh satu variabel independen (X) terhadap variabel terikat (Y). Maka dapat dilihat komponen regresi sederhana pada tabel 4.7.

Tabel 4.7
Uji Regresi Sederhana

Model	Unstandardized coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	16.715	4.390
Layanan jemput bola	0,615	0.113

Sumber: Data diolah di SPSS (2021)

Jika dilihat dalam rumus persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = a + bX \quad (4.1)$$

$$Y = 16.715 + 0,615X$$

Maka dapat dijelaskan tabel diatas di atas, maka dapat ditentukan nilai konstanta sebesar 16.715 yang mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel minat menabung adalah sebesar 16.715. Kemudian pada koefisien regresi X sebesar 0,615 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai layanan jemput bola, maka nilai minat menabung bertambah sebesar 0,615. Jadi koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dinyatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

4.3.6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat pengaruh secara parsial dari tiap-tiap variabel bebas. Pengujian secara parsial masing-masing variabel bebas dimaksudkan untuk mengetahui

apakah individual variabel layanan jemput bola mempunyai pengaruh terhadap minat menabung pada PT. BPRS Hikmah Wakilah cabang Darussalam.

Dalam melakukan uji parsial digunakan dengan uji t dengan ketentuan apabila hasil t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} maka keputusan yang diambil adalah H_0 yang ditolak dan H_a diterima, dan sebaliknya.

4.3.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan uji t (uji parsial) melalui analisis regresi, diperoleh hasil variabel bebas yaitu layanan jemput bola (X) terhadap variabel minat menabung (X). Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} berdasarkan signifikan 0,050 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 68 - 1 - 1 = 66$ (n adalah jumlah data dan k adalah variabel independen), sehingga t_{tabel} yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 1,668. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima sedangkan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Secara parsial dapat dijelaskan pada tabel 4.8.

Tabel 4.8
Uji t Parsial

Uji t Parsial	t_{tabel} 0,050	Nilai Probabilitas	Nilai t
Layanan jemput bola	1,668	0	5.424

Sumber: Data diolah di SPSS (2021)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel} = H_a$ ditolak dan H_0 diterima, yaitu variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel} = H_a$ diterima dan H_0 ditolak, yaitu variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 23 dapat diketahui bahwa hasil dari uji t untuk variabel layanan jemput bola (X) diperoleh t_{hitung} sebesar 5,424 dengan nilai probabilitas sebesar 0. Nilai probabilitas $0 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,668. Dengan demikian, $t_{hitung} (5,424) > t_{tabel} (1,668)$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara layanan jemput bola terhadap minat menabung pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam.

Dari hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yaitu variabel layanan jemput bola berpengaruh terhadap minat menabung pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam.

4.3.6.2 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merujuk kepada kemampuan dari variabel independen (X) dalam menerangkan variabel dependen (Y). Nilai R koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Komponen-komponen yang terkait dengan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9
Uji Determinasi
Nilai R Square

0,308

Sumber: Data diolah di SPSS (2021)

Dari tabel diatas nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,308. Hal ini menunjukkan bahwa 30,8% variabel layanan jemput bola mampu menjelaskan variabel minat menabung pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam, sedangkan sisanya 69,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4.4 Hasil Penelitian

4.4.1 Hasil Pengaruh Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Menabung Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam

Dari hasil pengujian yang dilakukan diatas, dapat diketahui atas perhitungan uji regresi linier sederhana memperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 16.715 + 0,615X$$

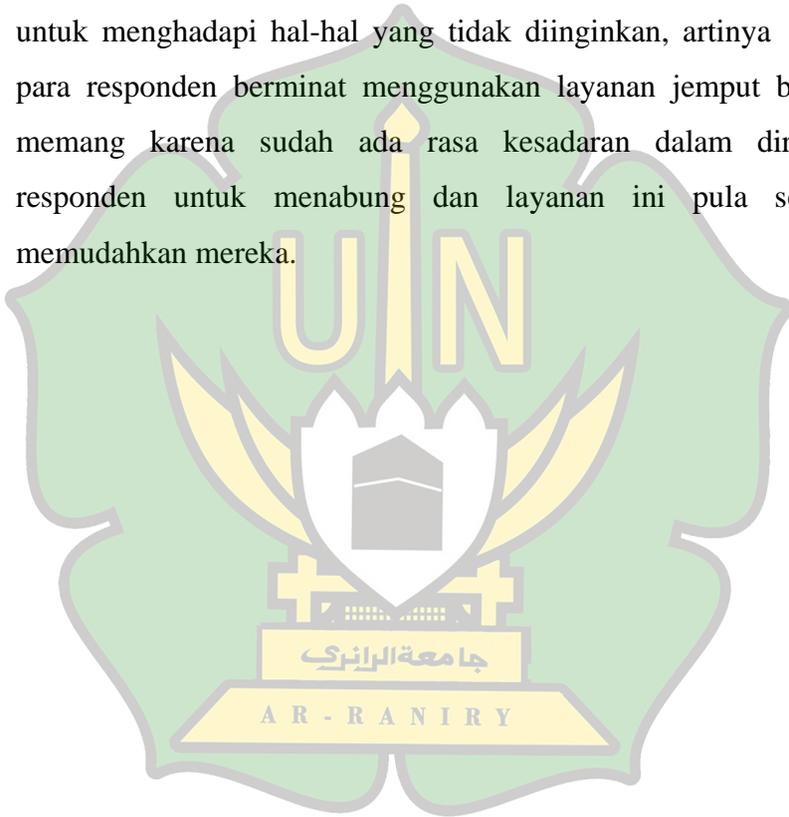
Berdasarkan hasil dari persamaan regresi tersebut yang memiliki nilai konsisten variabel minat menabung sebesar 16.715 dan pada koefisien regresi X sebesar 0,615 sehingga mengandung arti pada setiap penambahan 1% nilai layanan jemput bola, maka nilai minat menabung bertambah sebesar 0,615. Maka dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Nilai koefisien R atau korelasi yang di uji dalam regresi linier sederhana yaitu sebesar 0,615 sedangkan dari nilai R² atau koefisien determinasi sebesar 0,308 yang berarti pada variabel layanan jemput bola memberikan pengaruh sebanyak 30,8% terhadap variabel minat menabung. Sehingga 69,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. Apabila dilihat tingkat pengaruh variabel maka dapat disimpulkan bahwa berpengaruh tinggi atau kuat.

