

SKRIPSI

**PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN TABUNGAN MUDHARABAH
(Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC
Ahmad Dahlan)**



Disusun oleh:

**Marjani Safra
NIM. 180603042**

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Marjani Safra

NIM : 180603042

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh 08 Desember 2023

Yang menyatakan



Marjani Safra

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan)

Disusun Oleh:

Marjani Safra
NIM. 180603042

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

Mengetahui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Hafas Furqani, M.Ec

NIP. 198006252009011009



Evriyenni, S.E., M.Si., CTT, CATr

NIDN. 2013048301

Mengetahui,

Ketua Prodi Perbankan Syariah



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

NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kc Ahmad Dahlan)

Marjani Safra

NIM. 180603042

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

08 Desember 2023 M

Pada Hari/Tanggal : kamis, 24 Jumadi awal 1445 H
Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

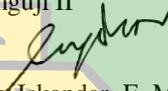

Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 196403141992031003


Evriyenni S.E., M.Si., CCT, CATr
NIDN. 2013048301

Penguji I

Penguji II


Isnaliana, S.H.I., M.A
NIDN. 2029099003


Eyy Iskandar, E., M.Si., Ak., CA., CPA
NIDN. 20042024026901

Mengetahui,

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


Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



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 : Marjani Safra
NIM : 180603042
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 180603042@student.ar-raniry.ac.id

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

Tugas Akhir KKU Skripsi

PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN TABUNGAN MUDHARABAH

(Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan)

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 memublikasikannya 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 : 6 Juni 2023

Mengetahui,

Penulis

Marjani Safra
NIM: 180603042

Pembimbing I

Prof. Dr. Hafas Fungani, M.Ec
NIP: 196403141992031003

Pembimbing II

Evriyenni, S.E., M.Si., CCT, CATr
NIDN: 2013048301

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN



انَّمَا أَشْكُوا بَثِّي وَحُزْنِي إِلَى اللَّهِ

“Hanya kepada Allah aku mengadukan kesusahan dan kesedihanku” (Q.S Yusuf [12]: 86)

“Jika kamu tidak sanggup menahan lelahnya belajar maka kamu harus sanggup menahan perihnya kebodohan.” (Imam Syafi’i)

Dalam kondisi apapun kita harus mampu menumbuhkan sikap positif, optimis dan penuh harapan untuk masa depan yang lebih baik

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT.

Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta.

Atas karunia serta kemudahan Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat

terselesaikan. Shalawat dan salam selalu dilimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW

Sebagai tanda bukti, rasa hormat dan terima kasih yang tiada tara kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibunda (Jannati) dan Ayahanda (Edi Saputra) yang telah memberikan kasih sayang dengan dukungan, ridho dan cinta kasih yang tak mungkin dapat ku balas hanya dengan selembar kertas bertuliskan persembahan ini.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kenikmatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Salawat dan salam tidak lupa kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat yang telah membawa kita dari alam jahiliyah (kebodohan) ke alam yang penuh ilmu pengetahuan sehingga kita dapat merasakan nikmatnya iman, islam serta nikmat kemuliaan.

Dengan izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan)”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar skripsi ini dapat tersusun sesuai harapan, dalam proses penyelesaian skripsi ini tentunya bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan

juga selaku pembimbing I (satu) yang telah bersedia meluangkan waktu memberikan pengarahan dan menyumbang ilmu pengetahuannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Inayatillah, MA.Ek selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
3. Hafiih Maulana, SP.,S,HL.,ME selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
4. Evriyenni, S.E, M.Si, CCT, CATr selaku pembimbing II (dua) yang telah bersedia meluangkan waktu memberikan pengarahan dan menyumbang ilmu pengetahuannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Isnaliana, S.H.I.,M.A selaku penguji I serta Evy Iskandar, S.E., M.Si.,Ak..CA.,CPA selaku penguji II yang telah memberikan arahan dan bimbingannya selama proses sidang berlangsung.
6. Riza Aulia, SE.I., M.Sc, Selaku Penasehat Akademik, para dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya di Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Terima kasih kepada pihak Responden yang telah

meluangkan waktunya untuk bersedia mengisi kuesioner yang penulis sediakan.

