

SKRIPSI

**PENGARUH FASILITAS *CASH RECYCLING MACHINE*
BANK ACEH TERHADAP MINAT MENABUNG
MAHASISWA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**AYU MULIA SAFIRA
NIM. 190603397**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023M/1445H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ayu Mulia Safira
NIM : 190603397
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 manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 28 Juli 2023

Yang Menyatakan



Ayu Mulia Safira
Ayu Mulia Safira

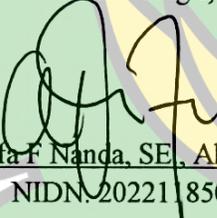
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI
PENGARUH FASILITAS *CASH RECYCLE MACHINE* (CRM)
TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
(STUDI PADA PT. BANK ACEH SYARIAH)

Disusun Oleh:

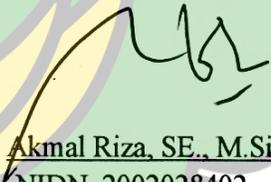
Ayu Mulia Safira
NIM: 190603397

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

Pembimbing I,


T. Syifa F Nanda, SE., Ak., M.Acc
NIDN. 20221 8501

Pembimbing II,


Akmal Riza, SE., M.Si
NIDN. 2002028402

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Fasilitas *Cash Recycling Machine* Bank Aceh Terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Ayu Mulia Safira
NIM. 190603397

Telah Disidangkan Oleh Dewan Sidang 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:

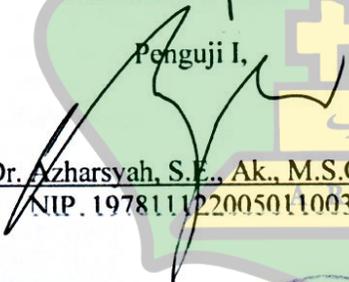
Rabu, 26 Juli 2023 M
8 Muharram 1445 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua


T. Syifa F Nanda, SE., Ak., M.Acc
NIDN. 20221 8501

Penguji I,


Dr. Azharsyah, S.E., Ak., M.S.O.M
NIP. 197811122005011003

Sekretaris,


Akmal Riza, S.E., M.Si
NIDN. 2002028402

Penguji II,


Muksal, M.E.I
NIP. 199009022020121008

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,


D. Masduki, M.Ec
NIP. 198006252009011009





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

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

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

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ayu Mulia Safira
NIM : 190603397
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : ayumuliasafiraa@gmail.com

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

Tugas Akhir KKU Skripsi

Yang berjudul:

Pengaruh Fasilitas *Cash Recycling Machine* Bank Aceh Terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh

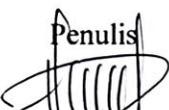
Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

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

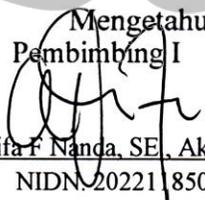
Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 28 Juli 2023

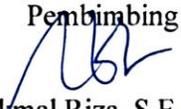
Penulis


Ayu Mulia Safira
NIM. 190603397

Mengetahui,
Pembimbing I


T. Syifa F Nanda, SE., Ak., M.Acc
NIDN. 202218501

Pembimbing II


Akmal Riza, S.E., M.Si
NIDN. 2002028402

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Fasilitas *Cash Recycling Machine* Bank Aceh terhadap Mint Menabung Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, dan Inayatillah, MA.Ek Selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.
3. Hafiz Maulana S.P., S.H.I., M.E. Selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi peneliti dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.

4. T. Syifa F Nanda, S.E., Ak., M.Acc, selaku Pembimbing I dan Akmal Riza, S.E., M.Si selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan pemahaman terbaik sehingga waktu mereka sangat berarti terhadap penulis, hanya Allah yang sanggup membalas waktu yang diberikan.
5. Dr. Azharsyah, S.E., Ak., M.S.O.M selaku Penguji I dan Muksal, M.E.I, berperan sebagai Penguji II yang telah memberi saran untuk kesempurnaan skripsi ini.
6. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan nasehat dan membantu membimbing saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Serta civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Para mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda yang telah menjadi informan dalam penelitian ini.
8. Kepada kedua orang tua yang sangat saya cintai Ayahanda Mulyadi dan Ibunda Lasiem yang selalu memberikan kasih sayang, mendoakan, motivasi dan pelajaran hidup yang berharga serta dorongan moril maupun materil yang tidak akan terbalaskan dan *support* kakak-adik tersayang Novan Mulia Andika, Ira Mulian tika, Indah Mulia Nabella, sehingga penulis memperoleh yang terbaik dan mampu menyelesaikan studi hingga tahap akhir.
9. Kepada sahabat tercinta yang selalu ada saat senang maupun sedih Vivi Larasati Aguilera yang telah berjuang bersama

hingga sekarang dan tidak pernah bosan dalam memberikan dukungan, perhatian dan memberikan yang terbaik bagi kelancaran skripsi penulis.

10. Para orang-orang terdekat seluruhnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberi semangat dalam menyelesaikan penelitian.
11. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dalam perjuangan selama ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses dalam penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

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

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Banda Aceh, 28 Juli 2023

Penulis,

Ayu Mulia Safira

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1 Konsonan

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

2 Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

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

2. Vokal Rangkap

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

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

Contoh: R - R A N I R Y

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3 Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / اِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4 Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- 1 Ta *marbutah* (ة) hidup

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

- 2 Ta *marbutah* (ة) mati

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

- 3 Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/rauḍatulatfāl*

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

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

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

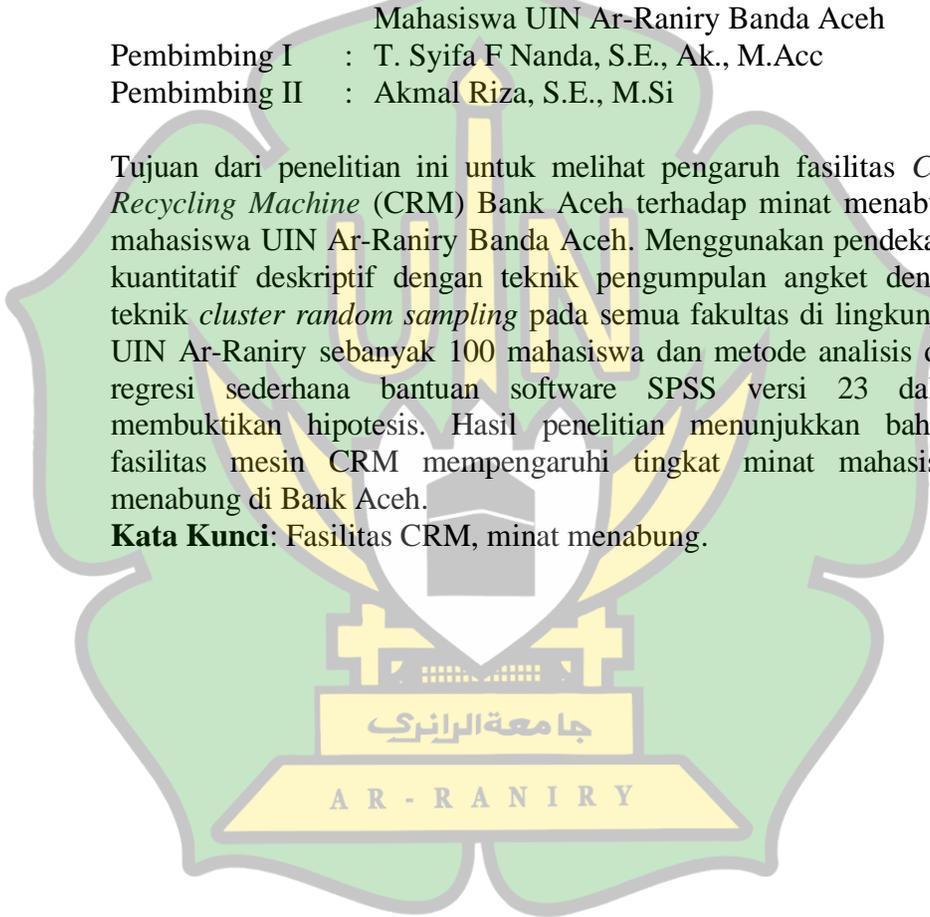
جامعة الرانيري
A R - R A N I R Y

ABSTRAK

Nama : Ayu Mulia Safira
NIM : 190603397
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Fasilitas *Cash Recycling Machine*
Banda Aceh terhadap Minat Menabung
Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Pembimbing I : T. Syifa F Nanda, S.E., Ak., M.Acc
Pembimbing II : Akmal Riza, S.E., M.Si

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat pengaruh fasilitas *Cash Recycling Machine* (CRM) Bank Aceh terhadap minat menabung mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan angket dengan teknik *cluster random sampling* pada semua fakultas di lingkungan UIN Ar-Raniry sebanyak 100 mahasiswa dan metode analisis data regresi sederhana bantuan software SPSS versi 23 dalam membuktikan hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, fasilitas mesin CRM mempengaruhi tingkat minat mahasiswa menabung di Bank Aceh.

Kata Kunci: Fasilitas CRM, minat menabung.



DAFTAR ISI

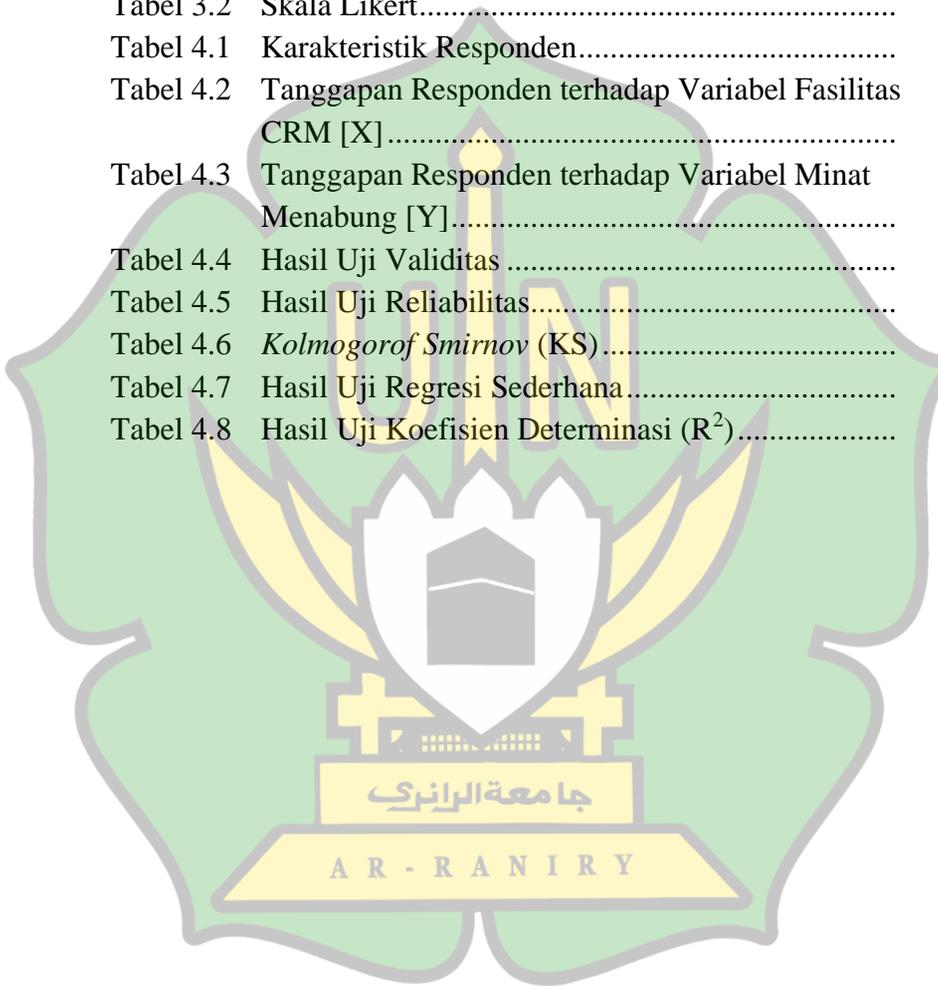
	Halaman
HALAMAN SAMBUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	6
1.5 Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Perbankan Syariah	9
2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah	9
2.1.2 Peranan dan Bank Syariah	10
2.1.3 Fungsi Bank Syariah	11
2.1.4 Produk Perbankan Syariah	12
2.1.5 Fasilitas Kebutuhan Nasabah Bank Syariah	13
2.2 Strategi Pemasaran Digital Perbankan	

Syariah	14
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran	
Teknologi Informasi.....	14
2.2.2 Konsep Strategi Pemasaran Teknologi	
Informasi	15
2.2.3 Jenis Teknologi Informasi Perbankan...	16
2.2.4 Dampak Positif dan Dukungan	
Perangkat Keras Teknologi Informasi ..	18
2.3 Theory Acceptance Model (TAM)	19
2.4 Cash Recycling Machine (CRM)	20
2.4.1 Pengertian <i>Cash Recycling Machine</i>	21
2.4.2 Fungsi dan Manfaat <i>Cash Recycling</i>	
<i>Machine</i>	21
2.4.3 Cara Kerja <i>Cash Recycling Machine</i>	22
2.4.4 Indikator <i>Cash Recycling Machine</i>	24
2.5 Minat Menabung.....	25
2.5.1 Pengertian Minat Menabung.....	25
2.5.2 Minat Menabung Dalam Perspektif	
Islam.....	26
2.5.3 Aspek-Aspek Minat Menabung	28
2.5.4 Indikator Minat Menabung	30
2.6 Penelitian Terdahulu.....	30
2.7 Kerangka Pemikiran	34
2.8 Hipotesis Peneliitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Lokasi Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi Penelitian	38
3.3.2 Sampel Penelitian	39
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1 Sumber Data.....	41

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	43
3.5.1 Definisi Variabel.....	43
3.5.2 Operasionalisasi Variabel	44
3.6 Skala Pengukuran Penelitian	45
3.7 Metode Analisis Data	46
3.7.1 Uji Validitas	46
3.7.2 Uji Reliabilitas	47
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	49
3.8 Pengujian Hipotesis	50
3.8.1 Uji Parsial.....	50
3.8.2 Uji Koefisien Determinasi.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..	52
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Karakteristik Responden.....	52
4.1.2 Analisis Deskriptif	55
4.1.3 Analisis Kualitas Istrumen	59
4.1.4 Asumsi Klasik.....	61
4.1.5 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana ...	64
4.1.6 Hasil Pembuktian Hipotesis	65
4.2 Pembahasan	67
4.2.1 Pengaruh Fasilitas CRM terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Aceh....	67
4.2.2 Koefisien Determonasi Variabel Penelitian.....	70
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	44
Tabel 3.2 Skala Likert.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	52
Tabel 4.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Fasilitas CRM [X].....	56
Tabel 4.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Menabung [Y].....	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.6 <i>Kolmogorof Smirnov</i> (KS).....	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Sederhana.....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram).....	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-Plot).....	62
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedasitas (Scatterplot)	64



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	76
Lampiran 2 Output SPSS	79
Lampiran 3 Nilai r tabel (Product moment).....	102
Lampiran 4 Nilai Distribusi T Tabel.....	104
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup	107



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank syariah sebagai badan usaha yang bergerak dalam bidang keuangan memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dari kegiatan usahanya. Akan tetapi bank syariah juga berkewajiban untuk menjaga kestabilan nilai uang dalam mendorong kegiatan ekonomi untuk membuka kesempatan kerja. (Yusmad, 2018:3). Maka fungsi perbankan syariah sebagai bagian dari perbankan nasional dalam perekonomian memiliki fungsi untuk meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup rakyat agar lebih.

Bank syariah sangat mendukung perekonomian umat Islam di Indonesia dengan produk-produk yang sesuai akad yang diperlukan nasabahnya. Sekaligus turut menerapkan konsep-konsep keuangan syariah dalam produk dan jasa perbankan. Kehadirannya untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakat yang ingin melaksanakan syariah Islam secara kaaffah (Muhammad, 2014:3). Sehingga produk dan jasa dari bank syariah dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya terutama kaum muslim.

Peran intermediasi bank syariah dapat membantu sektor riil yang sedang berjalan. Agar berjalannya fungsi intermediasi tersebut perlu penghimpunan dana masyarakat atau dari pihak yang kelebihan dana (Andrianto dan Firmansyah, 2019:428). Maka diperlukan strategi dalam manajemen pemasaran untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas sebagai upaya mengimbangi

ketersediaan dana dengan kebutuhan pembiayaan di sektor riil masyarakat.

Dengan perkembangan strategi pemasaran dari waktu ke waktu, perbankan syariah telah mengadopsi berbagai teknologi dan *platform digital* untuk kebutuhan nasabah nasabahnya (Wulandari, 2023). Strategi pemasaran berbasis teknologi, dengan konten yang tepat perbankan syariah memanfaatkan berbagai media sosial, aplikasi mobile banking, internet banking, serta iklan digital untuk dua sisi input dalam minat nasabah tabungan, dan juga nasabah pembiayaan.

Kondisi ini merupakan peluang digital (*digital opportunity*), dari perilaku digital (*digital behavior*), dan kebutuhan transaksi digital (*digital transaction*) dalam aspek cetak biru transformasi digital perbankan (OJK, 2021). Fasilitas yang disediakan semakin beragam, dengan berbasis teknologi informasi atau jaringan internet seperti aplikasi *internet banking* atau *mobile banking* dan aplikasi *financial technology (fintech)*.

Minat menabung berhubungan dengan rencana nasabah untuk tertarik dalam memilih produk tertentu yang dapat dipengaruhi secara logis maupun emosional dari ketersediaan dukungan jasa yang menyertainya (Priansa, 2017:164). Dewasa ini untuk mendukung transformasi teknologi digital, perbankan syariah hampir seluruhnya telah dapat menyediakan unit *Automated Teller Machine (ATM)*, dan *Cash Recycling Machine (CRM)* sebagai pengembangan dari *Cash Deposit Machine (CDM)*. Sebagai bagian

dari pengembangan misi dan sarannya, penyediaan fasilitas dukungan teknologi digital sebagai upaya untuk meningkatkan minat menyimpan dananya di perbankan syariah.