Pembuktian dalam hasil pengujian ini yang membuktikan bahwa layanan jemput bola berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. maka dapat dilihat dari hasil uji t yang dilakukan sebagaimana t_{hitung} 5,424 lebih besar dari pada t_{tabel} 1,668. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

Pertanyaan dengan dengan pengaruh terbesar atau dominan dipilih oleh responden dari variabel X adalah pertanyaan nomor 3 yaitu petugas yang handal dan memiliki waktu pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan saya menjadi tolak ukur saya untuk terus menggunakan layanan jemput bola, artinya bahwa responden banyak yang memiliki waktu, akses maupun gerak yang tidak memadai untuk menabung, oleh karena itu layanan jemput bola ini dipilih untuk memudahkan para nasabah-nasabah tersebut menabung. Selanjutnya untuk pertanyaan pada variabel Y didominasi oleh pertanyaan nomor 3 dan 9. Pertanyaan nomor 3

yaitu saya menggunakan layanan jemput bola karena kebutuhan, artinya para responden berminat menggunakan layanan jemput bola ini karena memang didorong oleh alasan kebutuhan. Pertanyaan nomor 9 yaitu saya berminat menabung di bank syariah agar dapat mempersiapkan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan, artinya bahwa para responden berminat menggunakan layanan jemput bola ini memang karena sudah ada rasa kesadaran dalam diri para responden untuk menabung dan layanan ini pula semakin memudahkan mereka.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya tentang pengaruh layanan jemput bola terhadap minat menabung pada PT. BPRS hikmah wakilah cabang darussalam dengan cara deskriptif maupun statistik melalui *software* SPSS versi 23 diperoleh kesimpulan bahwa layanan jemput bola secara parsial dan signifikan mempengaruhi minat menabung nasabah. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil t_{hitung} berjumlah 5,424 yang mana lebih besar dari t_{tabel} yang berjumlah 1,668. Selanjutnya dari hasil uji analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa $sig \leq 0,05$ dengan nilai sig sebesar 0 maka H_0 ditolak. Hal ini juga sesuai dengan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,308 dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara layanan jemput bola terhadap minat menabung nasabah sebesar 30,8%. Sedangkan sisa 69,2% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak termasuk dalam penelitian yang diteliti.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan peneliti, terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, diantaranya adalah:

- b. Penelitian ini dilakukan dalam masa karantina atau *lockdown* Covid-19 sehingga peneliti tidak mampu terlalu leluasa untuk melakukan penelitian terhadap

- nasabah PT. BPRS Hikmah Wakilah untuk mendapatkan data pendukung lainnya dikarenakan adanya pembatasan.
- c. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yang mempengaruhi minat menabung yaitu layanan jemput bola. Masih terdapat beberapa variabel independen lain yang mampu menjelaskan dan kemungkinan memiliki pengaruh terhadap variabel minat menabung.
 - d. Penelitian ini mendapatkan data hanya dari instrumen kuesioner yang didasarkan pada persepsi jawaban responden, sehingga kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan data yang dikumpulkan melalui penggunaan instrumen kuesioner secara tertulis tanpa dilengkapi dengan wawancara atau interview.