8. Teristimewa untuk kedua orang tua yang sangat saya cintai dan sayangi. Terutama kepada Ayahnda Edi Saputra dan Ibunda Jannati tercinta yang selalu mendoakan saya, memberikan dukungan maupun semangat yang tak henti-hentinya untuk keberhasilan anaknya yang telah menginspirasi memberikan semangat pantang menyerah saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Terimakasih juga kepada kakak Nur jannah, Yusnidar dan Adik Tursina Nur Aqmalia yang sangat penulis sayangi dan cintai karena turut membantu menyemangati dan selalu mengingatkan penulis tanpa henti agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi ini dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.
10. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada teman-teman terdekat penulis Dasrila Baitia, Salsabila, Ulva Fazriah, Wahdinal Husna yang telah membantu, menemani, mendengarkan keluh kesah penulis, serta memberikan semangat dan dukungan.
11. Tidak lupa pula penulis ucapkan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2018 yang telah berbagi ilmu dan membantu dalam banyak hal yang telah memberi semangat dan sama-sama berjuang dalam

menyelesaikan tugas akhir demi mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Dan untuk seluruh pihak-pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah bekerjasama dan membantu secara tulus dan ikhlas demi kelancaran dan kesempurnaan penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunianya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis hanya bisa mendoakan kepada Allah untuk membalas kebaikan seluruh pihak yang telah ikut serta, semoga kebaikan tersebut menjadi amalan yang mulia. Penulis menyadari penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang dapat membangun agar penelitian ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat. Aamiin ya Rabbal ‘Alamin.

Banda Aceh, 08 November 2023

معنة الرانيري Penulis,

A R - R A N I R Y

Marjani Safra

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P danK

Nomor: 158 Tahun 2019–Nomor: 0543 b/u/2019

1. Konsonan

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

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauला*

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

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

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

b. *Ta marbutah* (ة) mati

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

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

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

Contoh:

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

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

طَلْحَةُ : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

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

ABSTRAK

Nama : Marjani Safra
NIM : 180603042
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan)
Pembimbing I : Prof. Dr, Hafas Furqani, M.Ec
Pembimbing II : Evriyenni, S.E., M.Si., CCT, CATr

Lahirnya bank syariah yang beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil sebagai pengganti bunga pada bank konvensional merupakan peluang bagi umat Islam untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin, karena umat Islam akan berhubungan dengan perbankan dengan keadaan tenang tanpa ada keraguan dan didasari oleh motivasi keagamaan yang kuat dalam memobilisasi dana masyarakat untuk pembiayaan pembangunan ekonomi umat Islam. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 385 responden. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Secara simultan atau bersama-sama juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Dan pada nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 58%.

Kata kunci: Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Nasabah.