Layanan mesin CRM yang relatif lengkap diperkirakan cepat atau lambat akan dapat menggantikan ATM, secara fungsi telah menggantikan atau meringankan peran teller dan consumer servis (Chusna, 2022). Fasilitas yang disediakan di mesin CRM memiliki berbagai manfaat baik untuk bank maupun untuk nasabah yang dapat melakukan transaksinya secara mandiri. Diantara manfaatnya bagi nasabah dapat melakukan tarik dan setor tunai (meskipun pada jumlah tertentu) serta transaksi lain tanpa harus mengantri di kantor-kantor bank.

Fenomena penggunaan fasilitas mesin CRM terhadap minat menabung nasabah juga dapat dilihat dari perkembangan penyediaan fasilitas PT Bank Aceh Syariah (BAS). Pada Mei 2023, dari jaringan fasilitas 1 kantor, 26 Kantor Cabang, 131 Kantor Cabang Pembantu, 28 Payment Point, dan 12 Mobil Kas, BAS telah memiliki 50 CRM atau mesin setor dan Tarik tunai, di samping 343 ATM Tarik tunai (Bank Aceh, 2023). Peningkatan jumlah mesin CRM tersebut hampir dua kali lipat dibandingkan tahun 2022 lalu.

Bank Aceh secara kompetitif telah dapat mengimbangi bank lain yang ada di Aceh dalam hal penyediaan fasilitas mesin CRM yang juga hampir rata-rata memiliki mesin CRM setiap kantor-kantor Cabangnya. Banda Aceh merupakan lokasi CRM BAS yang lebih banyak dibandingkan dengan kota atau daerah lainnya di Aceh

dan Medan untuk meningkatkan minat jumlah nasabahnya. Termasuk Kantor Cabang di Darussalam yang dipenuhi oleh para mahasiswa.

Penelusuran peneliti menemukan umumnya mahasiswa UIN Ar-raniry yang memiliki rekening di Bank Aceh sudah mengetahui adanya mesin CRM. Hasil observasi awal terhadap 25 mahasiswa yang ditemui menunjukkan semua sudah mengetahui tentang mesin setor dan tarik tunai tersebut. Dari jumlah mahasiswa hanya 17 diantaranya yang telah menggunakan mesin CRM, namun yang pernah menggunakan untuk menyetor dan menarik baru 8 orang sedangkan 9 lainnya menggunakan untuk tarik dan transaksi lainnya. kemudian 8 orang yang mengetahui fungsi CRM tersebut tapi belum pernah menggunakannya karena hanya sering menarik pada lokasi terdekat kediaman saja.

Beberapa penelitian terdahulu yang menguji pengaruh variabel fasilitas mesin CRM terhadap minat menabung nasabah menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Hasil penelitian Wulandari (2021) menemukan bahwa fasilitas unit mesin ATM berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Kuantan Singingi menabung di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Kuansing. Kemudian penelitian yang dilakukan Safarida, et.al, (2022) pada nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa terbukti dapat memberi preferansi yang tinggi pada keputusan dari aksesibilitas, waktu tempuh dan efisiensi ke lokasi mesin CRM. Selanjutnya Pengaruh penggunaan fasilitas mesin

CRM juga dapat memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga terus berminat untuk menabung di Bank BNI Batu Aji Bata (Rahmawati & Raymond. 2020).

Berbeda hanya pada setoran dengan fasilitas mesin ATM, meskipun demikian, mesin CRM berfungsi dari pada keduanya yakni setor-tarik dan fasilitas lain sama-sama bisa dilakukan transaksi seperti transfer, pembayaran dan pembelian. Temuan lain seperti penelitian Wandira (2018) pada penggunaan fasilitas mesin ATM yang diakui oleh responden dapat memudahkan bertransaksi dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah, namun terbukti secara empiris tidak dapat mempengaruhi minat menabung nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung. Walaupun demikian secara simultan variabel fasilitas dan pelayanan dapat mempengaruhi minat nasabah menabung pada bank tersebut. Begitu juga pada hasil Suryani dan Kurniawan (2023), yang memperlihatkan seberapa banyak fasilitas yang disediakan untuk nasabah, namun variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah. Meskipun secara bersamaan variabel fasilitas dan pelayanan dapat memberi pengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Dumai.

Berdasarkan hasil uji empiris pengaruh substansi variabel fasilitas terhadap variabel minat pada penelitian sebelumnya telah didukung dengan pembahasan teori. Hasil tersebut juga dapat memberikan benang merah dengan fenomena perkembangan CRM pada Bank Aceh sebagaimana telah dipaparkan di atas. Maka perlu

kajian untuk mendalami kembali fenomena dari fasilitas mesin CRM pada mahasiswa UIN Ar Raniry dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Fasilitas *Cash Recycling Machine* Bank Aceh Terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu apakah fasilitas CRM Bank Aceh berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas CRM Bank Aceh terhadap minat menabung mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti berharap agar penelitian ini bisa memberikan berbagai manfaat diantaranya:

1. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta kontribusi ilmu pengetahuan dalam dunia perbankan khususnya mengenai fasilitas *Cash Recycling Machine* terhadap minat menabung di Bank Syariah dan dapat

digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

2. Praktisi

Bagi objek penelitian (PT Bank Aceh Syariah) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan, khususnya PT Bank Aceh Syariah

3. Kebijakan

Dapat memberikan alternatif pilihan bagi masyarakat dalam menentukan pilihan dalam memilih bank dan produk apa yang harus digunakan dan kebijakan pustaka, hasil penelitian diharapkan dapat berguna sebagai sumbangan yang digunakan dalam memperkaya koleksi dan ruang lingkup karya-karya penelitian lapangan.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini penulis membagi dalam 5 bab dan didalam setiap bab terbagi dalam beberapa sub bab, hal untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini akan memaparkan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Membahas tentang landasan teori yang meliputi teori, temuan empiris penelitian terkait, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

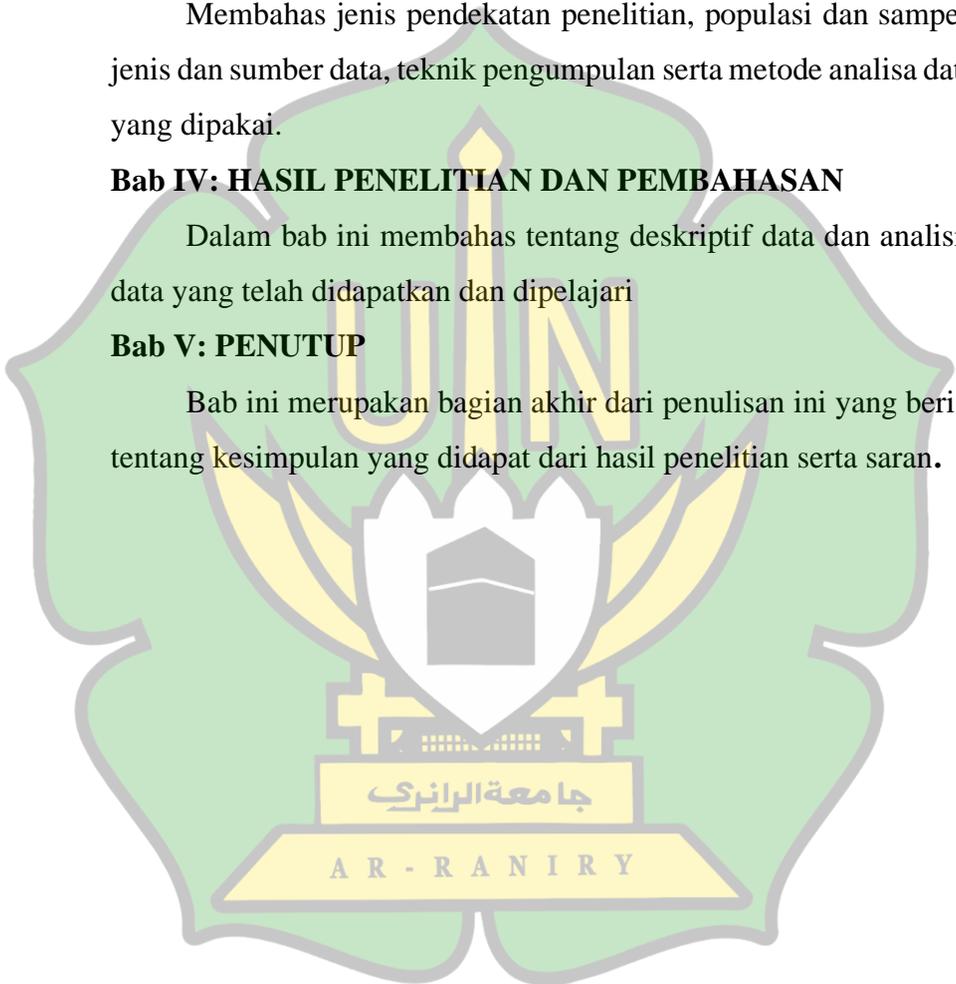
Membahas jenis pendekatan penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan serta metode analisa data yang dipakai.

Bab IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas tentang deskriptif data dan analisis data yang telah didapatkan dan dipelajari

Bab V: PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan ini yang berisi tentang kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian serta saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perbankan Syariah

2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah telah menjelaskan bahwa bank syariah menganut sistem ekonomi syariah dengan menggunakan prinsip kehati-hatian yang diatur dalam prinsip-prinsip syariah. Hal ini berkaitan dengan kegiatan utama bank dalam UU No. 10/1998 yang merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau bentuk-bentuk pembiayaan lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Prinsip kehati-hatian sangat penting dan wajib dianut bagi bank syariah untuk mewujudkan perbankan yang sehat, kuat, dan efisien sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Bank syariah di Indonesia dihadirkan untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakat yang ingin melaksanakan syariah Islam secara kaaffah (Muhammad, 2014:3). Bank syariah mendukung perekonomian umat dengan produk-produk yang sesuai dengan akad dalam Islam. Juga melaksanakan konsep-konsep dalam jasa perbankan. Kegiatan bank syariah juga memberikan jasa keuangan bank lainnya untuk kepentingan nasabahnya (Kasmir, 2014:11).

Sehingga produk dan jasa yang dihasilkan oleh bank syariah dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya terutama kaum muslim.

Agar prinsip syariah dapat dijalankan dengan baik di Indonesia, maka diperlukan peran pengawasan untuk perbankan syariah. Otoritas jasa keuangan (OJK) yang mengambil alih peran Bank Indonesia sebagai lembaga yang mengatur dan mengembangkan perbankan syariah dengan Komite Pengembangan Jasa Keuangan Syariah (KPJKS). KPJKS tetap melibatkan Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) karena fatwa-fatwa yang dikeluarkan MUI tetap berlaku sejalan dengan aturan yang dikeluarkan Bank Indonesia yang menjadi payung hukum pengawasan bank syariah di Indonesia (Kalsum, 2018).

2.1.2 Peranan dan Fungsi Bank Syariah

Bank syariah sebagai badan usaha dalam bidang keuangan pada tinjauan aspek makro dan mikro ekonomi syariah, UU No. 21/2008 menjelaskan bank syariah berperan dalam hal sebagai berikut:

1. Manajer Investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana-dana dari nasabah dengan menggunakan akad bagi hasil (mudharabah) dan wadiah.
2. Agen Investasi, dengan menggunakan akad wakalah bank syariah dapat mengelola dana nasabah dalam investasi yang halal.
3. Investor, bertindak langsung untuk menginvestasikan dana milik bank syariah dan dana nasabah dengan menggunakan

instrumen investasi dan nisbah sesuai dengan prinsip syariah yang disepakati antara bank dan nasabah.

4. Menyediakan jasa keuangan syariah, sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
5. Pengembangan fungsi social lainnya, yaitu dalam bentuk lembaga baitul maal, dalam pasal 4 ayat 2 dan 3 yaitu dapat menerima dan menyalurkan dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya serta dana wakaf.

2.1.3 Fungsi Bank Syariah

Menurut Yusmad, (2018:3) bank syariah yang berusaha dalam bidang keuangan adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dari kegiatan usahanya. Namun bank syariah juga berkewajiban untuk menjaga kestabilan nilai uang dalam mendorong kegiatan ekonomi untuk membuka kesempatan kerja. Maka fungsi perbankan syariah sebagai bagian dari perbankan nasional berfungsi untuk meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup rakyat agar lebih.

Fungsi di atas, tidak terlepas dari fungsi utama bank syariah sebagai lembaga intermediasi yaitu tetap penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Andrianto dan Firmansyah (2019:428) menyebutkan bahwa bank syariah memediasi antara kelompok pemegang modal atau pihak yang kelebihan dana dengan kelompok atau pihak yang kekurangan atau membutuhkan dana. Hal ini termasuk kebutuhan dana oleh umat untuk menjalankan usaha produktif maupun kebutuhan konsumtif lainnya. Ini menunjukkan

adanya peran bank syariah untuk memajukan sektor riil sebagai nilai tambah. Peran intermediasi bank syariah adalah membantu sektor riil yang sedang berjalan.

2.1.4 Produk Perbankan Syariah

Secara garis besar, produk perbankan syariah terbagi berdasarkan kegiatan utamanya (OJK, 2017), yaitu:

1. Produk penghimpunan dana dari Masyarakat, bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dengan menawarkan berbagai jenis produk pendanaan antara lain giro, tabungan, deposito, dan pendanaan lainnya yang diperbolehkan sesuai dengan syariat Islam. Penghimpunan dapat dilakukan dengan akad *wadiah* dan *mudharabah*. Bank syariah akan membayar biaya dalam bentuk bonus untuk akad *wadiah* dan bagi hasil untuk akad *mudharabah*.
2. Penyaluran dana kepada masyarakat, bank syariah menyalurkan dananya bagi pihak yang membutuhkan dana, agar tidak terjadi *idle fund* (dana menganggur) dan dapat juga menyalurkan dananya dalam bentuk penempatan dana lainnya. Aktivitas penyaluran dana untuk memperoleh pendapatan dalam bentuk margin keuntungan dalam prinsip-prinsip; a) jual-beli (*Ba'i*) seperti *murabahah*, *Salam*, dan *Istishna'*, b) Pembiayaan dengan prinsip sewa (*Ijarah*), c) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (*musyarakah* dan *mudharabah*), serta d) Pembiayaan dengan akad pelengkap lainnya

3. Pelayanan Jasa, untuk membantu transaksi yang dibutuhkan oleh pengguna jasa bank syariah. Hasil yang diperoleh bank atas pelayanan jasa bank syariah, yaitu berupa pendapatan dan komisi. Wakalah, Kafalah, Sharf, Qardh, Rahn, Hiwalah dan lainnya sesuai dengan peruntukan jasa yang diberikan.

2.1.5 Fasilitas Kebutuhan Nasabah Bank Syariah

Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan perbankan termasuk kegiatan pada bank syariah, karena produk dan jasa bank syariah memerlukan dukungan kantor yang nyaman, peralatan-peralatan serta mesin-mesin untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. Fasilitas merupakan segala sesuatu benda, bangunan atau ruangan yang dibuat untuk melayani atau memudahkan melaksanakan tujuan tertentu atau merupakan sarana dan prasarana untuk melakukan kegiatan tertentu (BI, 2021). Penyediaan fasilitas yang memadai juga merupakan bagian dari pengembangan visi, misi dan sasaran dari perbankan syariah untuk menjawab tantangan untuk pencapaian pangsa pasarnya

Sebagai badan usaha bank syariah memiliki program dalam pengembangan yang diarahkan pada variasi beragam produk yang didukung dengan keunikan *value* yang ditawarkan serta dukungan fasilitas jaringan kantor yang luas. Selain didukung oleh SDM yang kompeten, bank syariah juga perlu menyediakan fasilitas teknologi informasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah. Sehingga dapat mengkomunikasikan produk dan jasa bank syariah kepada nasabah secara benar dan jelas (OJK, 2017),

Sejauh ini perbankan syariah telah dapat mengimbangi fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh bank konvensional, untuk berperan dalam aktivitas keuangan nasional, regional dan internasional. Kondisi ini dapat terbentuknya integrasi dengan sektor keuangan syariah lainnya. Perbankan syariah telah mengeluarkan modal yang besar untuk menyediakan peralatan atau mesin-mesin canggih agar optimal untuk memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya. Fasilitas yang disediakan semakin beragam, dengan berbasis teknologi informasi atau jaringan internet seperti aplikasi *internet banking* atau *mobile banking* dan aplikasi *financial technology (fintech)*. Pihak bank syariah hampir seluruhnya menyediakan telah unit *Automated Teller Machine (ATM)*, *Cash Recycling Machine (CRM)* atau *Cash Deposit Machine (CDM)* di samping fasilitas ruang tunggu yang nyaman dan fasilitas-fasilitas untuk nasabah lainnya.

2.2 Strategi Pemasaran Digital Perbankan Syariah

2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran Teknologi Informasi

Strategi pemasaran secara digital produk dan jasa bank syariah telah mengalami perubahan dari waktu ke waktu yang mengikuti perkembangan teknologi dan informasi yang diperuntukan memenuhi kebutuhan nasabahnya. Strategi pemasaran digital yang tepat berdampak pada luasnya jangkauan pasar bank syariah tersebut. Bank syariah telah mengadopsi berbagai teknologi dan platform digital sesuai kebutuhan nasabah untuk memperluas

jangkauan pasar kepada masyarakat. Dengan strategi pemasaran konten yang tepat, teknologi perbankan syariah memanfaatkan berbagai media sosial, aplikasi *mobile banking*, *internet banking*, *digital advertising* (Wulandari, 2023).

Digital marketing berasal dari internet dan mesin pencari (*search engines*) pada situs seperti *google* dan *yahoo* sebagai *search engine optimization* (SEO). Penggunaan perangkat *mobile* terus meningkat drastis oleh masyarakat di dunia dan saling berhubungan satu sama lain melalui media sosial (Khan & Siddiqui, 2013). Terdapat lima peran dari teknologi informasi mempunyai yaitu dapat meningkatkan efisiensi, penyampaian yang efektifitas, terciptanya komunikasi, kolaborasi dan *competitive*. Dalam perbankan teknologi informasi dapat digunakan dalam proses transaksi (*transaction processing system/TPS*). Peran aplikasi teknologi informasi ini telah dapat menyediakan informasi bagi pengambil keputusan dalam suatu organisasi bisnis.