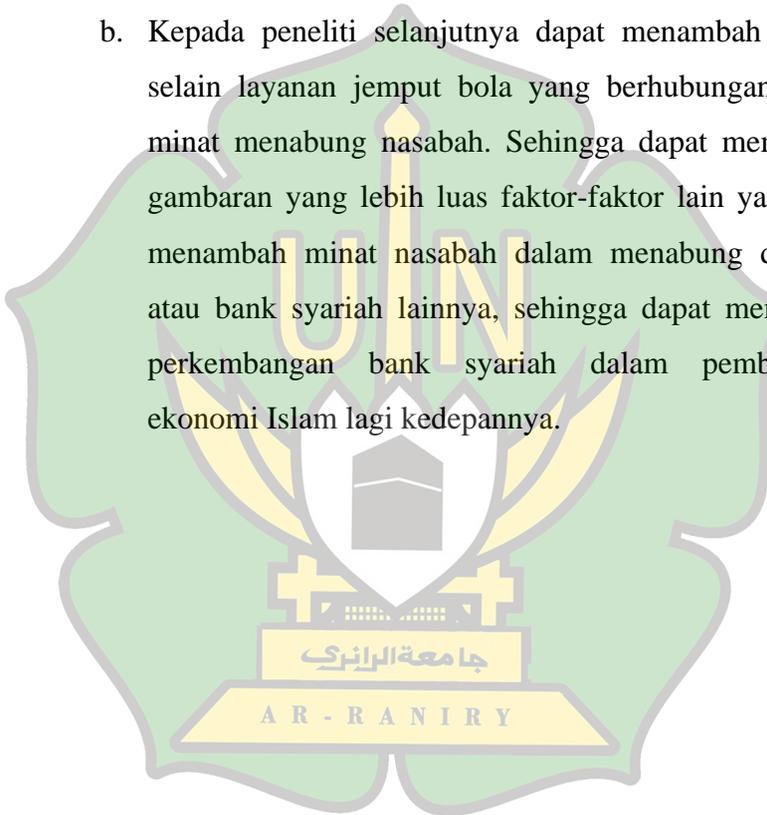
5.3 Saran

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

- a. Kepada PT. BPRS Hikmah Wakilah untuk terus melanjutkan dan memperluas sebaran informasi baik dengan pembukaan cabang baru maupun tim marketing untuk mensosialisasikan lebih mendalam atau lebih merata agar lebih banyak masyarakat potensial yang mengetahui tentang adanya layanan jemput bola dan terus memberikan layanan terbaik dan meningkatkan

kualitas dan kuantitas pekerja. Selanjutnya juga perlunya membuka atau membuat website resmi PT. BPRS Hikmah Wakilah untuk mempermudah nasabah maupun calon nasabah yang ingin mengetahui tentang profil PT. BPRS Hikmah Wakilah.

- b. Kepada peneliti selanjutnya dapat menambah variabel selain layanan jemput bola yang berhubungan dengan minat menabung nasabah. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas faktor-faktor lain yang dapat menambah minat nasabah dalam menabung di BPRS atau bank syariah lainnya, sehingga dapat memperluas perkembangan bank syariah dalam pembangunan ekonomi Islam lagi kedepannya.



DAFTAR PUSTAKA

Alquran dan terjemahannya

- Abdullah, M. R. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Aswaja Pressindo.
- Andini, U. M. (2018). Pengaruh biaya administrasi, bonus lebaran, dan layanan jemput bola terhadap minat nasabah memilih produk Si Fitri pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo. Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel.
- Ardoyo, N. A. W. (2018). Pengaruh Program 86 Net Tv Terhadap Sikap Penonton. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 147-154.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2019). Pengaruh Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3.
- Azizah, N. (2019). Strategi Layanan Sistem Jemput Bola dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Anggota pada KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah Kc Karanglewas Purwokerto. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. Elex Media Komputindo.
- Budiadji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 127-133.
- Depdikbud, Pembinaan Minat Baca, Materi Sajjian, Jakarta, Dirjen Dikdasmen Depdikbud RI, 1997, hlm. 6
- Ekbis. (2019). Akhir Tahun 2018 BPRS Hikmah Wakilah Berkinerja Gemilang, ini Segudang Prestasinya. Dipetik Februari 9, 2021, dari www.newsbandaaceh.com

- Fauzi, Muhammad Imam. (2014). Analisis Minat Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Ijarah di BMT Bina Ihsanul Fikri Cabang Bugisan Yogyakarta (Studi Kasus pada Pasar Terban Yogyakarta. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hafnizar. (2019). Analisis Layanan Jemput Bola Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Hikmah Wakilah Banda Aceh. Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh.
- Hidayati, N. M. (2018). Pengaruh Motivasi Berkoperasi, Pendidikan Perkoperasian Dan Pelayanan Koperasi Terhadap Partisipasi Anggota Koperasi: Suatu Kasus pada Koperasi Mahasiswa di Kota Bandung (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Ismail. (2011). *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. (2010). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, B. (2008). *Lembaga keuangan lainnya*, Ed.
- Kasmir. (2004). *Etika Custumor Service*. jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: PRENADA MEDIA
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Managemen.t Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education.