DAFTAR ISI

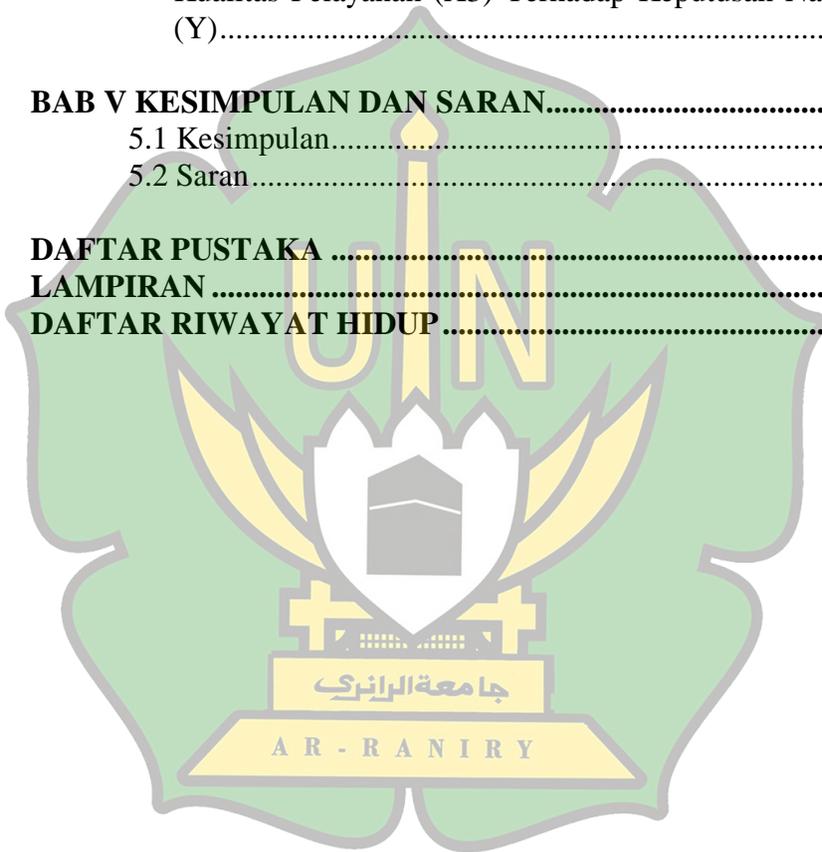
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	10
1.3 Tujuan penelitian.....	10
1.4 Manfaat penelitian.....	11
1.5 Sistematika penulisan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Perbankan Syariah.....	14
2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah.....	14
2.1.2 Tujuan dan Fungsi Bank Syariah.....	17
2.1.3 Landasan Hukum Bank Syariah	20
2.1.4 Ciri-ciri Bank Syariah.....	22
2.1.4 Ciri-ciri Bank Syariah.....	23
2.2 Mudharabah.....	25
2.2.1 Pengertian Mudharabah.....	25
2.2.2 Tujuan Tabungan Mudharabah Dalam Perbankan	29
2.2.3 Rukun Tabungan Mudharabah	30
2.2.4 Syarat-syarat Tabungan Mudharabah	32
2.3 Teori Perilaku Konsumen.....	34
2.3.1 Pengertian Teori Perilaku Konsumen.....	34
2.3.2 Tujuan Teori Perilaku Konsumen.....	34

2.3.3 Manfaat Teori Perilaku Konsumen.....	34
2.3.4 Perilaku Konsumen dalam Keputusan Nasabah	36
2.4 Kepuasan Nasabah	37
2.4.1 Pengertian Keputusan Nasabah.....	37
2.4.2 Tujuan Pengambilan Keputusan Nasabah	38
2.4.3 Jenis-jenis Keputusan Nasabah.....	40
2.4.3 Tahapan Penentuan Keputusan Nasabah	42
2.4.4 Indikator Keputusan	44
2.5 Bagi hasil.....	46
2.5.1 Pengertian Bagi hasil	46
2.5.2 Tujuan Bagi Hasil	48
2.5.3 Manfaat Bagi Hasil	48
2.5.4 Metode penentuan bagi hasil	49
2.3.5 Indikator Bagi Hasil.....	49
2.6 Promosi.....	51
2.6.1 Pengertian Promosi.....	51
2.6.2 Tujuan Promosi.....	51
2.6.3 Manfaat Promosi.....	52
2.6.4 Jenis-jenis Promosi	52
2.6.5 Indikator Promosi	54
2.7 Kualitas Pelayanan	55
2.7.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	55
2.7.2 Tujuan Pelayanan	56
2.7.3 Manfaat Pelayanan Yang Berkualitas.....	57
2.7.4 Jenis-jenis Pelayanan.....	57
2.7.4 Indikator Kualitas Pelayanan.....	58
2.8 Penelitian Terdahulu	59
2.8 Kerangka Pemikiran.....	66
2.8.1 Pengaruh Antar Variabel	66
b. Pengaruh promosi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan.....	67
2.8.2 Model Kerangka Pemikiran.....	70
2.8.3 Hipotesis Penelitian	71