2.2.2 Konsep Strategi Pemasaran Teknologi Informasi

Strategi pemasaran digital atau teknologi informasi merupakan perancangan pemasaran oleh organisasi atau perusahaan untuk dapat dilaksanakan termasuk pengendalian strategi yang efektif dalam pemakaian sistem informasi dalam manajemen pemasaran. Strategi pemasaran merupakan prinsip yang menyeluruh untuk mencapai tujuan-tujuan pemasaran dan bisnis yang mencakup keputusan-keputusan dari bauran pemasaran dan aplikasi pemasaran. Maka strategi pemasaran digital berbasis teknologi informasi sebagai

pemasaran yang memanfaatkan teknologi seperti internet. (Riyoko, 2022:17).

Konsep dalam strategi pemasaran secara digital produk dan jasa bank tidak terlepas dari strategi yang dikembangkan oleh manajemen pemasaran pada perbankan syariah. Strategi pemasaran dapat dibagi menjadi tiga bagian (Kotler & Keller, 2012:58).

1. Strategi pasar sasaran (*targeting*) dan strategi pengembangan produk (*product development*).
2. Bauran pemasaran dan anggaran pemasaran serta
3. Strategi pemasaran yang menyeluruh meliputi tujuan dan sasaran penjualan, pangsa pasar dan keuntungan.

Penerapan strategi pada teknologi informasi perbankan tetap merujuk pada sasaran dan pengembangan produk atau jasa yang akan ditawarkan pada nasabah. Dalam cetak biru transformasi digital perbankan, OJK (2021) menyebutkan faktor pendorong dilihat dari 3 (tiga) aspek utama yaitu peluang digital (*digital opportunity*), perilaku digital (*digital behavior*), dan transaksi digital (*digital transaction*). Maka peluang pemasaran digital bank antara lain meliputi potensi demografis, potensi ekonomi dan keuangan digital, potensi penetrasi penggunaan internet, serta potensi peningkatan konsumen perlu dimanfaatkan dengan bauran dan strategi secara menyeluruh oleh perbankan syariah.

2.2.3 Jenis Teknologi Informasi Perbankan

Transaksi dan kebutuhan nasabah menjadi mudah terpenuhi, hingga menggunakan produk terbaru yakni Bank Digital. Sektor

keuangan, terutama bank, menjadi salah satu sektor yang banyak menerapkan IoT (*Internet of Things*). Perubahan perilaku nasabah tersebut karena dipengaruhi oleh melesatnya perkembangan teknologi dari tahun ke tahun.

Dewi (2023) menjelaskan teknologi internet yang diterapkan oleh dunia perbankan terdiri dari:

1. Sistem Keamanan Data Nasabah dan Database, Perbankan menggunakan teknologi juga melindungi data para nasabah dengan perlindungan berlipat ganda atau sistem berlapis, di samping untuk transaksi. Sehingga nasabah dapat terhindari dari pencurian dana rekening, pembobolan kartu kredit, pencurian data pribadi, dan kejahatan lainnya. Teknologi juga berfungsi untuk mengatur database perbankan dari alur keluar-masuk uang, sistem pinjaman dan kredit, hingga sistem operasional..
2. *Internet Banking (e-Banking)*, nasabah dapat mengakses dengan perlu memasukkan user ID, password, serta token atau kode OTP yang dikirimkan secara otomatis pada ponsel maupun email pengguna
3. *Mobile Banking (M-Banking)*, fitur yang ada pada M-Banking juga terdapat pada E-Banking, namun *M-Banking* diunduh dahulu pada ponsel pengguna.
4. Membuka rekening bank digital, seluruh transaksi dan layanan, hingga pembukaan rekening bank digital ini dilakukan secara digital.

5. *Chatbot customer service*, salah satu teknologi yang paling berjasa untuk membantu dan melayani nasabah, karena banyaknya transaksi yang dilakukan nasabah secara online, maka kendala yang muncul pun semakin meluas. Kecepatan informasi akan mudah didapatkan nasabah hanya dengan menuliskan pertanyaan saja, dan lebih cepat, *standby* 24 jam, serta minim kesalahan

2.2.4 Dampak Postif dan Dukungan Perangkat Keras

Teknologi Informasi

Dalam *blue print* transformasi digital teknologi perbankan (OJK, 2021) terdapat dua dampak positif yang muncul akibat transformasi digital yang dilakukan oleh perbankan yaitu pertama meluasnya aksesibilitas perbankan dan kedua meningkatkan daya saing perbankan Indonesia. Perbankan digital terutama mampu meningkatkan kemudahan bagi masyarakat, dan meningkatkan efisiensi perbankan sehingga akan mendorong peningkatan aktivitas perekonomian.

Namun terdapat juga beberapa tantangan seperti perlindungan data pribadi dan risiko kebocoran data, risiko investasi teknologi, risiko penyalahgunaan *artificial intelligence*, risiko serangan siber, risiko alih daya, dan lainnya. Perlunya dkesiapan institusi yang berorientasi digital. Juga peningkatan inklusi keuangan bagi penyandang disabilitas, dan literasi keuangan digital yang masih rendah.

Infrastruktur teknologi informasi yang belum merata di Indonesia, dan dukungan kerangka regulasi. Perlu juga dukungan

fasilitas perangkat yang mudah dihangkau sebagai pengganti kantor. Pada dasarnya, perangkat keras adalah semua peralatan yang sangat dibutuhkan untuk lokasi untuk menjalankan tugas inti teknologi informasi yang ditetapkan. Walaupun transaksi dan kebutuhan nasabah menjadi mudah terpenuhi karena bank sudah bertransformasi ke sistem digital, namun tetap memerlukan penggunaan perantara melalui ATM atau mesin CRM (Dewi, 2023).

2.3 Theory Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali dikembangkan pada tahun 1989, oleh David memperkenalkan TAM untuk pertama kalinya merupakan perkembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) atau teori tindakan yang digunakan untuk menguraikan faktor diterimanya dalam suatu sistem dan teknologi informasi (Astuti & Prijanto, 2021). TRA dicetus oleh Fishbein dan Ajzen dengan dasar niat seseorang untuk melakukan suatu aktivitas atau kegiatan tertentu yang ditentukan oleh dua faktor yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subjektif.

Pengertian TAM pada penggunaan suatu layanan berbasis teknologi informasi, maka tidak hanya ditentukan oleh sikap pribadi, namun juga mempertimbangkan pendapat terkait perilaku orang lain dalam memakai teknologi tersebut. Hal ini dikarenakan jika diasumsikan mereka mempercayai satu atau lebih referensi atas perilaku tersebut, maka akan memberikan efek termotivasi untuk mengikuti dari referensi tersebut.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan norma subjektif (*subjective norm*) akan menentukan keinginan untuk melakukan suatu perilaku atau dalam hal ini yaitu penggunaan layanan berbasis teknologi informasi. Dua determinan utama dalam konstruk *Theory Acceptance Model* yaitu *Perceived Usefulness* (persepsi manfaat) dan *Perceived Ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) digunakan menjadi landasan teori ini untuk memberikan penjelasan dalam mempelajari dan memahami intensi perilaku individu untuk penerimaan teknologi (Altunel & Koçak, 2017).

2.4 Cash Recycling Machine (CRM)

2.4.1 Pengertian Cash Recycling Machine

Cash Recycling Machine atau Mesin CRM merupakan Mesin fasilitas perbankan yang bisa digunakan untuk menarik uang tunai oleh nasabah sebagaimana ATM (Automated Teller Machine), dan juga bisa menerima uang tunai dari nasabah bank. Di Indonesia, fasilitas mesin ini seringkali juga disebut sebagai mesin setor tarik. Mesin ini juga memiliki layanan sebagaimana aplikasi mobile banking, seperti layanan transfer, cek saldo, untuk pembayaran belanja online, hingga isi dompet digital pun bisa (Chusna, 2022). Mesin ini juga sebagai pendukung transaksi digital, dalam hal perlu mengalihkan uang tunai ke uang digital.

Mesin CRM merupakan pengembangan dari mesin CDM (*Cash Deposit Machine*), dimana CDM hanya dapat melayani

setoran tunai saja sedangkan CRM dapat melakukan keduanya, yakni setor tunai dan tarik tunai (Rahmawati & Raymond, 2020). CDM adalah salah satu mesin yang dikembangkan oleh bank untuk mengakomodir sentralisasi kas, dengan menggunakan aplikasi teller untuk menerima setoran tunai (Feizal, 2018). Layanan CRM dan CDM ini sebagai bentuk pengembangan teknologi untuk perbankan tanpa cabang. (*Branchless Banking*) yang transaksi dan jasa keuangan lainnya yang tidak dilakukan melalui kantor jaringan tetapi melalui kerjasama dengan pihak lain dan perlu didukung dengan memanfaatkan fasilitas teknologi informasi.

2.4.2 Fungsi dan Manfaat Cash Recycling Machine

Fungsi dari mesin CRM ini antara lain dapat melakukan Setor tunai, Tarik tunai, Cek Saldo, transfer sesama bank atau antar bank, pembayaran atau pembelian, *top up* dompet digital atau *fintech* serta transaksi perbankan lainnya (Disemadi & Prananingtyas, 2019). Lebih lanjut, juga menjelaskan beberapa manfaat dari mesin CRM ini yaitu:

- a. Nasabah dapat melakukan setor dan tarik uang tunai tanpa harus ke kantor bank atau tidak perlu mengantri terlalu lama untuk mendapat bantuan teller.
- b. Nasabah dapat melakukan setoran dan Tarik tunai selama 24 jam atau kapan saja.
- c. Bagi bank, mesin CRM dapat mengurangi beban kerja teller, sehingga teller dapat memberikan pelayan maksimal.

- d. Mengurangi proses manual seperti menghitung jumlah uang dan pencatatan di saldo rekening, karena mesin CRM lebih akurat dan mencatat langsung jumlah yang dihitung oleh mesin.
- e. Penggunaan mesin CRM dinilai lebih efisien dan bisa lebih banyak menjangkau para nasabah.
- f. Fitur yang disediakan di CRM jauh lebih banyak dibandingkan ATM biasa,

Beberapa fungsi dan manfaat dari layanan mesin CRM yang relatif lengkap dianggap sedikit banyak dapat menggantikan atau meringankan peran teller. Nasabah dapat melakukan transaksinya secara mandiri melalui fasilitas yang disediakan di mesin CRM Dengan berbagai manfaat baik untuk bank maupun untuk nasabah, diperkirakan mesin CRM ini cepat atau lambat akan menggantikan ATM biasa (Chusna, 2022).

2.4.3 Cara Kerja Cash Recycling Machine

Secara fisik, CRM hampir sama dengan ATM biasa, namun di bagian depan sampingnya terdapat lubang atau laci yang digunakan untuk menaruh uang yang akan disimpan. melakukan setoran tunai, nasabah harus menggunakan kartu ATM dan nomor PIN tersebut sama halnya dengan menggunakan mesin ATM biasa. Tidak perlu mengaktifkan atau buat nomor PIN baru untuk transaksi ini. Dengan CRM setor tunai mesin, memungkinkan pelanggan untuk melakukan setoran tunai setiap saat beroperasi 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu hingga Rp. 10.000.000-, per hari (Ismail, 2015).

Beberapa cara kerja mesin CRM telah dipublikasi di beberapa media masa yaitu dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Masukkan kartu ATM dan PIN seperti pada mesin ATM biasa.
2. Pilih menu “*Cash Deposit*”, Bagian mesin yang bertugas untuk menerima dan menghitung uang akan terbuka. Jika tidak ingin menggunakannya untuk setor tunai, pada tahapan ini bisa memilih menu yang lain.
3. Masukkan uang ke dalam bagian mesin tersebut. Mayoritas bank hanya menerima uang senilai Rp50.000 dan Rp100.000 untuk dimasukkan ke dalam mesin ini. Pastikan uang yang dimasukkan bukan uang palsu, tidak terlipat, basah, atau lecek. Jika memasukkan uang palsu atau uang asli tapi basah, terlipat atau lecek, mesin secara otomatis akan menolaknya.
4. Setelah bagian mesin tertutup, secara otomatis akan menghitung jumlah uang yang dimasukkan. Jika masih ada uang yang lecek, bagian mesin tersebut akan membuka kembali dan meminta untuk mengambil uang tersebut.
5. Jumlah uang yang dimasukkan akan nampak di layar. Jika sudah benar, maka pencet *enter*. Nominal uang tersebut akan secara otomatis masuk ke dalam saldo rekening nasabah.
6. Selesai.

Dalam hal jika Anda ingin menarik uang, bisa menggunakan mesin ini sebagaimana mesin penarikan ATM pada umumnya. Meskipun ada kemudahan setor tunai, namun jumlah setoran tunai

dibatasi, karena masalah tempat penyimpanan mesin terbatas dan juga terkait keamanan transaksi.

2.4.4 Indikator Fasilitas Cash Recycling Machine

Indikator fasilitas CRM (Cash Recycling Machine) bagi nasabah adalah berkaitan dengan penggunaan terhadap mesin tersebut. Mesin CRM merupakan pengembangan dari mesin CDM (Cash Deposit Machine) yang berjenis sebagai ATM dengan operasional yang hamper sama. Penggunaan jasa CRM apabila nasabah telah melakukan perjanjian pembukaan rekening tabungan dengan bank penyedia jasa tersebut sehingga terikat secara hukum (Disemadi & Prananingtyas, 2019).

Penggunaan Cash Recycling Machine (CRM) sebagai fasilitas bank syariah yang disediakan untuk nasabahnya, dapat dilihat dari indikator yang digunakan oleh Ahmad & Pambudi (2014) yaitu:

1. Keamanan, yaitu kemampuan untuk melindungi informasi atau data nasabah dari tindak penipuan atau kejahatan perbankan. Indikator keamanan menggambarkan sejauh mana layanan-layanan diberikan dengan cara yang membuat para nasabah merasa aman dan percaya diri ketika menggunakan CRM.
2. Kemudahan, yaitu memudahkan bagi nasabah dalam menaplikasikan fasilitas tersebut, dan lokasi yang strategis tersedianya CRM memudah nasabah tanpa harus ke kantor dan mengantri.

3. Kemanfaatan, yaitu penggunaan fasilitas dapat meningkatkan produktifitas nasabah dan meningkatkan efisiensi dan kinerja nasabah dalam menyetor uang dan transaksi lainnya karena dapat dilakukan kapan saja tanpa terbatas waktu.

2.5 Minat Menabung Nasabah

2.5.1 Pengertian Minat Menabung

Priansa (2017:164) menjelaskan bahwa minat menabung berhubungan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu. Minat menabung juga dapat dikatakan sebagai pernyataan mental dari nasabah untuk pemilihan produk tabungan tertentu. Pemilihan tersebut dapat disebabkan oleh berbagai alasan yang logis maupun emosional.

Minat seseorang menunjukkan adanya kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada sesuatu baik benda, orang maupun aktivitas atau situasi yang menjadi objek tersebut yang disertai dengan perasaan senang. Pada teori perilaku konsumen minat beli merupakan bagian dari komponen pada perilaku dalam sikap untuk mengonsumsi (Nainggolan, 2021:71). Reaksi dari konsumen tersebut adalah sikap yang cenderung untuk mengonsumsi atau menggunakan sebelum sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi

perilaku atau tindakan tersebut, minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu.

2.5.2 Minat Menabung Dalam Prespektif Islam

Minat dalam menurut pandangan Islam, dibedakan antara keinginan dengan kebutuhan. Keinginan didefinisikan sebagai kemauan atau hasrat manusia, sedangkan kebutuhan didefinisikan sebagai segala keperluan dasar untuk memenuhi kehidupannya. Sesuatu yang hendak dipenuhi kebutuhannya itu didapatkan secara halal dan tidak bertentangan dengan hukum islam. Maka jasa atau produk tabungan bank syariah, secara konsep hukum sudah memenuhi kebutuhan untuk dikonsumsi atau digunakan.

Minat menabung harus sesuai dengan anjuran menabung dalam Islam yang merupakan manifestasi sebagai dorongan untuk membangun masa depan, karena hasil tabungan bisa dijadikan modal usaha. Islam memandang harta kekayaan wajib dimanfaatkan sebaiknya-baiknya demi kebahagiaan di alam akhirat. Harta kekayaan merupakan nikmat dan kebaikan jika untuk menuju kesuksesan di alam akhirat (Idris, 2022).

Maka menabung dalam Islam bermakna sangat luas dan menyeluruh, sangat dianjurkan yang tidak terbatas hanya pada mengumpulkan uang, tetapi pada efektifnya seseorang mengelola pengeluaran dari harta yang dimiliki. Sebaliknya pemborosan termasuk salah satu sumber keburukan. Allah Ta'ala telah begitu keras melarang manusia dari pemborosan, dalam QS. Al-An'am:

141, yang artinya: *“Dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”*.

2.5.3 Aspek-Aspek Minat Menabung

Beberapa aspek yang dapat menjadi pertimbangan pada minat seseorang terhadap suatu objek dapat disebabkan oleh faktor internal maupun eksternal individu tersebut. Beberapa aspek yang dijelaskan di bawah sebagai pertimbangan pada minat seseorang terhadap suatu objek yang secara umum dapat disebabkan oleh faktor internal maupun eksternal dari individu. Meskipun aspek yang dijelaskan di bawah sebagai aspek dari minat beli, namun dapat dijustifikasikan sebagai minat menabung, pada substansi aspeknya.

Menurut Kotler & Keller (2012:189) aspek ditentukan sebagai berikut:

- a. Adanya sikap orang lain, yang memberikan alternatif untuk disukai atau tidak yang akan tergantung pada intensitas sifat positif atau negatifnya dan sejauh mana motivasi konsumen untuk menuruti keinginan dari tawaran orang lain.
- b. Adanya situasi yang dapat atau tidak terantisipasi, aspek ini akan dapat merubah pendirian konsumen dalam melakukan keputusan terhadap minatnya. Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen sendiri, apakah dia sudah yakin dalam memutuskan akan membeli suatu barang atau tidak.