- Kotler, Philip; Gary Amstrong. (2002). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Moenir, A.S. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad. (1999). *Pengantar Akuntansi Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka. Cet. Ke-1, h. 96
- OJK. (2020). Statistik Perbankan Syariah. Dipetik Februari 20, 2021, dari www.ojk.go.id
- Pratama, F. A. (2019). Analisis Strategi Jemput Bola dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo. Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
- Priadana M. dan S Muis. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Graha ilmu. Yogyakarta.
- Putrawardana, N. (2020). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Jaminan Rasa Aman Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Produktif FEBI UIN Ar-Raniry). Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry.
- Rajab, B. U. (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Dki Syari'ah. Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Riyanto B. (2010). *Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan Edisi 4*. BPFE. Yogyakarta
- Rouf, M. A. (2011). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo.
- Saadah, E. L. (2016). Sistem Layanan Jemput Bola dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah Pada BMT Muda (Mandiri Ukhuwah Persada) Kedinding Lor

Surabaya. Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

- Sekaran, U. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, H. (2000). *Manajemen pemasaran internasional*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.
- Soehartono, I. (2000). *Metode Penelitian Social*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sofian, E., & Tukiran. (2014). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta, B. Irawan. (1985). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Erlangga.
- Tjini Ayu, S. S., & Bariadwan, Z. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. Malang: Uniersitas Brawijaya.
- Triandini, H. (2013). Pengaruh layanan jemput bola produk funding terhadap DPK dan jumlah nasabah: studi pada PT. BPRS Artha Karimah Irsyadi. Etikonomi, 12(2).
- Ulwiwati, Hanik. (2013). Pengaruh Layanan Jasa Pick Up Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Koperasi Jasa

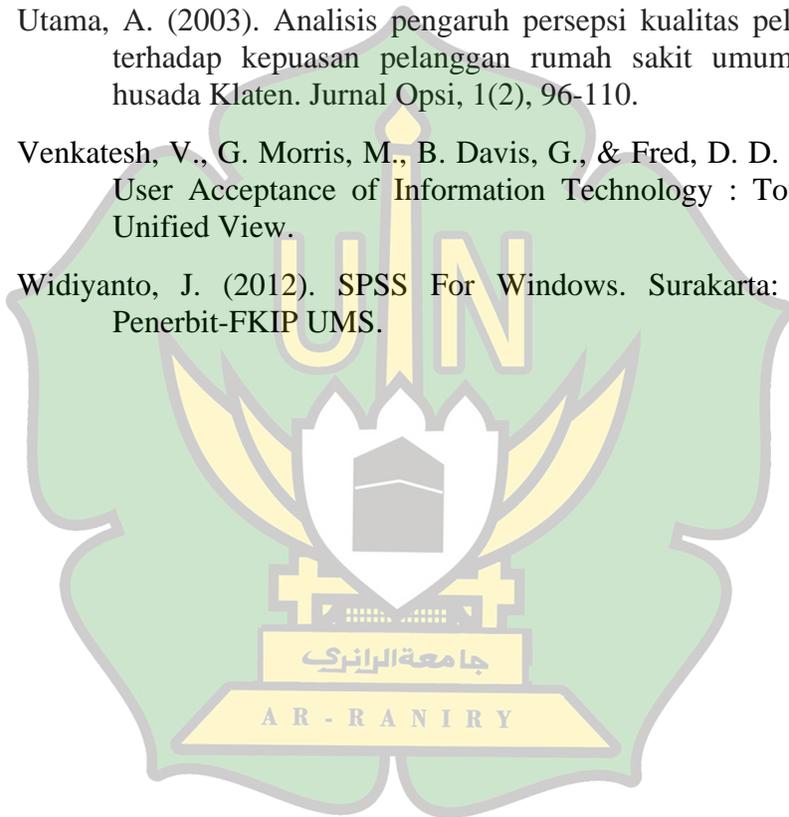
Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya.
Surabaya: Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri
Sunan Ampel Surabaya.

Umam, M., & Rufaida, R. (2019). Motivasi Menabung Nasabah Melalui Sistem Service Jemput Bola di BMT NU. *KABILLAH: Jurnal Sosial Masyarakat*, 4 (1), 29-37.

Utama, A. (2003). Analisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah sakit umum cakra husada Klaten. *Jurnal Opsi*, 1(2), 96-110.

Venkatesh, V., G. Morris, M., B. Davis, G., & Fred, D. D. (2003). User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View.

Widiyanto, J. (2012). *SPSS For Windows*. Surakarta: Badan Penerbit-FKIP UMS.



LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENGARUH LAYANAN JEMPUT BOLA TERHADAP MINAT MENABUNG PADA PT. BPRS HIKMAH WAKILAH CABANG DARUSSALAM

Kepada Yth,
Responden

Saya Muhammad Khafidh, mahasiswa tingkat akhir di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah. Dalam rangka penyelesaian skripsi di prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry, saya bermaksud melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Menabung Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Cabang Darussalam”**. Adapun kuesioner ini diadopsi dari penelitian Zeithaml dan Muntianah, dengan sedikit perubahan dan penyesuaian penelitian. Mohon kiranya saudara/i mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini. Atas bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Muhammad Khafidh

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Pekerjaan :

Desa/Kecamatan :

Usia :

Apakah anda menggunakan layanan jemput bola produk tabungan?

a. Ya b. Tidak

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda centang (√) pada kolom pilihan jawaban yang tersedia pada setiap pernyataan:

yang telah disediakan. Keterangan dan nilai untuk jawaban dalam kuesioner, yaitu:

- Sangat Setuju (SS) : 5
- Setuju (S) : 4
- Netral (N) : 3
- Tidak Setuju (TS) : 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

C. DAFTAR PERTANYAAN

1. Layanan Jemput Bola

No	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa dengan menggunakan layanan jemput bola memudahkan saya dalam menabung uang di bank					
2	Terkenalnya PT. BPRS hikmah wakilah membuat saya merasa aman dan tidak ragu menggunakan layanan jemput bola yang ada pada bank tersebut					
3	Petugas yang handal dan memiliki waktu pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan saya menjadi tolak ukur saya untuk terus menggunakan layanan jemput bola					
4	Saya merasa dengan menggunakan layanan jemput bola akan meningkatkan produktivitas dan efisiensi					
5	saya mengetahui sistem layanan jemput bola dengan baik					
6	Saya merasa perhatian yang diberikan petugas terhadap masalah					

	yang dihadapi cukup baik					
7	Petugas pernah berbuat kesalahan dalam pekerjaan lalu mereka menyelesaikan masalah tersebut					
8	Petugas selalu memberikan informasi terbaru mengenai produk yang dimiliki PT. BPRS Hikmah Wakilah					
9	Saya menjadi nasabah PT. BPRS Hikmah Wakilah karena faktor layanan atau produknya					

2. Minat Menabung

No	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya menabung di bank syariah karena keinginan diri sendiri.					
2	Saya menggunakan layanan jemput bola karena memberikan kemudahan dan manfaat dalam menabung					
3	Saya menggunakan layanan jemput bola karena kebutuhan					
4	Saya berencana akan terus menggunakan layanan jemput bola kedepannya					
5	Saya menggunakan layanan jemput bola karena informasi dari					

	teman dan keluarga					
6	Saya menggunakan layanan jemput bola karena semua teman dan keluarga saya menggunakan layanan jemput bola					
7	Saya akan merekomendasikan menggunakan layanan jemput bola ke orang lain					
8	Saya bersedia memberikan informasi kepada siapa saja yang berminat menggunakan layanan jemput bola					
9	Saya berminat menabung di bank syariah agar dapat mempersiapkan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan					

LAMPIRAN 2. Jawaban Kuesioner

1. Layanan Jemput Bola (X)

NO	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	Total X
1	4	5	5	4	4	4	4	4	5	39
2	5	5	5	4	4	4	4	5	5	41
3	5	5	5	5	5	3	4	5	5	42
4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	39
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
7	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
8	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38
9	5	5	4	4	4	4	4	5	5	40
10	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
11	4	4	5	4	3	5	4	4	4	37
12	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
13	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
14	3	5	5	5	4	5	5	5	5	42
15	5	4	3	5	4	5	5	5	3	39
16	4	4	5	5	4	5	4	4	4	39
17	5	4	5	4	4	4	4	4	5	39
18	4	4	5	4	3	4	4	4	4	36
19	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
20	4	4	4	4	3	5	4	5	5	38
21	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38
22	4	4	5	4	3	4	3	5	5	37
23	5	4	5	4	4	4	4	5	4	39
24	4	5	4	4	3	5	4	5	4	38
25	5	4	5	4	4	4	4	4	4	38
26	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
27	4	4	4	4	4	5	5	4	3	37
28	4	5	4	4	4	4	4	5	4	38
29	5	4	4	3	4	5	5	4	3	37
30	4	3	4	4	4	4	4	5	3	35

31	4	4	4	5	4	4	5	4	5	39
32	5	4	5	3	4	4	4	4	4	37
33	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
34	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
35	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
36	4	3	4	5	3	5	4	3	3	34
37	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
38	5	4	5	5	3	4	4	4	4	38
39	4	4	4	5	4	4	4	4	3	36
40	3	3	3	3	2	3	4	4	4	29
41	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
42	5	3	4	5	3	4	4	5	4	37
43	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
44	5	4	3	4	4	2	4	4	4	34
45	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
46	4	3	4	5	3	4	5	4	4	36
47	4	4	5	4	3	4	4	4	4	36
48	4	4	5	4	4	4	3	3	5	36
49	4	3	3	4	2	3	3	3	4	29
50	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38
51	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
52	4	4	5	4	4	4	5	4	3	37
53	4	4	4	4	5	4	3	3	4	35
54	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
55	4	3	4	5	4	4	4	3	4	35
56	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38
57	4	5	5	4	3	3	4	4	4	36
58	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
59	5	5	4	4	4	3	4	4	4	37
60	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
61	4	4	5	4	3	4	4	5	5	38
62	5	4	4	4	4	4	5	5	4	39
63	5	5	4	4	4	3	4	4	4	37