BAB III METODE PENELITIAN.....	73
3.1 Jenis penelitian	73
3.2 Lokasi penelitian	73
3.3 Populasi dan Sampel	74

3.3.1 Populasi	74
3.3.2 Sampel	74
3.4 Jenis dan Sumber Data	75
3.5 Teknik Pengumpulan Data	76
3.6 Skala Pengukuran	76
3.7 Defenisi Operasional Variabel	77
3.8 Analisis Data	82
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	82
3.9 Uji Asumsi Klasik	83
3.9.1 Uji Normalitas	83
3.9.2 Uji Multikolinearitas	84
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	84
3.9.4 Regresi Linier Berganda	85
3.10 Uji Hipotesis	86
3.10.1 Uji Statistik T	86
3.10.2 Uji Statistik F	88
3.10.3 Uji Determinan (R^2)	88
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	90
4.1 Deskripsi Penelitian	90
4.1.1 Gambaran Umum	90
4.1.2 Karakteristik Responden	92
4.1.3 Tanggapan Responden	94
4.2 Uji Instrumen	97
4.2.1 Uji Validitas	97
4.2.1 Uji Reliabilitas	99
4.3 Uji Asumsi Klasik	99
4.3.1 Uji Normalitas	99
4.3.2 Uji Multikolonieritas	101
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	102
4.4 Uji Linear Berganda	104
4.5 Hipotesis	105
4.5.1 Uji T (Parsial)	105
4.5.2 Uji F (Simultan)	107
4.5.3 Koefisien Determinasi R^2	107
4.6 Pembahasan	108
4.6.1 Pengaruh Variabel Bagi Hasil (X1) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)	108

4.6.2 Pengaruh Variabel Promosi (X2) Terhadap Keputusan Nasabah (Y).....	110
4.6.3 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Keputusan Nasabah (Y).....	111
4.6.4 Pengaruh Variabel Bagi Hasil (X1), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Keputusan Nasabah (Y).....	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	119
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	187