Sedangkan Lucas & Britt (2012:101) membagi aspek-aspek minat yang terdiri dari:

- a. Adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk baik barang ataupun jasa.
- b. Adanya ketertarikan setelah timbulnya perhatian yang menimbulkan perasaan untuk tertarik pada konsumen.
- c. Keinginan, merupakan perasaan yang melebihi dari sekadar tertarik saja, karena cenderung mengingini untuk memiliki produk atau jasa tersebut.
- d. Keyakinan, timbulnya keyakinan dari barang atau jasa yang diinginkan dapat merelisasikan niat diri individu sehingga menimbulkan keputusan untuk memperolehnya dengan membeli.
- e. Keputusan, merupakan proses akhir dari aspek minat, sebagai perilaku konsumen untuk memutuskan membeli. Meskipun tahapannya berurut seperti sebelumnya, namun untuk membeli, memerlukan pertimbangan yang mendalam terhadap barang dan jasa yang akan dibeli, karena menyangkut dimana, kapan, bagaimana, berapa jumlah, dan mengapa membeli produk tersebut serta harga produk atau jasa yang akan diperolehnya tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas, minat menabung bagi nasabah bank juga berkaitan dengan sejauh mana adanya aspek minat yang menjadi pertimbangannya untuk memiliki produk tabungan pada bank tertentu. Sebab secara substansi aspek tersebut pada dasarnya

sama untuk setiap konsumen, hanya tergantung pada produk atau jasa yang akan dikonsumsi. Menabung merupakan bagian dari kebutuhan jasa bagi nasabah dengan pertimbangan aspek-aspek tersebut.

2.5.4 Indikator Minat Menabung

Minat menabung dapat terlihat dengan berbagai pengukuran dimensi. Priansa (2017:168) menyatakan bahwa secara umum dimensi tersebut yang berkenaan dengan empat dimensi pokok. Minat menabung dapat diidentifikasi sebagai indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa kajian terdahulu yang telah diteliti beragam temuan dan berbagai model penelitian, teknik sampling dan metode analisis data yang berbeda sebagai bukti empiris terkait dengan variabel-variabel penelitian tersebut pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1
Penelitian Tedahulu

No	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Metode Analisi	Hasil Penelitian
1	Suryani dan Kurniawan (2023). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri KC Dumai.	Analisis Regresi Berganda	Fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah, sedangkan pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KC Dumai.
2	Safarida, et al (2022). <i>Costumer Preference Analysis In Using Cash Recycle Machine Service at Bank Syariah Indonesia</i>	Analisis kendall's W test.	Penggunaan mesin CRM BSI di Cabang Langsa positif pada keputusan, jarak, jangka waktu, waktu setor tunai, teknologi, tingkat kepraktisan, kelancaran sedangkan tingkat keamanan tidak dipertimbangkan oleh nasabah
3	Wulandari (2021), "Pengaruh Fasilitas Unit Mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) terhadap minat Masyarakat Kabupaten Kuantan Singingi Menabung di Bank BRI Syariah KCP. Kuansing Ahmad yani".	Analisis Regresi Sederhana	Fasilitas unit mesin ATM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kabupaten Kuantan Singingi menabung di Bank BRI Syariah KCP Kuansing Ahmad Yani.
4	Rahmawati & Raymond. (2020). Penggunaan Mesin CRM dan Aplikasi e-Channel Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BNI Batu Aji Batam	Regresi linier berganda	Variabel mesin CRM dan e-channel secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

Tabel 2.1–Lanjutan

No	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Metode Analisi	Hasil Penelitian
5	Wandira (2018). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung).	Regresi linier berganda	Variabel Fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah, sedangkan pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2.1 penelitian terdahulu, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Penelitian Suryani dan Kurniawan (2023) bertujuan untuk mengetahui “pengaruh fasilitas dan pelayanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri KC Dumai terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah”. Metode analisis diolah dengan regresi linier berganda dibantu SPSS 21.0 *For Windows* dari kuisioner yang dibagikan kepada sampel 90 nasabah yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling* dari populasi nasabah Bank Syariah Mandiri. Kemudian pengolahan datanya menggunakan aplikasi. Kesimpulan penelitian ini adalah variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung sedangkan variabel pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung. Secara simultan variabel fasilitas dan pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Dumai. Fasilitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah fasilitas peralatan dan bangunan termasuk fasilitas ATM yang seberapa banyak disediakan oleh bank tersebut

tidak mempengaruhi minat nasabah. Sedangkan pada pelayanan yang diberikan, semakin besar pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat minat menabung nasabah pada bank tersebut.

2. Penelitian Safarida, et al, (2022) yang bertujuan untuk menganalisis “tingkat preferensi nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa dalam menggunakan jasa setor tunai melalui Cash Recycle Machine (CRM)”. Metode analisi data yang digunakan penelitian menggunakan *Kendall's W Test* atau koefisien kecocokan Kendall adalah *non-parametrik statistic* yang dapat digunakan untuk menilai kesepakatan di antara penilai, dibantu SPSS yang dikumpulkan melalui kuesioner dan disusun menggunakan skala diferensial semantik dengan 10 atribut terhadap sampel 100 nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa yang ditentukan dengan teknik *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan mesin CRM BSI di Cabang Langsa positif pada keputusan, jarak, jangka waktu, waktu setor tunai, teknologi, tingkat kepraktisan, kelancaran akses, daya tahan bukti setor, dan tingkat resiko, Kecuali untuk atribut yang berhubungan dengan tingkat keamanan dimana rata-rata responden tidak menjadi pertimbangan nasabah dalam melakukan setoran tunai melalui layanan CRM.
3. Penelitian Wulandari (2021) bertujuan untuk mengetahui “pengaruh fasilitas unit mesin anjungan tunai mandiri (ATM) terhadap minat masyarakat Kabupaten Kuantan Singingi

menabung di Bank BRI Syariah”. Kuansing Ahmad Yani. Penentuan sampel 44 orang dengan rumus slovin tingkat toleransi 15% dari populasi dari masyarakat kabupaten Kuantan Singingi yang berjumlah 324.413 jiwa. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa fasilitas unit mesin ATM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Kuantan Singingi di Bank BRI Syariah KCP Kuansing Ahmad Yani. Artinya semakin baik fasilitas unit mesin ATM maka semakin meningkat minat masyarakat menabung di Bank tersebut.

4. Penelitian Rahmawati & Raymond. (2020) bertujuan untuk mengukur “pengaruh penerapan mesin CRM dan *e-channel* terhadap kepuasan nasabah di Bank BNI Batu Aji Batam”. Dengan sampel 190 responden dari populasi 363 nasabah Bank BNI Batu aji Batam yang datang pada bulan Januari sampai dengan Maret tahun 2020, berdasarkan rumus slovin. Menyimpulkan bahwa variabel CRM *Engine* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. variabel E-channel berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Pengaruh mesin CRM terhadap kepuasan karena dapat memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi.
5. Tujuan Penelitian Wandira (2018) untuk mengetahui “pengaruh fasilitas dan pelayanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung terhadap minat nasabah

menabung di Bank Syariah”. Metode analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan aplikasi SPSS For Windows. Dengan populasi jumlah nasabah tabungan pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung tahun 2017 berjumlah 1250 orang, kemudian dengan teknik pengambilan sampel secara insidental ditemukan 93 nasabah untuk penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung, sedangkan variabel pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung, dan secara bersamaan variabel fasilitas dan pelayanan dapat mempengaruhi minat nasabah menabung pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung. Berdasarkan data tanggapan responden mengakui bahwa dengan adanya fasilitas mesin ATM nasabah dapat memudahkan bertransaksi dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah, namun fasilitas tersebut tidak mempengaruhi minat menabung nasabahnya. Variabel pelayan dapat mempengaruhi minat menabung nasabah karena percaya pada kinerja bank Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung tersebut.

2.7 Kerangka Pemikiran

Beberapa teori di atas telah menjelaskan tentang pentingnya fasilitas mesin CRM terhadap minat nasabah menabung, kemudian hasil penelitian sebelumnya memberikan jelas tentang pengaruh fasilitas terhadap minat nasabah. Berkaitan dengan penggunaan

mesin CRM telah dihasilkan dari penelitian Safarida, dkk, (2022) yang memberi preferansi yang tinggi pada keputusan dari aksesibilitas, waktu tempuh dan efesiensi ke lokasi mesin CRM. Pengaruh penggunaan mesin CRM juga dapat memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga terus berminat untuk menabung (Rahmawati & Raymond. 2020). Meskipun agak berbeda fungsi dengan mesin CRM, namun penelitian Wulandari (2021) memberikan hasil bahwa fasilitas unit mesin ATM berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung. Berdasarkan landasan teori dan beberapa hasil penelitian yang dijelaskan di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini disusun seperti pada Gambar 2.1.

Gambar 2. 1
Skema Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Diolah, 2023

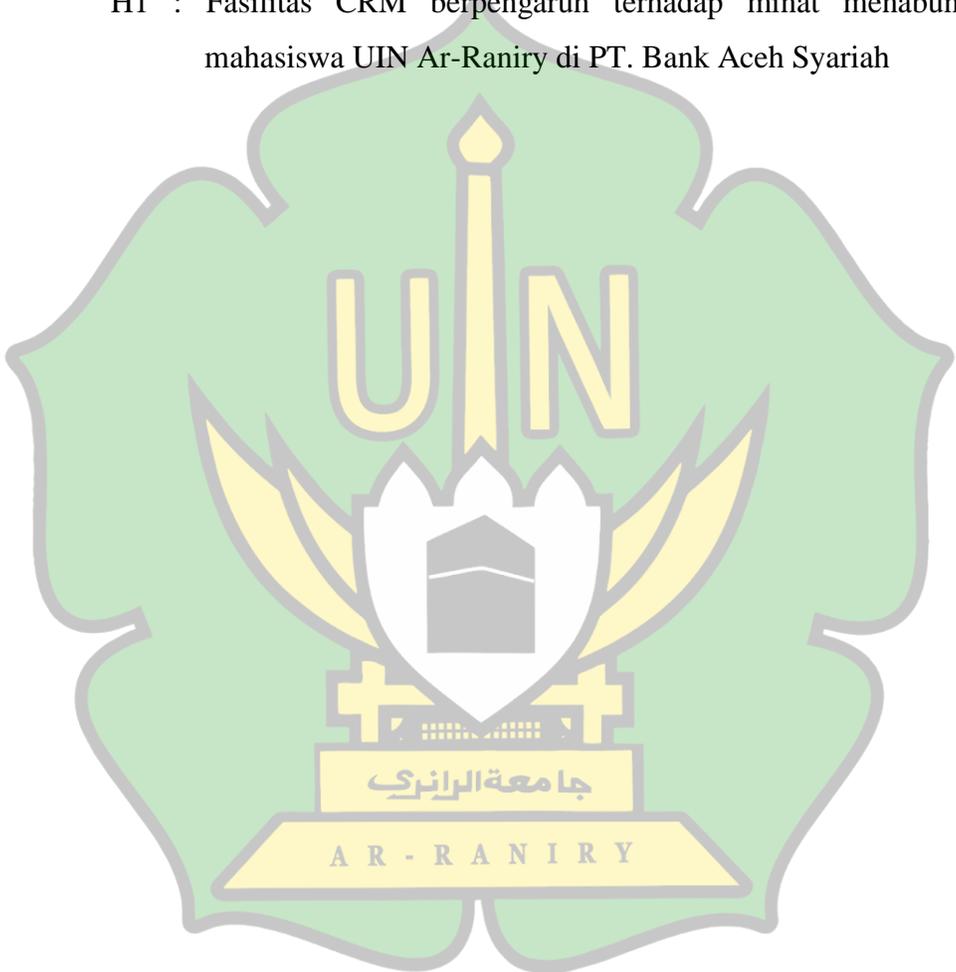
Adapun pengaruh antar variabel dalam penelitian ini adalah pengaruh fasilitas CRM PT. Bank Aceh Syariah [X] terhadap variabel minat menabung mahasiswa UIN Ar-Raniry di kota Banda Aceh [Y]

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan atau pernyataan terhadap suatu permasalahan yang kebenarannya masih lemah atau belum dapat

dipastikan kebenarannya karena dugaan tersebut masih bersifat sementara dan harus masih diuji kebenarannya (Misbahuddin & Hasan, 2013:34). Maka berdasarkan penjabaran dari kerangka berfikir di atas, maka penelitian ini mempunyai hipotesis bahwa:

H1 : Fasilitas CRM berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa UIN Ar-Raniry di PT. Bank Aceh Syariah



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan penelitian lapangan (*field research*) dan pendekatan kepustakaan (*library research*). Penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian empiris di mana pengumpulan data-datanya dalam bentuk sesuatu yang dapat dihitung, yang proses penelitiannya dimulai dari teori, hipotesis, desain penelitian, memilih subjek, mengumpulkan data, memproses data, dan menuliskan kesimpulan (Anshori & Iswati, 2019:13).

Dalam penelitian ini mendeskripsikan, memprediksi, dan mengontrol suatu gejala untuk menemukan kesimpulan dari pengaruh penggunaan fasilitas *Cash Recycling Machine* (CRM) terhadap minat menabung mahasiswa UIN Ar-Raniry pada Bank Aceh. Maka diperlukan berbagai pendekatan untuk memari itu diperlukan analisis deskriptif dalam penelitian kuantitatif ini

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di lingkungan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry di Kopelma Darussalam Banda Aceh pada Bank Aceh. Menurut Sugiyono (2016) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai

kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) jumlah populasi penelitian merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa UIN Ar-Raniry yang aktif. Besar populasi diketahui terdiri dari 3.012 mahasiswa Fakultas Syariah & Hukum (FSH), 5.867 mahasiswa Fakultas Tarbiyah & Keguruan (FTK), 1.239 mahasiswa Fakultas Adab & Humaniora (FAH), 1.559 mahasiswa Fakultas Dakwah & Komunikasi (FDK), 1.092 mahasiswa Fakultas Usuluddin & Filsafah (FUF), 1.754 mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam (FEBI), 1.511 mahasiswa Fakultas Sains & Teknologi (Saintek), 542 mahasiswa Fakultas Psikologi (FP), 892 mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Politik (Fisip). Data tersebut terdiri dari pada kalangan mahasiswa aktif tingkat sarjana berdasarkan periode 31 Mei 2023 dari 45 prodi pada 9 fakultas yang ada dilingkungan UIN Ar Raniry yang menjadi total populasi adalah 17.468 orang (Siakad UIN Ar-Raniry, 2023).

3.3.2 Sampel Penelitian

Penggunaan sampel diperkenankan dalam proses penelitian selama sampel dapat mewakili populasinya secara baik (*representative*). Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel digunakan bila peneliti tidak memungkinkan meneliti keseluruhan populasi dikarenakan adanya keterbatasan tenaga dan waktu, dalam hal ini peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *cluster random sampling*. Dengan tujuan agar mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Alasan menggunakan teknik *cluster sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis menggunakan teknik klaster setiap fakultas mahasiswa terwakili dengan kriteria sudah pernah bertransaksi atau menabung pada Bank Aceh.

Untuk mengetahui jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan rumus slovin dan sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul terwakili (Sugiyono, 2016:136) sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Tingkat kesalahan sebesar 0,1 atau 10%

Jadi besar sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{17.468}{1 + 17.468(0,1)^2} \quad n = \frac{17.468}{175,68} \quad n = 99,43 \text{ digenapkan } 100$$

Dengan pembagian responden di setiap fakultas dengan perhitungan *cluster random sampling*:

$$n = \frac{\text{populasi kelas}}{\text{populasi keseluruhan}} \times \text{sampel yang ditentukan}$$

$$n(\text{FSH}) = \frac{3.012}{17.468} \times 100 = 17,24 \text{ digenapkan menjadi } 17$$

$$n(\text{FTK}) = \frac{5.867}{17.468} \times 100 = 33,59 \text{ digenapkan menjadi } 34$$

$$n(\text{FAH}) = \frac{1.239}{17.468} \times 100 = 7,09 \text{ digenapkan menjadi } 7$$

$$n(\text{FDK}) = \frac{1.559}{17.468} \times 100 = 8,92 \text{ digenapkan menjadi } 9$$

$$n(\text{FUF}) = \frac{1.092}{17.468} \times 100 = 6,25 \text{ digenapkan menjadi } 6$$

$$n(\text{FEBI}) = \frac{1.754}{17.468} \times 100 = 10,04 \text{ digenapkan menjadi } 10$$

$$n(\text{Saintek}) = \frac{1.511}{17.468} \times 100 = 8,98 \text{ digenapkan menjadi } 9$$

$$n(\text{FP}) = \frac{542}{17.468} \times 100 = 3,10 \text{ digenapkan menjadi } 3$$

$$n(\text{Fisip}) = \frac{892}{17.468} \times 100 = 5,11 \text{ digenapkan menjadi } 5$$

Maka dari itu sampel penelitian ini telah mencukupi dari jumlah populasi. Sampel sebanyak 100 orang dinilai telah mencukupi untuk mewakili keseluruhan minat mahasiswa menabung di Bank Aceh. Peneliti meyakini sampel yang tersebut bersifat homogen dengan jumlah sampel tersebut diyakini akan diperoleh data dan informasi tepat dan objektif serta dapat memberikan gambaran yang sesungguhnya tentang masalah yang diteliti.

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan data primer, data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian (Siregar, 2012:37). Menurut Arikunto (2013:172) data primer merupakan data asli yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan melalui pihak pertama yang biasanya dilakukan melalui kegiatan seperti melakukan menyebar kuesioner, angket, wawancara dan survei.

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data (Indrawan&Yaniawati, 2014:141). Data primer dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada nasabah mahasiswa yang ada pada Bank Aceh.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dan memperoleh semua informasi adalah dengan menggunakan *field research*. Penelitian lapangan adalah penelitian dengan cara meninjau langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer (Sugiyono, 2013:27). Pada penelitian lapangan yang dilaksanakan peneliti menggunakan metode melakukan penyebaran kuesioner di setiap fakultas dan diberikan kepada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh untuk menjawab kuesioner tersebut.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2016:216). Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala interval, banyak juga yang menyebutkan dengan skala likert atau suatu cara untuk menemukan dan mengukur instrumen yang jelas terhadap pernyataan dalam kuesioner untuk setiap variabel penelitian yang berisi 1-5 tingkat preferensi jawaban.