64	5	4	4	4	4	4	5	5	4	39
65	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
66	4	4	5	4	4	4	5	4	3	37
67	4	4	5	4	4	4	5	4	3	37
68	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38

2. Minat Menabung (Y)

N O	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Total Y
1	5	4	5	4	3	4	4	5	5	39
2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	3	5	4	3	4	4	4	5	36
5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	42
6	4	4	4	4	3	4	5	4	4	36
7	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
8	5	4	5	5	3	5	5	5	5	42
9	5	4	5	5	3	5	5	5	5	42
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
11	5	5	5	5	4	4	4	5	5	42
12	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
13	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
14	5	5	5	5	4	4	4	5	5	42
15	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
16	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
17	5	4	5	5	5	4	4	5	5	42
18	4	3	5	5	5	4	4	5	5	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
22	5	3	5	5	4	5	5	5	4	41
23	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
24	5	4	5	3	4	4	5	5	5	40
25	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
27	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41
28	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
29	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41

30	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41
31	4	4	4	5	4	4	5	4	5	39
32	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
35	5	4	4	4	4	4	5	5	4	39
36	5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
37	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
38	5	4	4	4	4	4	5	5	4	39
39	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
40	3	3	4	4	3	4	3	4	4	32
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
42	4	4	4	3	4	4	4	4	5	36
43	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
44	3	3	4	4	2	4	3	5	5	33
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
46	4	3	4	5	4	4	4	3	4	35
47	4	5	4	4	5	4	5	5	5	41
48	4	4	5	4	4	4	5	5	5	40
49	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
50	5	5	4	4	3	3	4	4	5	37
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
52	4	5	5	5	3	3	5	5	5	40
53	5	5	5	5	5	3	5	5	5	43
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
55	4	5	5	5	4	3	4	5	4	39
56	5	5	5	5	3	3	5	4	5	40
57	5	5	5	4	3	4	4	4	4	38
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
59	4	4	5	5	3	3	4	4	4	36
60	4	4	5	5	3	3	4	4	4	36
61	3	4	3	4	4	4	3	4	4	33
62	5	5	5	5	3	3	5	4	5	40
63	5	4	3	4	4	2	4	4	4	34
64	5	5	5	5	3	3	5	5	5	41
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
66	4	4	4	4	3	4	5	4	5	37
67	4	4	5	5	3	3	4	4	4	36
68	5	5	5	5	3	3	5	4	5	40

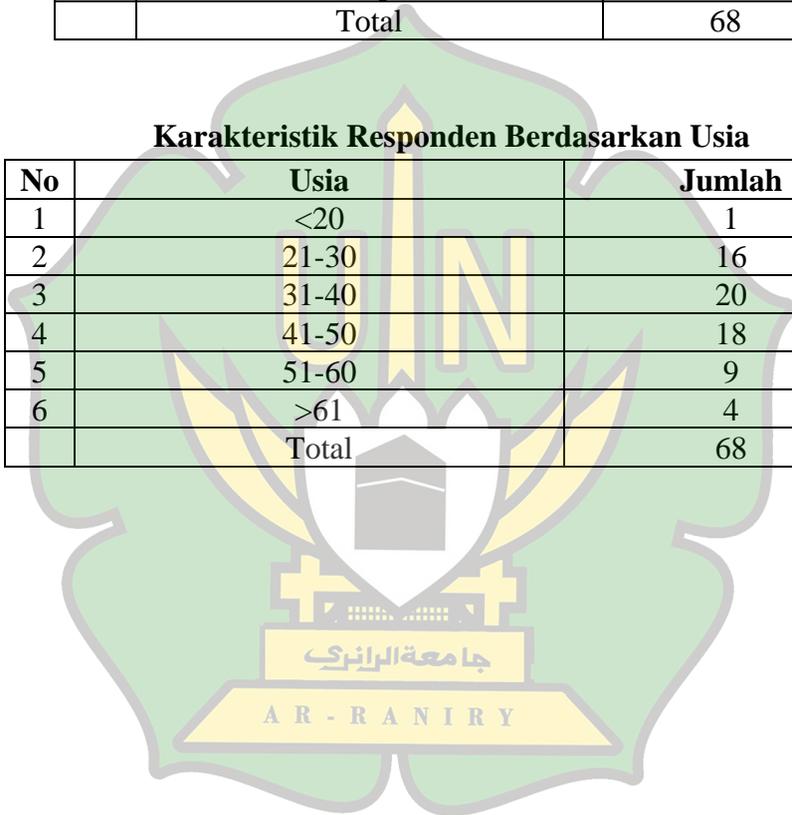
LAMPIRAN 3. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	43
2	Perempuan	25
	Total	68

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	<20	1
2	21-30	16
3	31-40	20
4	41-50	18
5	51-60	9
6	>61	4
	Total	68