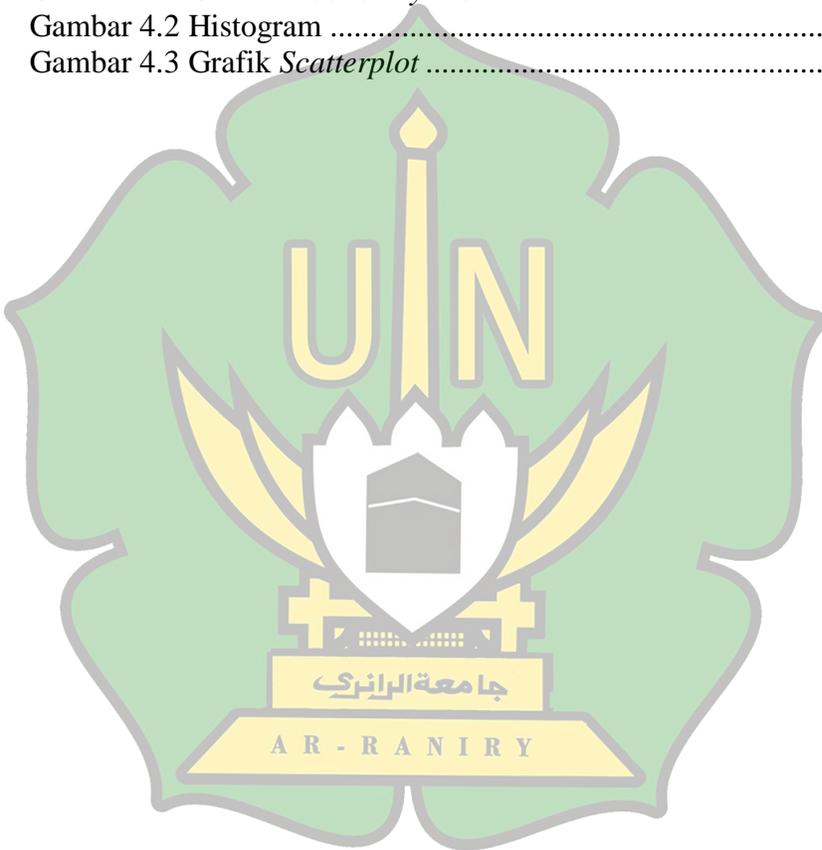


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar LKS dan Jumlah tabungan Mudharabah di Indonesia.....	3
Tabel 2.1 Perbedaan Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional.....	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	62
Tabel 3.1 Operasional variabel penelitian.....	80
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	92
Tabel 4.2 Usia.....	92
Tabel 4.3 Pekerjaan.....	93
Tabel 4.4 Tabulasi Jawaban Responden.....	94
Tabel 4.5 Uji Validitas.....	97
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	99
Tabel 4.7 Uji Normalitas.....	100
Tabel 4.8 Uji Multikolonieritas.....	102
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas.....	102
Tabel 4.10 Uji Linear Berganda.....	104
Tabel 4.11 Uji F (Simultan).....	107
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi R ²	108

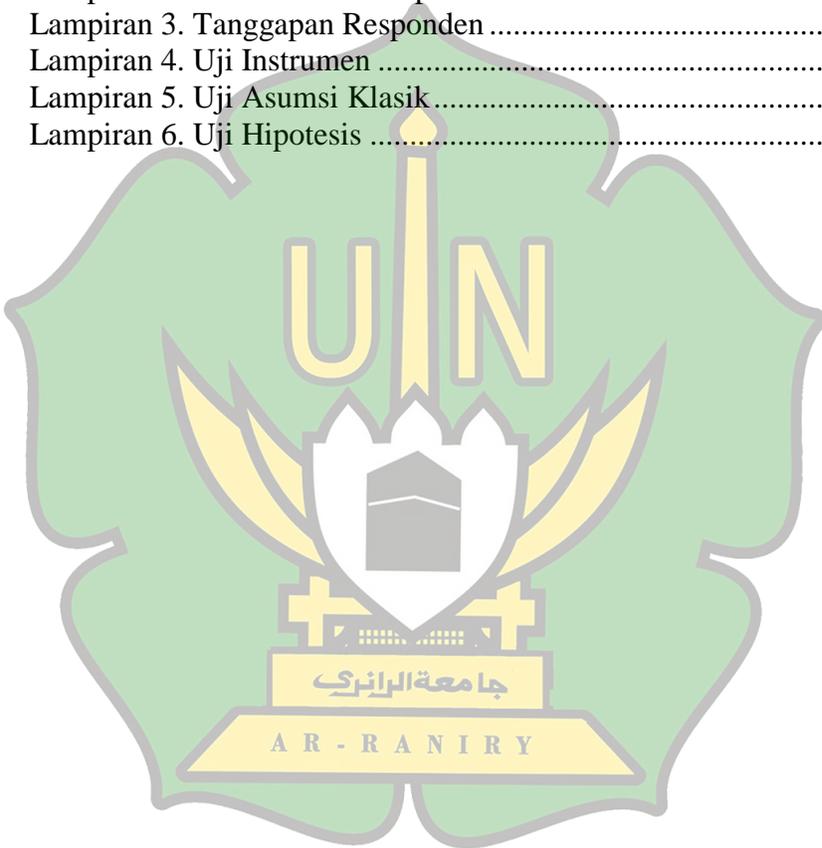
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran.....	71
Gambar 4.1 Grafik <i>Probability Plot</i>	100
Gambar 4.2 Histogram	101
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i>	104



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : kuesioner Penelitian	119
Lampiran 2. Karakteristik Responden	127
Lampiran 3. Tanggapan Responden	130
Lampiran 4. Uji Instrumen	178
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik	181
Lampiran 6. Uji Hipotesis	183



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Lembaga Keuangan Syariah merupakan lembaga yang menjalankan kegiatan berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), Universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim* dan obyek yang haram. Selain itu, Undang-Undang Perbankan Syariah juga mengamanahkan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga *baitul mal*, yang kegiatannya di bidang keuangan syariah dengan memiliki prinsip bagi hasil salah satunya menetapkan imbalan yang akan diterima sehubungan dengan penyediaan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan baik untuk keperluan investasi maupun modal kerja yang akan digunakan (Burhanuddin, 2011).