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.5.1 Definisi Variabel

Definisi variabel merupakan konstruk yang sifat-sifatnya sudah diberi nilai dalam bentuk bilangan atau konsep yang mempunyai dua nilai atau lebih pada suatu kontinum. Nilai yang dimaksud dalam variabel ini adalah yang biasanya dinyatakan dalam

bentuk angka-angka seperti usia, agama, jenis kelamin, dan lain sebagainya (Misbahuddin&Hasan, 2013:14).

Bagian variabel penelitian juga suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya (Siyoto & Sodik, 2015:50). Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat, yaitu:

- a. Variabel bebas (*independent variable*) yaitu variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab akibat timbulnya variabel terikat (terikat lainnya).
- b. Variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang dapat dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (bebas lainnya).

Berdasarkan objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, minat menabung mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh sebagai variabel terikat (Y), dan fasilitas *cash recycling machine* Bank Aceh menjadi variabel bebas (X). Selanjutnya dari setiap variabel independen akan dilakukan proses analisis deskriptif dari data yang berhasil dihimpun dari berbagai sumber yang didapatkan di lapangan melalui pengisian kuesioner yang kemudian dilakukan penyajian hasil analisis terkait pengaruh fasilitas *cash recycling machine* Bank Aceh terhadap minat menabung mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3.5.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel akan menjelaskan konsep uraian mengenai variabel-variabel penelitian sebagai alat ukur dan indikator variabel serta item-item pernyataan pada kuesioner yang disebarkan terhadap responden yang dipilih dalam penelitian sebagai salah satu item instrumen dengan jawaban tertutup yang disediakan untuk dipilih atau masing-masing menggunakan skala likert.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Konsep	Indikator	Item	Skala
1	Fasilitas CRM [X]	<i>Cash Recycling Machine (CRM)</i> merupakan fasilitas perbankan yang bisa digunakan untuk menarik dan setor uang tunai oleh nasabah sebagaimana pengembangan dari pada mesin CDM dan ATM, serta memiliki layanan sebagaimana aplikasi mobile banking, seperti transfer, cek saldo, transaksi pembayaran dan pembelian hingga transaksi online (Chusna, 2022).	a. Keamanan b. Kemudahan c. Kenyamanan (Disemadi&Prananingtyas, 2019).	1-2 3-5 6-7	Likert

Tabel 3.2–Lanjutan

No	Variabel	Konsep	Indikator	Item	Skala
2	Minat Menabung [Y]	Minat menabung berhubungan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu sebagai pernyataan tertentu yang disebabkan oleh berbagai alasan yang logis maupun emosional (Priansa (2017:164)	a. Transaksional b. Referensial c. Preferensial d. Eksploratif (Priansa, 2017:168)	1-2 3-4 5-6 7-8	Likert

Sumber: data diolah 2023

3.6 Skala Pengukuran Penelitian

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval, banyak juga yang menyebut dengan skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Dengan menggunakan skala likert variabel yang akan diukur dijabarkan kedalam beberapa sub variabel. Yang mana subvariabel dijabarkan menjadi komponen-komponen yang terukur ini kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang kemudian dijawab oleh responden. Skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif.

Tabel 3.3
Pedoman Pemberian Skor

No	Pertanyaan	Skor/Pernyataan
1	SS = Sangat setuju	5
2	S = Setuju	4
3	KS = Kurang setuju	3
4	TS = Tidak setuju	2
5	STS = Sangat tidak setuju	1

Sumber: Data diolah, 2022

3.7 Metode dan Teknik Analisis Data

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif. Menurut Ghazali (2016:154) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, sum, range, kurtosis, dan kemencengan distribusi (sweakness). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan *software* SPSS (Statistica Product and Service Solutions).

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dari alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner (Ghozali, 2016:45). Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah kuesioner.

Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah

penjumlahan dari keseluruhan item. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk mencari degree of freedom $(df)=n-2$ dengan $\alpha 0,05$. Jika r hitung lebih besar r tabel dan nilai r positif maka butiran pernyataan tersebut dikatakan valid.

Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka butir pernyataan atau variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka butiran pernyataan atau variabel tersebut tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach alpha* > 0.60 .

Menurut Ghazali (2016:47) kriteria dalam penilaian uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila hasil koefisien *alpha* lebih besar dari taraf signifikan 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
2. Apabila hasil koefisien *alpha* lebih kecil dari taraf signifikan 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang dihasilkan merupakan model yang regresi yang tidak lebih dari satu. Adapun uji asumsi klasik ini meliputi:

3.7.3.1 Uji Normalitas

Mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, yang bertujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel. Uji ini akan menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal (Arikunto, 2013:221). Hasil dari regresi dapat diperoleh dengan grafik normal P-Plot. Selain dari grafik histogram dan P-Plot, untuk menguji normalitas dengan nilai dapat menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov.

Pengujian hipotesis *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

- a) Nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,1$ distribusi data adalah tidak normal,
- b) Nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,1$ distribusi data adalah normal.

3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan varian yang berbeda terobservasi satu ke observasi lain (Arikunto, 2013:223). Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke

pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas. Cara untuk mendeteksinya adalah dengan menggunakan uji glejser dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2016:137).

Kriteria pengambilan keputusan untuk uji glejser antara lain sebagai berikut:

1. Bila nilai signifikansi $> 0,05$ dapat disimpulkan data homoskedastisitas.
2. Bila nilai signifikansi $< 0,05$ dapat disimpulkan data homoskedastisitas.

3.7.4 Regresi Linear Sederhana

Menurut Ghozali (2016:93) Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Suatu hubungan dikatakan positif apabila kenaikan atau penurunan diikuti oleh kenaikan atau penurunan Y, begitu pada sebaliknya. Model regresi yang dikembangkan adalah:

$$Y = a + bx + e \quad (3.2)$$

Keterangan:

Y = Minat menabung

X = Fasilitas CRM

a = Konstanta (nilai yang tidak berubah)

b = Koefisien regresi variabel bebas

e = *standard error*

3.8 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji statistik t, dan uji koefisien determinasi.

3.8.1 Uji Parsial

Uji parsial t ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dari hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini uji signifikan parameter individual (uji-t) menggunakan pengujian dua arah (*two tail test*). Peneliti disini menggunakan pengujian dua arah karena H_a merupakan hipotesis komposit dua arah yang bisa menunjukkan bahwa variabel independen dapat berpengaruh negatif atau positif terhadap variabel dependen. Maka dari itu untuk menunjukkan masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, ditetapkan kriteria pengambilan keputusannya.

Adapun kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

1. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 atau $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka berarti

semua variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau t -hitung $>$ t -tabel maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka berarti semua variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

3.8.2 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Koefisien determinasi dapat diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi atau Adjusted R Square. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016:97). Melalui angka koefisien determinasi, kita dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam model persamaan regresi dapat menjelaskan variabel dependen dibandingkan dengan variabel lain di luar model.

Angka koefisien determinasi adalah di antara 0 (nol) hingga 1 (satu). semakin mendekati angka 1, maka dapat dikatakan sebuah variabel independen semakin besar kemampuannya dalam menjelaskan varians dari variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati angka 0, maka dapat dikatakan bahwa sebuah variabel semakin kecil kemampuannya dalam menjelaskan varians dari variabel dependennya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian merupakan para mahasiswa diberbagai jurusan pada 9 (Sembilan) fakultas strata 1(S-1) di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry kota Banda Aceh, mahasiswa yang dipilih, mereka melakukan aktivitas atau transaksi menggunakan mesin Cash Recycling Machine (CRM) Bank Aceh untuk kegiatan usaha, transfer ataupun setor. Penyebaran kuesioner dilapangan dilakukan dengan dua acara yakni a) secara langsung menjumpai nasabah/mahasiswa dan b) secara tidak langsung melalui sebuah link berbagi menggunakan aplikasi android pada smartphone dengan jumlah klaster setiap masing-masing fakultas sebanyak 100 responden yang telah memenuhi kriteria sampel penelitian (Lampiran 2). Sebelum melakukan analisis, terlebih dahulu menjelaskan data responden karakteristik secara deskripsi seperti halnya jenis kelamin, umur, fakultas, menggunakan mesin CRM dan mengetahui keberadaan mesin CRM.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Frekuensi	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	a. Laki-laki	28	28,0
	b. Wanita	72	72,0
	Jumlah	100	100,0

Tabel 4.1–Lanjutan

No	Karakteristik	Frekuensi	Persentase
2	Umur		
	a. 17–19 Tahun	32	32,0
	b. 20–22 Tahun	43	43,0
	c. > 23 Tahun	25	25,0
	Jumlah	100	100,0
3	Fakultas		
	a. FSH	18	18,0
	b. FTK	35	35,0
	c. FAH	3	3,0
	d. FDK	9	9,0
	e. FUF	7	7,0
	f. FEBI	11	11,0
	g. Sainstek	9	9,0
	h. FP	3	3,0
	3. Fisip	5	5,0
	Jumlah	100	100,0
4	Menggunakan Mesin CRM		
	a. Sering	59	59,0
	b. Jarang	41	41,0
	Jumlah	100	100,0
5	Mengetahui Mesin CRM		
	a. Mengetahui	66	66,0
	b. Tidak mengetahui	34	34,0
	Jumlah	100	100,0

Sumber : Data Primer, 2023 (diolah)

4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden terhadap jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1, menunjukkan bahwa dari 100 mahasiswa penelitian terdapat karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terdiri atas dua kategori yakni laki-laki dan perempuan. Berjenis perempuan sebanyak 72 orang atau sebanyak 72,0% sedangkan responden laki-laki hanya 28 orang atau 28,0%,

berdasarkan penyebaran kuersioner penelitian hasil frekuensi menunjukkan bahwa responden didominasi oleh perempuan.

4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Berdasarkan Tabel 4.1, menunjukkan bahwa dari 76 responden penelitian terhadap karakteristik responden berdasarkan fakultas terdiri atas sembilan jenis klaster yang disebarkan kuesioner bahwa fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) terbanyak dari jumlah mahasiswa fakultas lain di UINAR yakni berjumlah 35 mahasiswa atau sebesar 35%, kemudian Fakultas Syariah dan Hukum (FSH) terbanyak jumlah kedua yakni 18 mahasiswa (18%), selanjutnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) sebanyak 11 mahasiswa (11%). Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) & Fakultas Sains dan Teknologi (Saintek) kedua fakultas tersebut sama yakni sebanyak 9 mahasiswa (9%), kemudian Fakultas Usuluddin dan Humaniora (FUF) sebanyak 7 mahasiswa (7%), Fakultas Sosial dan Politik (Fisip) sebanyak 5 mahasiswa (5%) serta yang terakhir Fakultas Adap dan Humaniora (FAH) & Fakultas Ilmu Pemerintahan (FP) keduanya sama yakni berjumlah 3 mahasiswa atau hanya 3% dari jumlah yang disebarkan.

4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Mesin CRM

Berdasarkan data primer yang telah dioalah, maka hasil persebaran responden berdasarkan penggunaan mesin CRM oleh nasabah dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1, menunjukkan bahwa dari 100 responden terdapat karakteristik responden yang sering menggunakan mesin tersebut sebanyak 59

mahasiswa atau sebesar 59% dan yang jarang menggunakan mesin CRM sebanyak 41 mahasiswa (41%). Hal ini kebanyakan mahasiswa lebih sering menggunakan mesin CRM dalam melakukan transaksi sehari-hari.

4.1.1.4 Karakteristik Responden Mengetahui Keberadaan Mesin CRM

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari jumlah responden terdapat karakteristik responden terhadap tingkat atau mengetahui keberadaan mesin ATM (CRM) setor dan tarik tunai berdasar hasil penelitian menemukan bahwa banyak kalangan mahasiswa sudah mengetahui mesin tersebut yakni mahasiswa dengan jumlah 66 orang menjawab iya atau sebesar 66% mengetahui akan keberadaan mesin CRM Bank Aceh, sedangkan sebanyak 34 orang menjawab kurang mengetahui keberadaan mesin tersebut.

4.1.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel fasilitas mesin CRM Bank Aceh yang mempengaruhi minat menabung mahasiswa UIN Ar-RANiry Banda Aceh. Berdasarkan hasil jawaban dari 100 mahasiswa yang menjadi responden penelitian terhadap masing-masing variabel penelitian yang dikelompokkan menjadi satu kategori yang digunakan dalam jawaban yang diberikan dalam skala likert. Dari 7 pernyataan yang diajukan menghasilkan skor paling sering muncul (modus) untuk setiap pertanyaan.

4.1.2.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Fasilitas CRM (X)

Deskriptif analisis jawaban responden mengenai variabel fasilitas CRM yang digunakan dalam model penelitian ini pada Tabel 4.2:

Tabel 4.2
Tanggapan Responden terhadap Variabel Fasilitas CRM [X]

No	Item pernyataan	Penilaian					Modus
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Bertransaksi pada fasilitas <i>Cash Recycling Machine</i> (CRM) baik setor maupun tarik tunai sangat aman	3,0	3,0	10,0	46,0	38,0	4,13
2	Saya yakin fasilitas sudah terjamin keamanannya dan terlindungi dari bahaya penipuan	2,0	5,0	10,0	58,0	25,0	3,99
3	Fasilitas CRM mudah digunakan untuk bertransaksi apa saja dengan fitur lengkap	4,0	3,0	8,0	47,0	38,0	4,12
4	Bertransaksi di mesin CRM efisien karena tidak harus menyetor ke bank	1,0	4,0	6,0	46,0	43,0	4,26
5	Mesin CRM mudah ditemukan di berbagai tempat	1,0	10,0	36,0	35,0	18,0	3,59
6	Bertransaksi di CRM lebih nyaman karena tidak harus antri di teller atau bank	2,0	7,0	6,0	42,0	43,0	4,17
7	Bertransaksi di CRM dapat dilakukan kapan saja	2,0	6,0	6,0	39,0	47,0	4,23
Modus							4,07

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa perhitungan modus atau mean (rerata) variabel fasilitas CRM adalah bernilai 4,07 maknanya bahwa responden merasakan “Setuju” pada semua pernyataan variabel tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan pada variabel fasilitas CRM yakni: Bertransaksi pada fasilitas CRM (Cash Recycling Machine) baik setor maupun tarik tunai sangat aman, fasilitas sudah terjamin keamanannya dan terlindungi dari bahaya penipuan, Fasilitas CRM mudah digunakan untuk bertransaksi dengan fitur lengkap, Bertransaksi di mesin CRM efisien karena tidak harus menyeter ke bank, Mesin CRM mudah ditemukan di berbagai tempat, Bertransaksi di CRM lebih nyaman karena tidak harus antri di teller atau bank, dan Bertransaksi di CRM dapat dilakukan kapan saja. pernyataan ini pada umumnya angka yang sering muncul atau rata-rata responden menjawab setuju.

4.1.2.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Menabung

[Y]

Deskriptif analisis jawaban responden mengenai variabel minat menabung di Bank Aceh yang digunakan dalam model penelitian ini pada Tabel 4.3

Tabel 4.3
Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Menabung [Y]

No	Item pernyataan	Penilaian					Modus
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Keamanan bertransaksi di mesin CRM menarik minat untuk menabung di Bank Aceh	1,0	6,0	9,0	56,0	28,0	4,04

Tabel 4.3–Lanjutan

No	Item pernyataan	Penilaian					
		STS	TS	KS	S	SS	Modus
2	Kemudahan dan kenyamanan bertransaksi di mesin CRM menarik minat untuk menabung di Bank Aceh	1,0	5,0	11,0	56,0	27,0	4,03
3	Saya ingin menabung di Bank Aceh karena ada yang memberi informasi tentang adanya mesin CRM tersebut	1,0	9,0	23,0	44,0	23,0	3,79
4	Saya ingin mengajak teman juga untuk menabung di Bank Aceh karena ada fasilitas CRM	2,0	7,0	24,0	40,0	27,0	3,83
5	Fasilitas CRM sesuai dengan kondisi kebutuhan sehari-hari	1,0	4,0	12,0	52,0	31,0	4,08
6	Fasilitas CRM cocok untuk mahasiswa yang sambil berbisnis	1,0	2,0	11,0	49,0	37,0	4,19
7	Saya ingin menabung di Bank Aceh agar bisa memanfaatkan untuk kepentingan usaha sampingan	1,0	3,0	12,0	58,0	26,0	4,05
8	Saya ingin menabung di Bank Aceh hanya untuk mencoba menggunakan mesin CRM	9,0	10,0	21,0	35,0	25,0	3,57
Modus							3,95

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa perhitungan modus atau mean (rerata) untuk variabel minat menabung di Bank Aceh adalah sebesar 3,95 maknanya bahwa responden merasakan “Setuju” pada pernyataan variabel minat menabung mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan pada minat misalkan:

Keamanan bertransaksi mesin CRM menarik minat untuk menabung di Bank Aceh, kemudahan dan kenyamanan bertransaksi di mesin CRM menarik minat untuk menabung di Bank Aceh, keinginan menabung di Bank Aceh karena ada yang memberi informasi tentang adanya mesin CRM tersebut, keinginan mengajak teman untuk menabung di Bank Aceh karena ada fasilitas CRM, Fasilitas CRM sesuai dengan kondisi kebutuhan sehari-hari, Fasilitas CRM cocok untuk mahasiswa yang sambil berbisnis, menabung pada Bank Aceh karena memanfaatkan kepentingan usaha sampingan, keinginan menabung di Bank Aceh hanya untuk mencoba menggunakan mesin CRM. Pernyataan instrument kuesioner pada umumnya angka yang sering muncul atau rata-rata responden menjawab setuju

4.1.3 Analisis Kualitas Instrumen

4.1.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan atau keabsahan suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dari hasil output dengan r_{tabel} yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23, dimana suatu pernyataan kuesioner dikatakan valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dinyatakan valid, namun, sebaliknya jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel atau responden dengan df = 100-2 atau df = 98 dan

taraf signifikan adalah 0,05 sehingga diperoleh hasil untuk $R_{\text{tabel}} = 0,196$.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan Valid
1	Fasilitas CRM [X]	a-1	0,822	0,196	0,000
		a-2	0,673	0,196	0,000
		a-3	0,849	0,196	0,000
		a-4	0,803	0,196	0,000
		a-5	0,720	0,196	0,000
		a-6	0,837	0,196	0,000
		a-7	0,758	0,196	0,000
2	Minat Menabung di Bank Aceh [Y]	b-1	0,729	0,196	0,000
		b-2	0,831	0,196	0,000
		b-3	0,716	0,196	0,000
		b-4	0,805	0,196	0,000
		b-5	0,774	0,196	0,000
		b-6	0,831	0,196	0,000
		b-7	0,767	0,196	0,000
		b-8	0,617	0,196	0,000

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 hasil yang diberikan kepada 100 responden dengan 15 pernyataan yang terbagi menjadi dua variabel bebas dan variabel terikat yaitu variabel fasilitas CRM [X] sebanyak 7 pernyataan dan variabel minat menabung di Bank Aceh [Y] sebanyak 8 pernyataan. Hasil uji validitas setiap indikator variabel untuk nilai R hitung $>$ R tabel yaitu 0,196, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan untuk variabel X, dan Y dinyatakan valid atau sah.