LAMPIRAN 4. Uji Validitas

1. Layanan jemput bola (X)

		Correlations									
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	Layanan_jemp ut_bola
X.1	Pearson Correlation	1	.353**	.179	.222	.428**	.105	.140	.361**	.174	.535**
	Sig. (2- tailed)		.003	.143	.068	.000	.393	.255	.002	.157	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
X.2	Pearson Correlation	.353**	1	.431**	.195	.450**	.216	.209	.426**	.418**	.690**
	Sig. (2- tailed)	.003		.000	.111	.000	.076	.087	.000	.000	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
X.3	Pearson Correlation	.179	.431**	1	.205	.335**	.341**	.046	.202	.413**	.592**
	Sig. (2- tailed)	.143	.000		.094	.005	.004	.708	.098	.000	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
X.4	Pearson Correlation	.222	.195	.205	1	.360**	.408**	.329**	.212	.214	.574**

	Sig. (2-tailed)	.068	.111	.094		.003	.001	.006	.083	.080	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
X.5	Pearson Correlation	.428**	.450**	.335**	.360**	1	.315**	.368**	.225	.220	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.003		.009	.002	.065	.072	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
X.6	Pearson Correlation	.105	.216	.341**	.408**	.315**	1	.436**	.307*	.116	.610**
	Sig. (2-tailed)	.393	.076	.004	.001	.009		.000	.011	.345	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
X.7	Pearson Correlation	.140	.209	.046	.329**	.368**	.436**	1	.335**	-.097	.511**
	Sig. (2-tailed)	.255	.087	.708	.006	.002	.000		.005	.431	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
X.8	Pearson Correlation	.361**	.426**	.202	.212	.225	.307*	.335**	1	.335**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.098	.083	.065	.011	.005		.005	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
X.9	Pearson Correlation	.174	.418**	.413**	.214	.220	.116	-.097	.335**	1	.535**
	Sig. (2-tailed)	.157	.000	.000	.080	.072	.345	.431	.005		.000

	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
Layan_	Pearson	.535**	.690**	.592**	.574**	.691**	.610**	.511**	.633**	.535**	1
jemp	Correlation										
ut_b	Sig. (2-	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
ola	tailed)										
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68

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

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

2. Minat Menabung (Y)

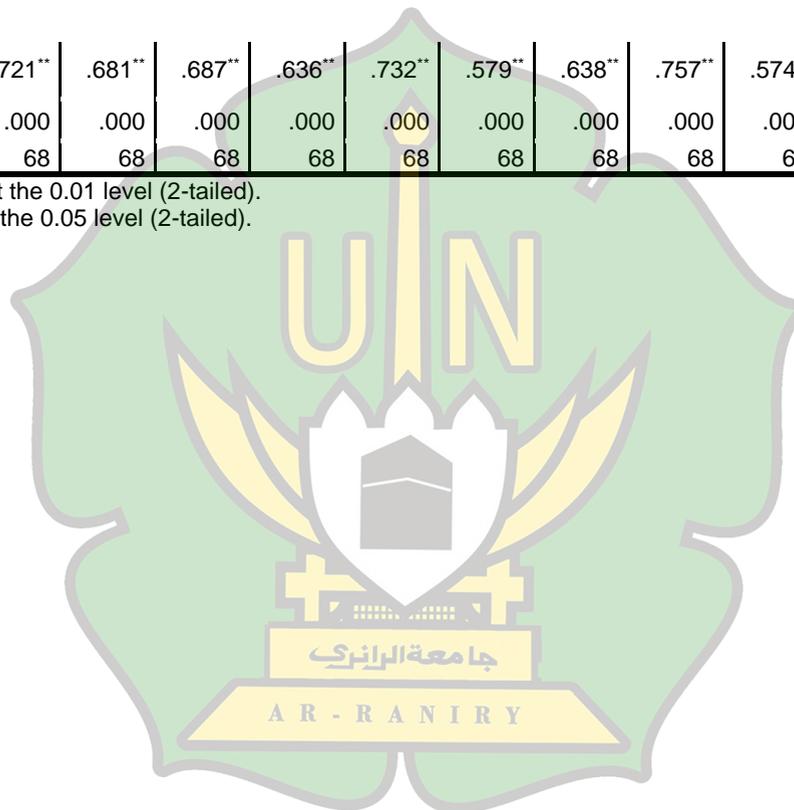
Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Minat_menabung
Y.1	1	.527**	.466**	.467**	.365**	.231	.479**	.466**	.444**	.721**
		.000	.000	.000	.002	.058	.000	.000	.000	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68
Y.2	.527**	1	.389**	.374**	.494**	.125	.407**	.425**	.317**	.681**
	.000		.001	.002	.000	.311	.001	.000	.008	.000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68
Y.3	.466**	.389**	1	.592**	.324**	.217	.406**	.527**	.378**	.687**
	.000	.001		.000	.007	.076	.001	.000	.002	.000