Lembaga Keuangan Syariah memiliki peran dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap dana sebagai sarana untuk melakukan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Seperti menggunakan sebuah barang, tambahan modal kerja, mendapatkannya manfaat atau nilai guna sebuah barang, bahkan permodalan awal bagi seorang yang memiliki sebuah usaha namun tidak mempunyai modal yang cukup. Lembaga Keuangan

Syariah terbagi kedalam dua golongan yaitu Lembaga Keuangan Syariah bank dan Lembaga Keuangan Syariah non bank. Lembaga Keuangan Syariah bank adalah badan usaha yang melakukan kegiatan usahanya dibidang keuangan dengan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan penyaluran kembali dalam bentuk pembiayaan (Burhanuddin, 2011).

Perkembangan Perbankan Islam merupakan fenomena yang menarik pada kalangan masyarakat dengan memiliki banyak varian akad yang dapat digunakan dan dipilih oleh nasabah sesuai dengan kebutuhan nasabah seperti: Mudharabah, Murabahah, Musyarakah, Ijarah, Istishna, Qard, salam, dan ijarah yang telah tertulis di dalam UU No. 7 Tahun 1992. Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat 12 tentang Perbankan Syariah menyatakan bahwa yang dimaksud dengan prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah (Marimin, Romdhoni dkk, 2015).

Krisis moneter pernah menimpa Indonesia pada tahun 1962-1963 yang berdampak besar pada industri perbankan. Banyak bank-bank konvensional yang dilikuidasi karena mengalami negative spread (tingkat suku bunga yang lebih rendah dari pada tingkat suku bunga tabungan). Namun hanya bank syariah yang menggunakan sistem bagi hasil yang dapat bertahan karena tidak di bebani kewajibannya untuk membayar bunga simpanan kepada nasabah. Bank syariah dapat menunjukkan kinerja yang relatif lebih baik di

bandingkan bank konvensional (Abhimantra, Maulina, & Agustianingsih, 2013).

Dengan lahirnya bank syariah yang beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil sebagai pengganti bunga pada bank konvensional merupakan peluang bagi umat Islam untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin, karena umat Islam akan berhubungan dengan perbankan dengan keadaan tenang tanpa ada keraguan dan didasari oleh motivasi keagamaan yang kuat dalam memobilisasi dana masyarakat untuk pembiayaan pembangunan ekonomi umat Islam. Prinsip bagi hasil merupakan karakteristik umum dan landasan dasar bagi operasional bank Islam secara keseluruhan (Muhammad, 2015). Berikut adalah tabel daftar Laporan Keuangan dan Jumlah tabungan Mudharabah di Indonesia:

Tabel 1.1
Daftar LKS dan Jumlah tabungan Mudharabah di Indonesia

No	Nama Bank	Jumlah Tabungan (Jutaan Rupiah)		
		2019	2020	2021
1	PT. Bank Aceh Syariah	1.420,041	1.005.476	1.375.100
2	PT. BCA Syariah	657,349	880,192	1.373,230
3	PT. Bank Syariah Indonesia	59.008.934	65.102.491	256,597,271
4	PT. Bank Muamalat Syariah	70,004,829	77.359,832	92.676,832
5.	PT. Bank Victoria Syariah	49.927	41.214	20,251
6.	BJB	178,172	166,283	172,626
7.	PT. Bank Mega Syariah	45.119	29.944	46.016
8.	Bank BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	2.472.348	2.115.527	2.440,567

9.	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	129.696	170,165	609.747
10.	PT. Bank Syariah Bukopin	184.465	144.285	199.263
11.	PT. Bank Panin Dubai Syariah Tbk	194.252	194.131	367.551
12.	Bank Aladin syariah	28.293	40,162	38.184
13.	Bank Sinarmas Syariah	432.074	474.328	886.086
14.	Bank Tabungan Negara	3.362.926	2.756.243	3.546.907