4.1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menentukan seberapa konsisten hasil dari pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan

dua kali atau lebih pada kelompok yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Butir pertanyaan kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *croncbach'alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *croncbach' alpha* < 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas instrument pertanyaan menggunakan SPSS 23 dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Croncbach' Alpha</i>	Keterangan
1	Fasilitas CRM [X]	0,893	Handal
2	Minat Menabung [Y]	0,883	Handal

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Dari keterangan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa seluruh variabel religiusitas, kepercayaan dan minat berzakat memiliki nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pernyataan pada setiap variabel dinyatakan reliabel (handal) karena memiliki nilai *Alpha Cronbach* > 0,60.

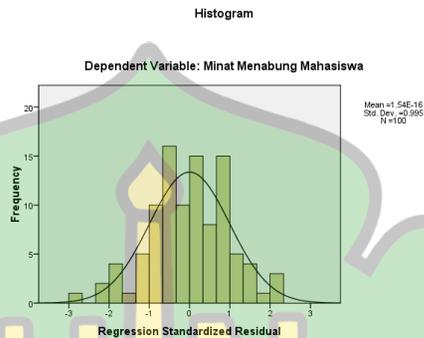
4.1.4 Uji Asumsi Klasik

4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas, untuk menilai apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak normal pada sebuah kelompok data atau variabel (Riyanto & Andhita, 2020:137). Menurut Sufren dan Natanael (2013:102) uji normalitas sebagai suatu usaha untuk menentukan apakah data yang dimiliki mempunyai kurva normal atau tidak. Data terdistribusi normal yaitu data mempunyai kurva normal pada Gambar 4.1 Histogram berbentuk lonceng terbalik

begitu juga pada Gambar 4.2 P-Plot mengidentifikasikan bahwa data terdistribusi normal dengan data tidak menjauhi garis diagonal.

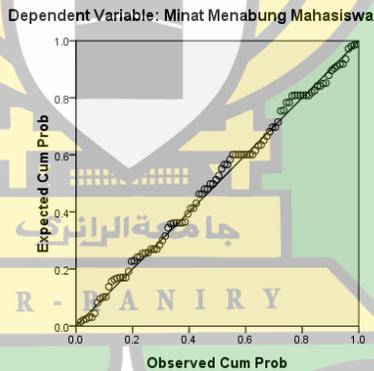
Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas (Histogram)



Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas (P-Plot)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Bentuk ketiga uji normalitas dengan melihat nilai *Kolmogorov-Smirnov* (metode-KS) dari hasil regresi untuk menunjukkan normalitas dengan metode tersebut. Bahwa dengan ketentuan asumsi

pengujian hipotesis pada Tabel 4.6 *Kolmogorov-Smirnov* memperoleh nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ (5%) distribusi data adalah normal sebesar 95,5 Asymp sig.

Tabel 4.6
Kolmogorov-Smirnov (KS)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.26361295
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.037
	Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z		.513
Asymp. Sig. (2-tailed)		.955

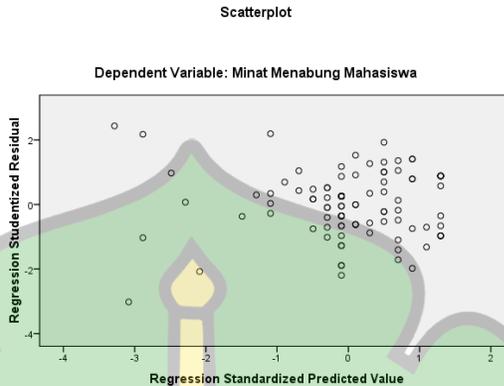
a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

4.1.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil pengujian uji heteroskedastisitas, digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain atau dinamakan dengan *homoskedastisitas*. Model regresi dikatakan dapat memenuhi ketentuan, hal ini membuktikan bahwa data dari semua variabel terdistribusi secara normal. ANIRY

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedasitas (*Scatterplot*)



Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Heteroskedastisitas merupakan indikasi bahwa varian antar residual tidak homogen yang mengakibatkan nilai taksiran yang diperoleh tidak lagi efisien. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedasitas dengan melihat data terdistribusi dengan menjauhi atau distribusi merata tidak mendekati satu sama lain antar data distribusi (Gambar 4.3).

4.1.5 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh fasilitas CRM terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Aceh, serta untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil pengujian dari analisis regresi linear sederhana ditunjukkan pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.267	1.898		3.829	.000		
Fasilitas CRM	.853	.066	.796	13.005	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung Mahasiswa

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS 23 maka diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 7,267 + 0,853X + e$$

Model persamaan pada Tabel 4.7 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta yaitu 7,267, angka ini menunjukkan bahwa: jika variabel fasilitas CRM [X] dianggap konstan maka nilai variabel minat menabung mahasiswa [Y] sebesar 7,267.
- b. Besarnya koefisien regresi b_1 yaitu 0,853, memiliki nilai positif (+), hal ini menunjukkan bahwa: jika variabel fasilitas [X] meningkat sebesar 1 satuan maka minat menabung mahasiswa [Y] akan meningkat sebesar 0,853 atau 85,3%.

4.1.6 Hasil Pembuktian Hipotesis

4.1.6.1 Hasil Uji Secara Parsial

Uji parsial atau uji t statistic (uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual (parsial) berpengaruh

terhadap variabel dependen. Dari perhitungan didapatkan nilai t tabel sebesar 1,984 yang diperoleh dari $df = n-k = 100-2 = 98$ (dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah sampel). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan, sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung $< t$ tabel atau nilai probabilitas (signifikansi) $> 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
2. Jika nilai t hitung $> t$ tabel atau nilai probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual.

Berdasarkan Tabel 4.7 diperoleh nilai t hitung sebesar 13,005 yang lebih besar dari t tabel 1,984 dengan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$, artinya variabel fasilitas CRM [X] secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa [Y]. Maka dalam penelitian ini, hipotesis alternatif yang diajukan sebelumnya (H_a) diterima atau sebaliknya menolak H_0 , sehingga fasilitas mesin CRM berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa UIN Ar-Raniry di PT Bank Aceh Syariah.

4.1.6.2 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independen atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi atau dapat menjelaskan varian variabel

dependen. Dengan demikian hasil uji determinasi (*R Square*) dapat dilihat pada Tabel 4.8

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.796 ^a	.633	.629	3.280	1.903

a. Predictors: (Constant), Fasilitas CRM

b. Dependent Variable: Minat Menabung Mahasiswa

Sumber: Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi R Square (Adjusted R Square) sebesar 0,629. Artinya variabel fasilitas CRM dapat memberikan kontribusi varian sebesar 62,9% terhadap variabel dependen berupa minat menabung mahasiswa di PT Bank Aceh Syariah, sedangkan sisanya sebesar 37,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Fasilitas CRM terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Aceh

Berdasarkan hasil penelitian uji statistik secara parsial yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel fasilitas CRM memiliki nilai koefisien beta positif dan memperoleh nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabelnya dan tingkat signifikan (nilai prob <5%). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan

signifika antara variabel fasilitas CRM terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Aceh.

Berdasarkan kajian tersebut dapat diketahui bahwa fasilitas CRM yang dilayani oleh Bank Aceh sudah memenuhi standar kebutuhan nasabah, semakin meningkat layanan mesin ATM fasilitas CRM. Bank Aceh memiliki mesin CRM baru ada beberapa gerai ATM di kota Banda Aceh sehingga memenuhi keinginan masyarakat dalam meningkatkan minat menabung di Bank Aceh.

Penggunaan *Cash Recycling Machine* (CRM) sebagai fasilitas Bank Aceh yang disediakan untuk nasabahnya, memiliki tingkat keamanan yang tinggi dan berkemampuan untuk melindungi informasi atau data nasabah dari tindak penipuan atau kejahatan perbankan. Hal ini menggambarkan sejauh mana layanan-layanan diberikan dengan cara yang membuat para nasabah merasa aman dan percaya diri ketika menggunakan CRM.

Kemudahan dalam menggunakan mesin CRM dapat meningkatkan minat nasabah dalam menaplikasikan fasilitas tersebut, dan Bank Aceh menempatkan lokasi yang strategis tersedianya CRM sehingga memudahkan nasabah melakukan transaksi tunai. Galeri ATM yang menyediakan mesin CRM sudah banyak ditempat lokasi-lokasi aman di kantor-kantor Bank Aceh di seluruh kota Banda Aceh.

Penggunaan fasilitas mesin dapat meningkatkan produktifitas, efesiensi dan kinerja nasabah dalam menyetor uang dihari-harilibur dan transaksi lainnya karena dapat dilakukan kapan saja tanpa

terbatas waktu sehingga sangat manfaat bagi mahasiswa dalam meningkatkan minat menabung di Bank Aceh. Bahwa melakukan transaksi di CRM dapat dijamin rahasia dan keamanan data nasabah direkam pada mesin tersebut.

Walaupun transaksi dan kebutuhan nasabah menjadi mudah terpenuhi karena bank sudah bertransformasi ke sistem digital, namun tetap memerlukan penggunaan perantara melalui ATM atau mesin CRM (Dewi, 2023). Penerapan strategi pada teknologi informasi perbankan tetap merujuk pada sasaran dan pengembangan produk atau jasa yang akan ditawarkan pada nasabah. Maka peluang pemasaran digital bank dengan menyediakan fasilitas perangkat pendukung teknologi informasi merupakan potensi meningkatkan minat nasabah perlu diterapkan strategi secara menyeluruh oleh perbankan syariah (OJK, 2021).

Minat menabung juga harus sesuai dengan anjuran menabung dalam Islam yang merupakan manifestasi sebagai dorongan untuk membangun masa depan, karena hasil tabungan bisa dijadikan modal usaha dan manfaat darurat lainnya. Islam memandang harta kekayaan wajib dimanfaatkan sebaiknya-baiknya demi kebahagiaan dunia dan akhirat.

Sesuai konsep model Davis (1989) dalam menguji penerimaan teknologi bagi pengguna suatu sistem dalam berbagai macam konteks, telah mendapatkan banyak perhatian dan konfirmasi untuk digunakan. Dua hal determinan utama dalam konstruk *Theory Acceptance Model* yaitu *perceived usefulness*

(persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) menjadi landasan teori untuk memberikan penjelasan dalam mempelajari dan memahami intensi perilaku individu terhadap penggunaan teknologi (Altunel & Koçak, 2017).

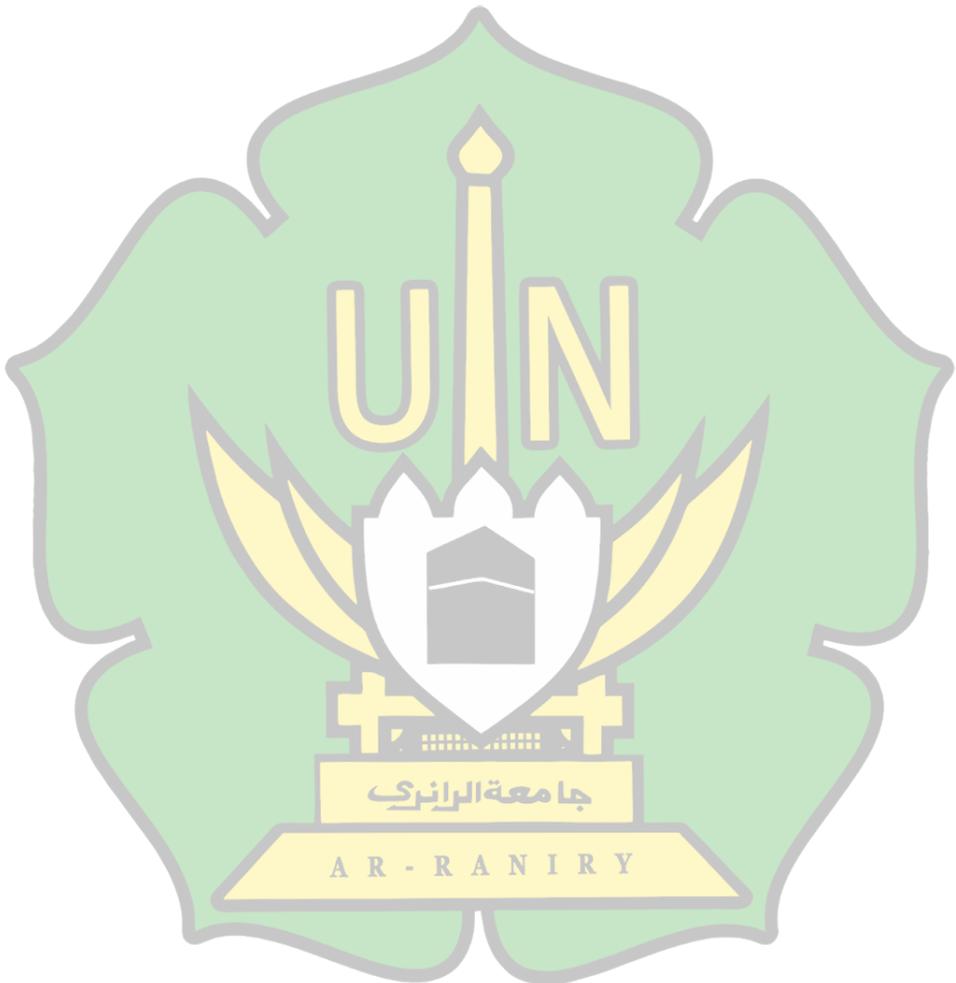
Minat nasabah menunjukkan adanya kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada sesuatu baik benda, orang maupun aktivitas atau situasi yang menjadi objek tersebut yang disertai dengan perasaan senang. Pada teori perilaku konsumen minat beli merupakan bagian dari komponen pada perilaku dalam sikap untuk mengonsumsi (Nainggolan, 2021:71). Reaksi tersebut merupakan cenderung sikap nasabah untuk mengonsumsi atau menggunakan fasilitas tersebut dan meningkatkan minatnya.

Hasil penelitian ini juga sejalan terkait kajian variabel fasilitas terhadap minat seperti penelitian Safarida dkk (2022) menemukan bahwa penggunaan CRM berpengaruh positif. Wulandari (2021) juga menemukan fasilitas mesin ATM berpengaruh positif terhadap masyarakat. Sedangkan hasil penelitian yang tidak sejalan yakni yang dilakukan Suryani dan Kurniawan (2023) serta Wandira (2018) mereka menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah.

4.2.2 Koefisien Determinasi Variabel Penelitian

Besarnya nilai minat menabung mahasiswa pada PT. Bank Aceh Syariah dapat dijelaskan oleh beragam faktor, dimana nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,629, menunjukkan bahwa varian variabel bebas (fasilitas mesin CRM) menjelaskan variabel terikat

sebesar 62,9%. Sedangkan sisanya sebesar 37,1% dipengaruhi oleh factor variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian seperti halnya penggunaan *e-commerce* (Rahmawati & Raymond (2020).



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh temuan hipotesis, maka kesimpulan dari jawaban rumusan masalah dalam membuktikan hipotesis yakni fasilitas mesin CRM Bank Aceh berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung kalangan mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Koefisien determinasi *Adjusted R Square* variabel dependen minat menabung dapat dijelaskan oleh variabel fasilitas sebesar 62,9 persen. Artinya kontribusi variabel independen dapat menerangkan varian variabel dependen penelitian seperti indikator keamanan, kemudahan dan kenyamanan pengguna.