Minat_	Pearson	.721**	.681**	.687**	.636**	.732**	.579**	.638**	.757**	.574**	1
menab	Correlation										
ung	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68

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

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



LAMPIRAN 5. Uji Reliabilitas

1. Layanan Jemput Bola (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	9

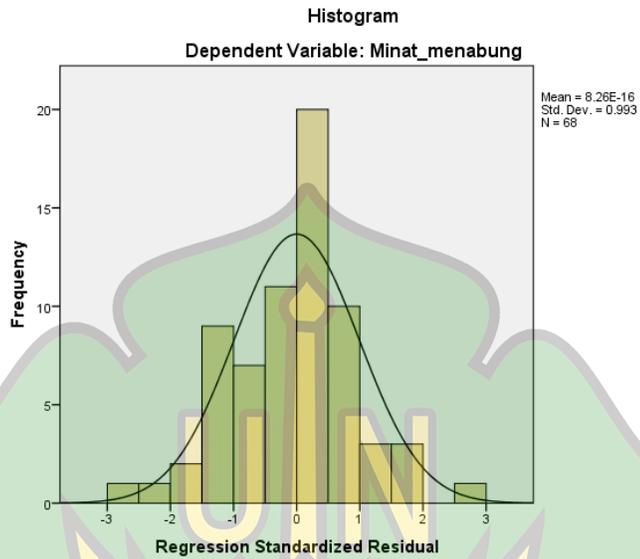
2. Minat Menabung (Y)

Reliability Statistics

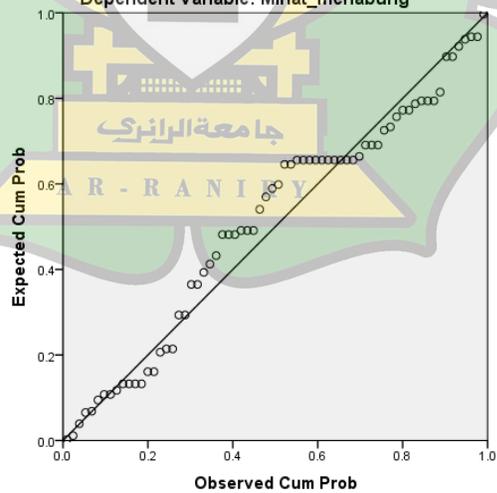
Cronbach's Alpha	N of Items
.836	9



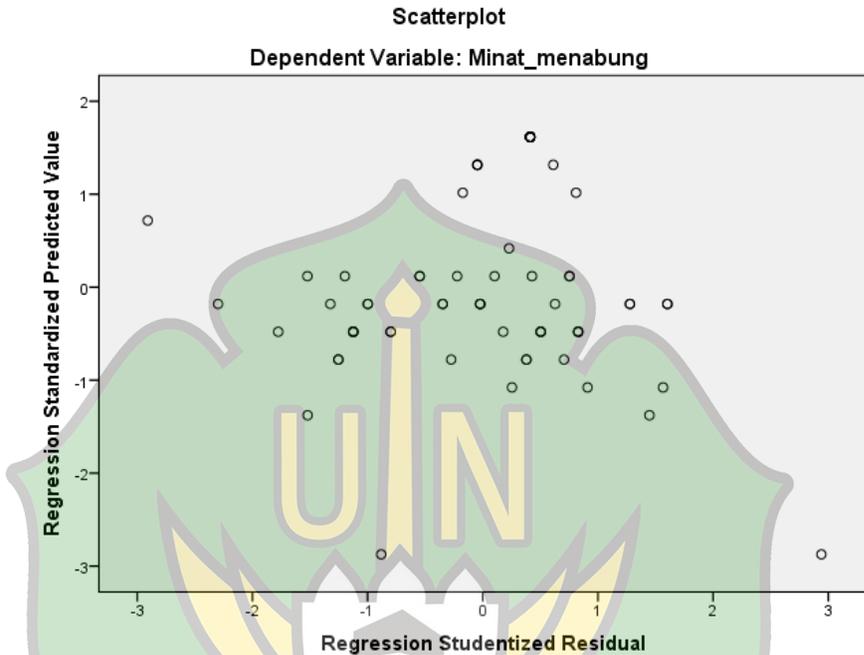
LAMPIRAN 6. Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Minat_menabung



LAMPIRAN 7. Uji Heteroskedasitas



LAMPIRAN 8. Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.555 ^a	.308	.298	3.100

a. Predictors: (Constant), Layanan_jemput_bola

b. Dependent Variable: Minat_menabung

LAMPIRAN 9. Uji Parsial (t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.715	4.390		3.807	.000
	Layanan_jemput_bola	.615	.113	.555	5.424	.000

a. Dependent Variable: Minat_menabung

LAMPIRAN 10. Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.715	4.390		3.807	.000
	Layanan_jemput_bola	.615	.113	.555	5.424	.000

a. Dependent Variable: Minat_menabung

LAMPIRAN 11. 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
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678

76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568

LAMPIRAN 12. t_{tabel}

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253

65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