Sumber : Laporan Keuangan

Berdasarkan tabel diatas peningkatan jumlah tabungan menunjukkan banyaknya minat nasabah untuk menabung menggunakan jasa Bank Syariah. Konsep tabungan di perbankan syariah sangat berbeda dengan tabungan di perbankan konvensional perbedaan ini terjadi karena perbankan syariah tidak mengenal suku bunga yang dijanjikan. Yang ada ialah nisbah atau persentase bagi hasil pada tabungan mudharabah dan bonus pada tabungan wadiah (Wirosa, 2011). Dengan nisbah bagi hasil yang tinggi masyarakat akan sangat tertarik untuk menitipkan dananya pada pihak bank dengan harapan mendapatkan imbalan yang diterima oleh kedua pihak baik pihak bank maupun nasabah. Namun, bukan hanya besaran bagi hasilnya saja yang membuat nasabah tertarik tetapi ketentuan dalam pembagian bagi hasil juga yang membuat nasabah yang memiliki dana untuk menyimpan dananya pada bank syariah. Setiap bank memiliki produk-produk yang diunggulkan untuk menarik minat nasabahnya. Dari berbagai macam produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia, salah satunya adalah

produk penghimpunan dana, yaitu tabungan Mudharabah. Mudharabah sendiri adalah transaksi penanaman dana dari pemilik (shahibul maal) kepada pengelola dana (mudahrib) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Berdasarkan prinsip ini, bank Islam akan berfungsi sebagai mitra, baik dengan penabung maupun dengan pengusaha yang meminjamkan dana. Dengan penabung, bank akan bertindak sebagai mudahrib “pengelola”, sedangkan penabung bertindak sebagai shahibul maal “penyandang dana”. Antara keduanya diadakan akad mudharabah yang menyatakan pembagian keuntungan masing masing pihak. Keputusan yang dibuat untuk menggunakan suatu produk atau jasa oleh nasabah muncul dari faktor-faktor tertentu. Proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen sering kali mengalami masalah yang didasarkan dari faktor kompleks yang menyangkut berbagai macam hal penentu keputusan tersebut. Oleh karena itu diharapkan pihak manajemen bank bisa lebih memahami apa saja faktor-faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan nasabah dalam melakukan pembelian (menggunakan produk/jasa bank) sehingga pihak pemasaran bank dapat lebih mudah memahami dalam pemenuhan keinginan nasabah (Viranti dan Ginanjar, 2015).

Pada penelitian ini penulis meneliti jenis mudharabah mutlaqah adalah jenis akad mudharabah yang memberikan kebebasan penuh kepada mudahrib dalam mengelola modal yang

diberikan oleh shahibul mal. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk/ jasa suatu bank adalah adalah Tingkat bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah kepada nasabah juga dapat menarik minat nasabah untuk menabung pada bank syariah. Akan tetapi hanya pada produk tabungan yang menggunakan akad mudarabah yang menggunakan prinsip bagi hasil, sedangkan produk tabungan yang menggunakan akad wadiah tidak menggunakan prinsip bagi hasil. Bagi hasil (profit sharing) adalah merupakan suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana (sahibul mal) dengan pengelola dana (mudarib) (Antonio, 2001). Dalam sistem bagi hasil, terdapat nisbah bagi hasil. Nisbah bagi hasil yaitu persentase yang disetujui oleh pihak nasabah dan pihak bank syariah dalam menentukan pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan berdasarkan perjanjian (Ismail, 2011).