Fasilitas CRM Bank Aceh memiliki tingkat keaman yang tinggi serta kemudahan saat melakukan transaksi dan nasabah juga dapat menemukan unit CRM diberbagai tempat. Bertransaksi menggunakan CRM lebih nyaman karena tidak harus antri ke teller atau bank sehingga dapat meningkatkan minat menabung mahasiswa yang didasarkan pada pengalaman-pengalaman bertransaksi sebelumnya serta ada referensi yang bagus atau positif kemudian ada pilihan-pilihan yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi bagi nasabahnya yang dapat memenuhi keinginannya untuk bereksporasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut untuk penelitian berikutnya antara lain:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan pola sampling selain rumus slovin atau dengan tingkat kesalahan 0,05 (5%) agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas terhadap masalah yang diteliti serta meneliti variabel-variabel yang lain yang belum pernah diteliti seperti promosi, produk, dan lain-lain yang akan mempengaruhi terhadap minat menabung.
2. Pihak akademisi dan peneliti selanjutnya dapat memberikan kontribusi mengenai pengembangan teori dan pengetahuan tentang fasilitas CRM dan minat perbankan syariah.
3. Hasil kajian empiris dapat meningkatkan perilaku dan praktik-praktik perbankan dalam meningkatkan layanan khusus Bank Aceh. Pihak instansi terkait diharapkan dapat lebih meningkatkan layanan fasilitas dan memperbanyak unit CRM agar mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dimana saja sehingga meningkatkan minat masyarakat menabung di bank syariah.
4. Diharapkan berguna sebagai sumbangan yang digunakan dalam memperkaya koleksi dan ruang lingkup karya-karya penelitian lapangan khusus para pegiat perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Pambudi, B.S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI) *Competence: Journal of Management Studies*, 8(1),1-11. DOI: <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v8i1.589>.
- Astuti, W dan Prijanto, B. (2021). Factors Affecting Muzaki's Interest in Paying Zakat Through Kitabisa.com: Technology Acceptance Model Approach and Theory of Planned Behavior, *AL-MUZARA'AH*, 9(1),21-44 DOI: 10.29244/jam.9.1.21-44
- Altunel, Mustafa Cevdet, & Koçak, Ömer Erdem. (2017). The roles of subjective vitality, involvement, experience quality, and satisfaction in tourists' behavioral intentions. *European Journal of Tourism Research*, 16,233-251. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v16i.287>
- Andrianto dan Firmansyah (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementansi Teori dan Praktek)*. Cetakan Pertama Surabaya: CV. Qiara Media.
- Anshori, M, & Iswati, S (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arikunto, S. (2013). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- BAS (2023). Produk dan Fasilitas Layanan keuangan Bank Aceh. Bank Aceh Syariah-Kantor Pusat, Banda Aceh. <https://www.bankaceh.co.id>

- Chusna, F. (2022). Mesin CRM: ATM Setor Tarik. *Investbro*. <https://investbro.id/mesin-crm/>
- Damayanti, S (2016). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 9(1),17-33. DOI: 10.25105/jmpj.v9i1.1412
- Dewi, M.U (2023). *Jenis Teknologi Yang Digunakan Dalam Dunia Perbankan*. Universitas STEKOM. <https://sistem-informasi-s1.stekom.ac.id/>
- Disemadi, H., & Prananingtyas, P. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Perbankan Pengguna CRM (Cash Recycling Machine). *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 8(3),286-402. DOI:10.24843/JMHU.2019.v08.i03.p07
- Feizal, M. (2018). Analisa dan Pengembangan Aplikasi Sentralisasi Kas Cash Deposit Machine. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, 1(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.32493/jtsi.v1i1.1950>
- Ghozali, I (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawan, R. & Yaniawati R.P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Idris, M (2022). Antara “Menabung” dan “Menimbun” Harta. *Aqidah: Muslim.id* 4 Juni 2022. <https://muslim.or.id/75598-antara-menabung-dan-menimbun-harta.html>

Ismail. (2015). *Perbankan Syariah*. Kencana Prenada Media Group.

Kalsum, U (2018). Otoritas Pengawasan Perbankan Syariah Di Indonesia. Li Falah: *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*. 3(2). DOI: <http://dx.doi.org/10.31332/lifalah.v3i2.1196>

Khan, F., & Siddiqui, K. (2013). The Importance of Digital Marketing: An Exploratory Study to Find The Perception And Effectiveness S Of Digital Marketing Amongst The Marketing Proffessionals in Pakistan. *Journal of Information Sytems and Operations Management*, 7(2),8-19.

Kotler, P & Keller, K.L (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, terj. Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga).

Lucas, D.B., & Britt, S.H. (2012). *Measuring Advertising Effectiveness*. New York: Mc Graw Hill.

Misbahuddin, & Hasan, I. (2013). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Muhammad (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Nainggolan, L.E., Koesriwulandari, Purba, B., Damanik, D. Hasan,M., Nainggolan, P., Kuswandi, S., Herawati,M., Muhammadin, - A., A Surya, C.M (2021). *Ekonomi Manajerial: Teori dan Pendekatan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

OJK (2017). *Konsep Operasional Perbankan Syariah*. Jakarta, Otoritas Jasa Keuangan Pusat.

OJK (2021). OJK (2017). *Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan*. Jakarta, Otoritas Jasa Keuangan Pusat.

Priansa, D.J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Edisi Cetakan 1. Bandung: Alfabeta.

Rahmawati, S., & Raymond. (2020). Penggunaan Mesin CRM dan Aplikasi E - Channel Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BNI Batu Aji Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 256-266. <https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/176>

Riyoko, S (2022). *Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi*, Monograf. Bengkulu: El Markazi.

Riyanto, Slamet., & Andhita Hatmawan, Aglis. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.

Safarida, N., Fahriansah, & Zikrillah, N. (2022). Customer Preference Analysis In Using Cash Recycle Machine Service at Bank Syariah Indonesia. *J-EBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1),169-190. <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v7i1.4061>

Siregar, Syofian. (2012). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.

Siyoto, Sandu., & Sodik, M. Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

_____ (2016). *Metode Penelitian & Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, N dan Kurniawan, H (2023). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri KC. Dumai. *Al-Hisbah: Jurnal Ekonomi*

Syariah, 3(1),1-14. DOI: <https://doi.org/10.57113/his.v3i1.215>

- Wahyuni, P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM (Automatic Teller Machine) dan Kepuasan Terhadap Loyalitas BRI Syariah Ponorogo. *Repository IAIN Ponorogo*.
- Wandira, A. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung. *Repository UIN Raden Intan, Bandar Lampung*. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/4321>
- Wulandari (2021), Pengaruh Fasilitas Unit Mesin Anjungan Tunai Mandiri (Atm) Terhadap Minat Masyarakat Kabupaten Kuantan Singingi Menabung Di Bank Bri Syariah Kcp. Kuansing Ahmad Yani. *Juhan Perak*: 2(3). <https://www.ejournal.uniks.ac.id/index.php/PERAK/article/view/1761>
- Wulandari, D (2023). Pemasaran Produk Bank Syariah di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/5686>
- Yusmad, M. Arafat.,(2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Deepublish Grup Penerbitan CV Budi Utama.

Lampiran 1

Angket/Kuesioner Penelitian

PENGARUH FASILITAS *CASH RECYCLING MACHINE* (CRM) BANK ACEH TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Assalamual'aikum wr. wb
Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyusunan tugas skripsi pada program strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, saya:

Nama : Ayu Mulia Safira
Nim : 190603397
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Afiliasi : UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dengan ini memohon kesediaan rekan-rekan mahasiswa (i) meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Seluruh jawaban rekan-rekan mahasiswa (i) sebagai kerahasiaan dan hanya digunakan untuk penelitian dan saya menjaganya dengan hati-hati.

Atas kesediaan dan partisipasi dari Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner untuk kesempurnaan hasil penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wrb

Hormat saya,

Ayu Mulia Safira
Peneliti

I Data Responden

Mohon mengisi data diri Bapak/Ibu/Saudara/i pada kolom yang telah disediakan. Berilah tanda *checklist* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan identitas Bapak/Ibu/Saudara/i.

1. NIM : (optional)
2. Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Umur : 17-19 tahun 20-22 tahun
 >23 tahun
4. Prodi : (optional)
5. Fakultas : FSH FTK FAH
 FDK FUF FEBI
 SAINSTEK FP FISIP
6. Menggunakan mesin CRM: Sering Jarang
7. Mengetahui mesin CRM: ya tidak

II Pernyataan

Berilah tanda *checklist* (✓) pada setiap jawaban kuisisioner yang Bapak/Ibu pilih dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Kategori : Sangat Tidak Setuju [STS]
2. Kategori : Tidak Setuju [S]
3. Kategori : Kurang Setuju [KS]
4. Kategori : Setuju [S]
5. Kategori : Sangat Setuju [SS]

KOISIONER

No	Daftar Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
A. Variabel Fasilitas Cash Recycling Machine (CRM)						
1	Bertransaksi pada fasilitas <i>Cash Recycling Machine</i> (CRM) baik setor maupun tarik tunai sangat aman					
2	Saya yakin fasilitas sudah terjamin keamanannya dan terlindungi dari bahaya penipuan					
3	Fasilitas CRM mudah digunakan untuk bertransaksi apa saja dengan fitur lengkap					

No	Daftar Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
4	Bertransaksi di mesin CRM efisien karena tidak harus menyetor ke bank					
5	Mesin CRM mudah ditemukan di berbagai tempat					
6	Bertransaksi di CRM lebih nyaman karena tidak harus antri di teller atau bank					
7	Bertransaksi di CRM dapat dilakukan kapan saja					
B. Variabel Minat Menabung Mahasiswa di Bank Aceh						
1	Keamanan bertransaksi di mesin CRM menarik minat untuk menabung di Bank Aceh					
2	Kemudahan dan kenyamanan bertransaksi di mesin CRM menarik minat untuk menabung di Bank Aceh					
3	Saya ingin menabung di Bank Aceh karena ada yang memberi informasi tentang adanya mesin CRM tersebut					
4	Saya ingin mengajak teman juga untuk menabung di Bank Aceh karena ada fasilitas CRM					
5	Fasilitas CRM sesuai dengan kondisi kebutuhan sehari-hari					
6	Fasilitas CRM cocok untuk mahasiswa yang sambilan berbisnis					
7	Saya ingin menabung di Bank Aceh agar bisa memanfaatkan untuk kepentingan usaha sampingan					
8	Saya ingin menabung di Bank Aceh hanya untuk mencoba menggunakan mesin CRM					

Lampiran 2

Output SPSS

Tabulasi Data

No	[K] Karakteristik					[X] Fasilitas CRM							[Y] Minat Menabung							
	k1	k2	k3	k4	k5	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8
1	1	2	6	1	1	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
2	1	3	6	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
3	1	3	6	2	1	4	4	5	5	2	5	2	4	4	4	3	5	5	4	1
4	1	2	6	2	1	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	
5	2	2	8	2	2	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	
6	1	2	6	2	2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	
7	1	3	6	2	1	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
8	2	3	6	2	1	4	3	4	5	3	5	5	4	4	4	3	4	4	3	
9	2	2	2	2	1	1	5	1	2	2	1	4	2	3	2	2	2	3	5	
10	2	2	6	2	1	4	4	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	
11	2	1	1	1	1	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	
12	1	2	8	2	2	3	3	3	4	2	4	5	5	4	4	3	4	4	2	
13	1	1	8	1	1	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	
14	1	3	6	1	1	4	4	5	5	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	
15	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
16	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	
17	2	3	6	2	1	5	4	5	5	3	5	5	5	4	3	3	4	4	3	
18	2	3	3	1	1	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
19	1	2	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	
20	1	3	3	1	1	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	
21	2	1	9	2	1	5	3	5	5	3	5	5	4	4	4	3	5	5	4	
22	2	1	9	2	2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	
23	2	1	7	1	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	
24	2	1	7	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	
25	2	1	7	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
26	2	3	7	1	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
27	2	2	7	2	2	3	4	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	
28	1	1	7	1	2	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	
29	2	2	7	1	1	1	2	1	2	2	2	2	5	2	2	3	2	4	3	
30	2	2	7	1	1	1	3	1	5	3	5	5	4	4	3	3	5	3	2	
31	2	2	7	1	1	3	3	4	5	3	5	5	4	3	3	4	5	5	3	
32	2	1	1	1	1	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	5	3	
33	2	2	5	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

34	2	2	5	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
35	2	2	5	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
36	2	2	5	2	2	4	4	4	5	3	5	5	4	4	3	3	4	4	4
37	2	2	5	2	1	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
38	2	1	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	1
39	2	2	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
40	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
41	2	2	4	1	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	2	2	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
43	2	2	4	1	1	4	4	3	3	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3
44	2	2	4	1	1	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
46	2	2	4	1	2	3	3	4	4	2	2	4	3	3	4	3	3	3	4
47	2	2	4	1	2	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1
48	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
49	2	2	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	2	3	3
51	2	2	2	1	1	3	4	5	5	3	2	1	2	3	3	3	4	4	5
52	2	2	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	2	2	2	1	1	4	2	5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	3	4
54	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4
55	2	2	2	1	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
56	2	3	2	1	1	5	1	2	3	1	3	2	3	2	3	2	3	4	2
57	2	2	2	1	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	1	3	2	1	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4
59	2	3	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	2	3	2	1	1	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3
61	2	3	2	1	1	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2
62	2	2	2	1	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
63	2	1	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	2	1	2	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	2	1	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	2	2	2	2	1	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3
67	2	2	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2
68	2	1	2	2	2	5	5	5	5	3	5	5	4	5	3	4	5	5	3
69	1	3	2	2	1	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	1
70	2	3	6	2	2	3	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4
71	2	1	9	2	1	5	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	4	4	3
72	2	1	9	1	1	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	3
73	1	1	9	1	1	5	4	4	5	3	5	5	4	5	3	4	5	5	5
74	1	3	2	1	1	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5

75	1	3	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	2	3	2	1	1	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4
77	1	3	2	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	1	3	2	1	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
79	1	3	2	1	1	5	4	5	5	3	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4
80	1	3	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	2	3	2	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	2	2	2	1	1	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
83	2	3	2	2	1	5	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3
84	2	2	2	1	1	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5
85	1	1	1	2	2	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4
86	1	1	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	2
87	1	2	1	2	2	5	5	5	5	3	4	3	5	4	3	5	4	4	4	5
88	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	2	1	1	2	2	4	4	3	4	3	5	5	3	4	4	3	4	4	4	1
90	2	1	1	1	1	5	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
91	1	1	1	2	2	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5
92	1	1	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2
93	2	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4
94	2	2	1	2	2	4	4	4	4	3	5	5	4	4	2	3	4	4	5	4
95	2	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	3
96	2	1	1	1	2	4	4	3	4	3	5	5	4	5	2	3	4	5	5	4
97	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
98	2	1	1	1	1	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
99	2	2	1	2	2	3	4	4	3	2	3	4	4	3	3	5	4	5	5	5
100	2	1	1	1	1	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5



Frekuensi Karakteristik Responden

Frequencies

[K] Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	28	28.0	28.0	28.0
	Perempuan	72	72.0	72.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-19 tahun	32	32.0	32.0	32.0
	20-22 tahun	43	43.0	43.0	75.0
	> 23 tahun	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Fakultas

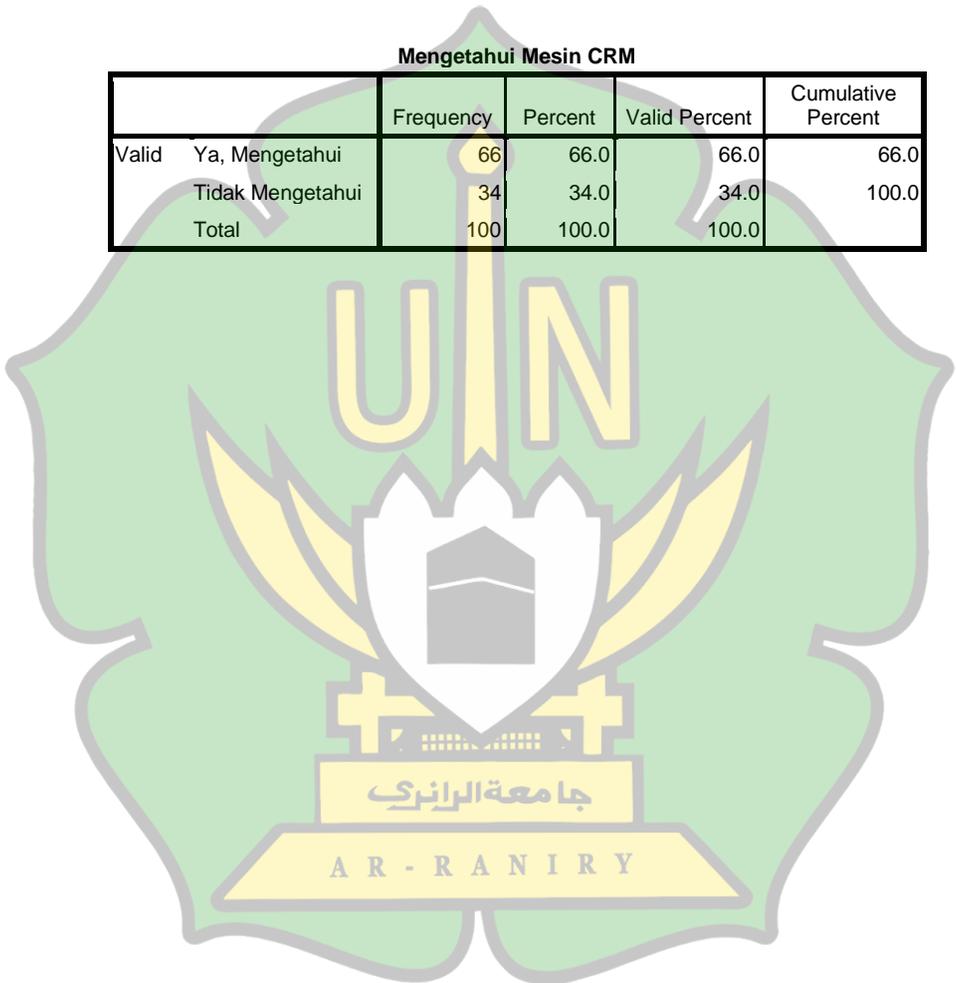
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FSH	18	18.0	18.0	18.0
	FTK	35	35.0	35.0	53.0
	FAH	3	3.0	3.0	56.0
	FDK	9	9.0	9.0	65.0
	FUF	7	7.0	7.0	72.0
	FEBI	11	11.0	11.0	83.0
	Sainstek	9	9.0	9.0	92.0
	FP	3	3.0	3.0	95.0
	Fisip	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Menggunakan Mesin CRM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sering	59	59.0	59.0	59.0
	Jarang	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Mengetahui Mesin CRM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya, Mengetahui	66	66.0	66.0	66.0
	Tidak Mengetahui	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Frekuensi Tanggapan Responden

Frequencies

[X] Fasilitas CRM

Bertransaksi pada fasilitas Cash Recycling Machine (CRM) baik setor maupun tarik tunai sangat aman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.0	3.0	3.0
2	3	3.0	3.0	6.0
3	10	10.0	10.0	16.0
4	46	46.0	46.0	62.0
5	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Saya yakin fasilitas sudah terjamin keamanannya dan terlindungi dari bahaya penipuan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	5	5.0	5.0	7.0
3	10	10.0	10.0	17.0
4	58	58.0	58.0	75.0
5	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fasilitas CRM mudah digunakan untuk bertransaksi apa saja dengan fitur lengkap

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	4.0	4.0	4.0
2	3	3.0	3.0	7.0
3	8	8.0	8.0	15.0
4	47	47.0	47.0	62.0
5	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Bertransaksi di mesin CRM efisien karena tidak harus menyetor ke bank

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	4	4.0	4.0	5.0
3	6	6.0	6.0	11.0
4	46	46.0	46.0	57.0
5	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Mesin CRM mudah ditemukan di berbagai tempat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	10	10.0	10.0	11.0
3	36	36.0	36.0	47.0
4	35	35.0	35.0	82.0
5	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Bertransaksi di CRM lebih nyaman karena tidak harus antri di teller atau bank

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	7	7.0	7.0	9.0
3	6	6.0	6.0	15.0
4	42	42.0	42.0	57.0
5	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Bertransaksi di CRM dapat dilakukan kapan saja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	6	6.0	6.0	8.0
3	6	6.0	6.0	14.0
4	39	39.0	39.0	53.0
5	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Frequencies

[Y] Minat Menabung Mahasiswa

Keamanan bertransaksi di mesin CRM menarik minat untuk menabung di Bank Aceh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	6	6.0	6.0	7.0
3	9	9.0	9.0	16.0
4	56	56.0	56.0	72.0
5	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Kemudahan dan kenyamanan bertransaksi di mesin CRM menarik minat untuk menabung di Bank Aceh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	5	5.0	5.0	6.0
3	11	11.0	11.0	17.0
4	56	56.0	56.0	73.0
5	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Saya ingin menabung di Bank Aceh karena ada yang memberi informasi tentang adanya mesin CRM tersebut

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	9	9.0	9.0	10.0
3	23	23.0	23.0	33.0
4	44	44.0	44.0	77.0
5	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Saya ingin mengajak teman juga untuk menabung di Bank Aceh karena ada fasilitas CRM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	7	7.0	7.0	9.0
3	24	24.0	24.0	33.0
4	40	40.0	40.0	73.0
5	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Fasilitas CRM sesuai dengan kondisi kebutuhan sehari-hari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	4	4.0	4.0	5.0
3	12	12.0	12.0	17.0
4	52	52.0	52.0	69.0
5	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Facilities CRM cocok untuk mahasiswa yang sambilan berbisnis

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	2	2.0	2.0	3.0
3	11	11.0	11.0	14.0
4	49	49.0	49.0	63.0
5	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Saya ingin menabung di Bank Aceh agar bisa memanfaatkan untuk kepentingan usaha sampingan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	3	3.0	3.0	4.0
3	12	12.0	12.0	16.0
4	58	58.0	58.0	74.0
5	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Saya ingin menabung di Bank Aceh hanya untuk mencoba menggunakan mesin CRM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	9.0	9.0	9.0
2	10	10.0	10.0	19.0
3	21	21.0	21.0	40.0
4	35	35.0	35.0	75.0
5	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Correlations

[X] Fasilitas CRM

Correlations

	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	Total
a1 Pearson Correlation	1	.483**	.781**	.616**	.529**	.618**	.457**	.822**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
a2 Pearson Correlation	.483**	1	.500**	.389**	.512**	.405**	.423**	.673**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
a3 Pearson Correlation	.781**	.500**	1	.759**	.537**	.584**	.475**	.849**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
a4 Pearson Correlation	.616**	.389**	.759**	1	.390**	.719**	.541**	.803**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
a5 Pearson Correlation	.529**	.512**	.537**	.390**	1	.482**	.471**	.720**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
a6 Pearson Correlation	.618**	.405**	.584**	.719**	.482**	1	.749**	.837**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
a7 Pearson Correlation	.457**	.423**	.475**	.541**	.471**	.749**	1	.758**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Pearson Correlation	.822**	.673**	.849**	.803**	.720**	.837**	.758**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

A R - R A N I R Y

Correlations

[Y] Minat Menabung Mahasiswa

		Correlations								Total
		b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	
b1	Pearson Correlation	1	.657**	.564**	.489**	.447**	.584**	.496**	.272**	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b2	Pearson Correlation	.657**	1	.613**	.586**	.682**	.662**	.572**	.354**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b3	Pearson Correlation	.564**	.613**	1	.525**	.441**	.452**	.421**	.317**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b4	Pearson Correlation	.489**	.586**	.525**	1	.645**	.621**	.590**	.412**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b5	Pearson Correlation	.447**	.682**	.441**	.645**	1	.785**	.518**	.284**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b6	Pearson Correlation	.584**	.662**	.452**	.621**	.785**	1	.667**	.379**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b7	Pearson Correlation	.496**	.572**	.421**	.590**	.518**	.667**	1	.451**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b8	Pearson Correlation	.272**	.354**	.317**	.412**	.284**	.379**	.451**	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.001	.000	.004	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.729**	.831**	.716**	.805**	.774**	.831**	.767**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Reliability

[X] Fasilitas CRM

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	100	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.893	.893	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
a1	4.1300	.92829	100
a2	3.9900	.85865	100
a3	4.1200	.96693	100
a4	4.2600	.82413	100
a5	3.5900	.93306	100
a6	4.1700	.96457	100
a7	4.2300	.95193	100

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.070	3.590	4.260	.670	1.187	.052	7
Item Variances	.846	.679	.935	.256	1.377	.010	7
Inter-Item Covariances	.460	.275	.701	.426	2.547	.013	7
Inter-Item Correlations	.544	.389	.781	.392	2.008	.015	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	24.3600	18.435	.746	.669	.871
a2	24.5000	20.172	.562	.359	.892
a3	24.3700	17.932	.778	.763	.866
a4	24.2300	19.270	.732	.707	.874
a5	24.9000	19.364	.610	.429	.887
a6	24.3200	18.058	.763	.734	.868
a7	24.2600	18.901	.657	.591	.882

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
28.4900	25.242	5.02417	7

Reliability

[Y] Minat Menabung Mahasiswa

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.883	.896	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
b1	4.0400	.83991	100
b2	4.0300	.82211	100
b3	3.7900	.93523	100
b4	3.8300	.97499	100
b5	4.0800	.82487	100
b6	4.1900	.78746	100
b7	4.0500	.77035	100
b8	3.5700	1.22479	100

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.948	3.570	4.190	.620	1.174	.040	8
Item Variances	.825	.593	1.500	.907	2.528	.090	8
Inter-Item Covariances	.401	.280	.519	.239	1.853	.005	8
Inter-Item Correlations	.517	.272	.785	.513	2.884	.017	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b1	27.5400	23.140	.642	.535	.869
b2	27.5500	22.351	.773	.668	.857
b3	27.7900	22.693	.614	.458	.872
b4	27.7500	21.523	.725	.560	.860
b5	27.5000	22.838	.700	.713	.864
b6	27.3900	22.604	.776	.739	.858
b7	27.5300	23.262	.697	.543	.865
b8	28.0100	22.394	.443	.255	.901

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
31.5800	29.034	5.38832	8

Regression

[X] Fasilitas CRM [Y] Minat Menabung Mahasiswa

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat Menabung Mahasiswa	31.58	5.388	100
Fasilitas CRM	28.49	5.024	100

Correlations

		Minat Menabung Mahasiswa	Fasilitas CRM
Pearson Correlation	Minat Menabung Mahasiswa	1.000	.796
	Fasilitas CRM	.796	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat Menabung Mahasiswa	.	.000
	Fasilitas CRM	.000	.
N	Minat Menabung Mahasiswa	100	100
	Fasilitas CRM	100	100

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Fasilitas CRM ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat Menabung Mahasiswa

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.796 ^a	.633	.629	3.280	1.903

a. Predictors: (Constant), Fasilitas CRM

b. Dependent Variable: Minat Menabung Mahasiswa

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1819.894	1	1819.894	169.137	.000 ^a
	Residual	1054.466	98	10.760		
	Total	2874.360	99			

a. Predictors: (Constant), Fasilitas CRM

b. Dependent Variable: Minat Menabung Mahasiswa

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.267	1.898		3.829	.000		
	Fasilitas CRM	.853	.066	.796	13.005	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung Mahasiswa

Collinearity Diagnostics^a

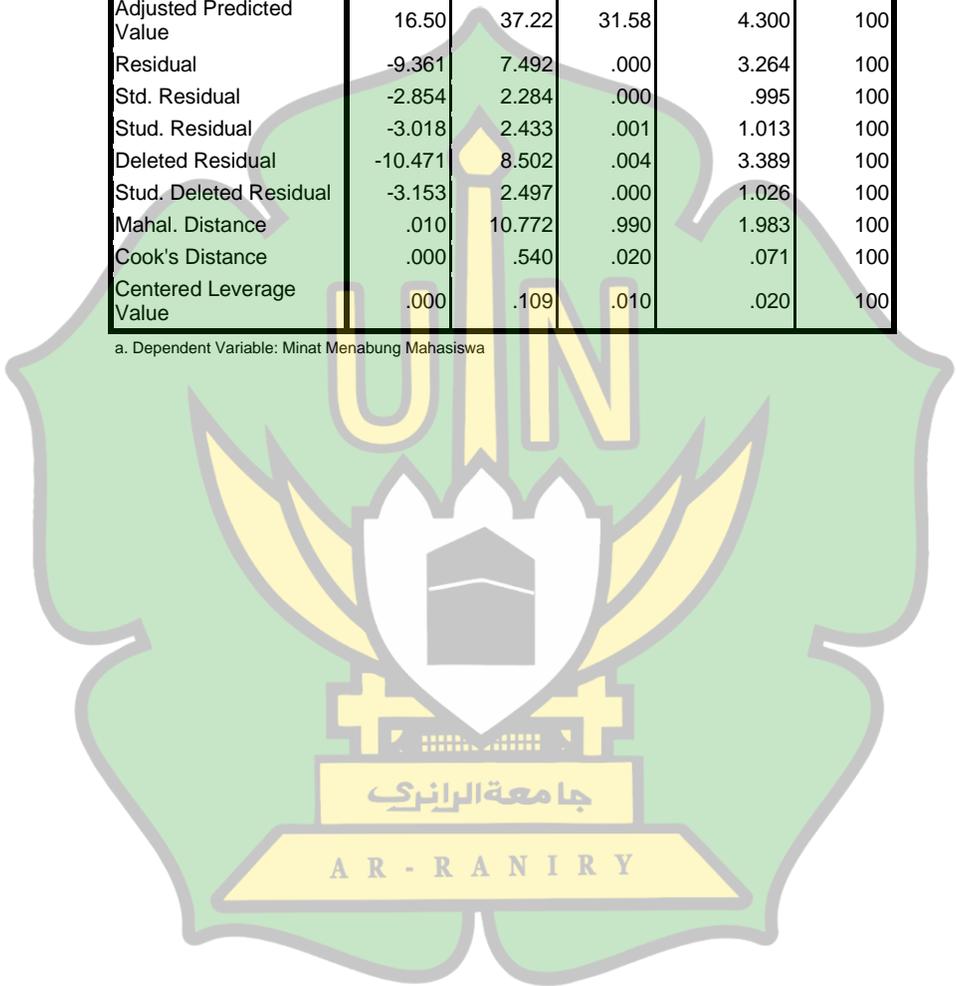
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Fasilitas CRM
1	1	1.985	1.000	.01	.01
	2	.015	11.485	.99	.99

a. Dependent Variable: Minat Menabung Mahasiswa

Residuals Statistics^a

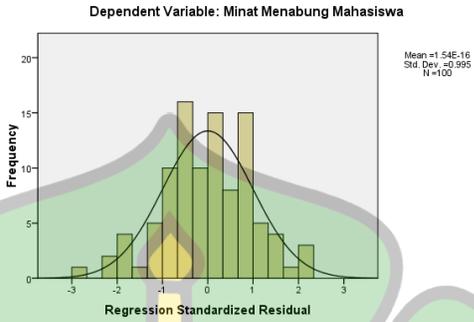
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	17.51	37.14	31.58	4.288	100
Std. Predicted Value	-3.282	1.296	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.330	1.131	.434	.165	100
Adjusted Predicted Value	16.50	37.22	31.58	4.300	100
Residual	-9.361	7.492	.000	3.264	100
Std. Residual	-2.854	2.284	.000	.995	100
Stud. Residual	-3.018	2.433	.001	1.013	100
Deleted Residual	-10.471	8.502	.004	3.389	100
Stud. Deleted Residual	-3.153	2.497	.000	1.026	100
Mahal. Distance	.010	10.772	.990	1.983	100
Cook's Distance	.000	.540	.020	.071	100
Centered Leverage Value	.000	.109	.010	.020	100

a. Dependent Variable: Minat Menabung Mahasiswa



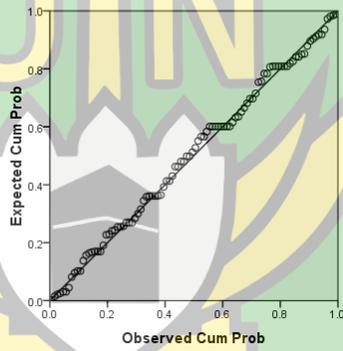
Charts

Histogram



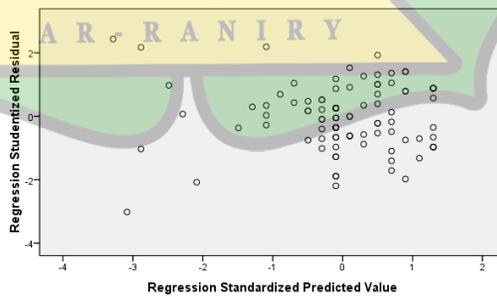
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Minat Menabung Mahasiswa



Scatterplot

Dependent Variable: Minat Menabung Mahasiswa



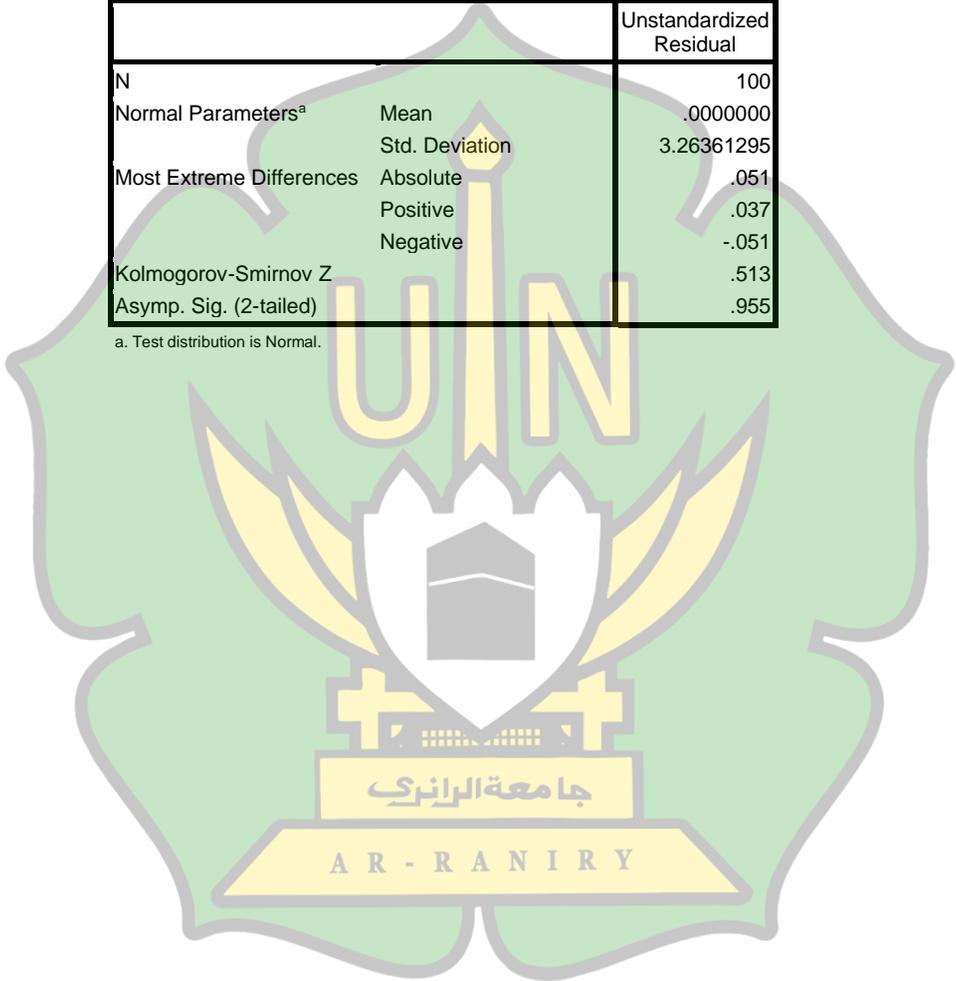
NPar Tests

[Y] Minat Menabung Mahasiswa

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.26361295
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.037
	Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z		.513
Asymp. Sig. (2-tailed)		.955

a. Test distribution is Normal.



Lampiran 3 r tabel (Product moment)

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9977	0.9969	0.9965	0.9969	1.0000
2	0.9900	0.9900	0.9900	0.9900	0.9990
3	0.8954	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8825	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7496	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4971	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5922	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3599	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3113	0.3672	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5705
29	0.3009	0.3550	0.4156	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4088	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4022	0.4421	0.5465
32	0.2867	0.3388	0.3957	0.4357	0.5392
33	0.2825	0.3338	0.3894	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3832	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3770	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3709	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3648	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3588	0.4026	0.5007
39	0.2603	0.3081	0.3531	0.3978	0.4950
40	0.2571	0.3044	0.3478	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3426	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3376	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3327	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3279	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3234	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3190	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3148	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3208	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3240	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 31 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3046	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 4 t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

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

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

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

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Ayu Mulia Safira
Tempat/Tanggal Lahir : Bukit Mulie, 14 Mei 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan/NIM : Mahasiswa/190603397
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Punie, Aceh Besar
Email : ayumuliasafiraa@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SD/MI : SD Negeri 1 Lampahan
SMP/MTs : SMP Negeri 2 Darul Imarah
SMA/MA : SMK Negeri 1 Banda Aceh
Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Data Orang Tua

Nama Ayah : Mulyadi
Nama Ibu : Lasiem
Alamat Orang Tua : Jl. Punie, Mata Ie, Aceh Besar