Besarnya nisbah bagi hasil masing-masing pihak berbeda, tergantung kesepakatan pihak nasabah dengan bank syariahnya. Hal ini juga berlaku pada produk tabungan firdaus di Bank Aceh Syariah. Dimana nisbah bagi hasil pada produk ini biasanya bisa dibagi rata 50:50, artinya nasabah mendapatkan 50% bank juga mendapatkan 50%, tetapi bisa juga 30% untuk bank dan 70% untuk nasabah ataupun sebaliknya, atau bisa juga 60% untuk nasabah, 40% untuk bank syariah ataupun sebaliknya. Nilai persentase masing-masing pihak tergantung pada kesepakatan antara bank dan nasabah. Penelitian oleh Rafika (2020) menunjukkan adanya pengaruh positif

antara bagi hasil terhadap minat nasabah menabung. Artinya nasabah membandingkan tingkat bagi hasil bank untuk memutuskan menabung disuatu bank.

Faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu promosi. Promosi merupakan suatu kegiatan untuk memberi pengetahuan dan keyakinan orang tentang suatu produk dan jasa agar ia mengetahui dan mengikuti kehebatan produk tersebut, membeli dan memakai produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaanya dalam suatu loyalitas terhadap produk. Peran promosi menjadi penting karena dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai detail-detail produk serta keunggulan dari produk dan jasa yang ditawarkan. Permana (2015) mengatakan dalam penelitiannya bahwa “promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah”. Hasil pemaparan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, dengan promosi nasabah dapat mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan pihak bank agar dapat mempengaruhi seorang R nasabah, Y bank harus benar-benar mengetahui kondisi atau keadaan yang dibutuhkan nasabah saat itu sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah itu sendiri. Dengan adanya promosi, maka akan menjadikan calon konsumen mengenal dan ada rasa penasaran terhadap produk yang dipromosikan, yang dapat berpengaruh terhadap penjualan produk dan jasa yang ada di dalam perusahaan. Segala hal yang ditawarkan dalam sarana promosi merupakan hal-hal yang harus dapat dipertanggung

jawabkan kebenarannya, karena promosi dengan pembuktian yang baik akan menjadikan pencitraan yang baik pula dimasyarakat, sehingga tingkat penjualan akan semakin meningkat dan mengakibatkan keuntungan suatu perusahaan yang ikut meningkat.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk/ jasa suatu bank adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu (Tjiptono, 2000). Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah karena pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan para pelanggan/nasabah. Pelayanan merupakan pengantar nilai tambah yang akan disampaikan kepada nasabah, sampai nilai tambah itu dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah (Tambunan, 2013). Apabila pelayanan yang diterima nasabah tidak baik maka kualitas pelayanan bank syariah tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang kurang baik.

Putricial, Choiriyah dan Muharir (2021) menjelaskan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini di peroleh nilai unstandardized coefficient bagi hasil sebesar 0,646 dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$.

Risal dan Alexander (2019) menjelaskan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan Mudharabah. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,681, nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($0,681 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($\text{sig} > 0,05$).

Prihartini (2019) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan nasabah pada bank syariah.

Selanjutnya faktor yang menghambat keputusan nasabah untuk menabung di BSI seperti usai melakukan migrasi, dimana saldo mereka hilang Rp50 ribu, hal ini diharapkan saat mempromosikan migrasi ke BSI dapat menjelaskan tentang pemotongan tersebut agar diterima nasabah. Adapun permasalahan yang lain pada pelayanannya seperti seringnya gangguan di Mbanking serta banyak yang mengeluhkan tidak dapat mengerti perbedaan antara bagi hasil dan bunga sehingga nasabah beranggapan sama saja setelah bermigrasi (Prihartini, 2019).

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabah”**.

1.2 Rumusan masalah

Rumusan masalah adalah tulisan singkat yang berisi pertanyaan tentang topik diangkat oleh penulis. Berdasarkan latar belakang diatas didapatkan rumusan masalah:

1. Apakah bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Dahlan.
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Dahlan.
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabah.
4. Apakah bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan Mudharabah.

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka didapatkan tujuan penelitian yang peneliti angket sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Dahlan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Dahlan.

3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabah.
4. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Dahlan.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian adalah uraian untuk menunjukkan bahwa suatu masalah layak diteliti, serta untuk menunjukkan signifikansi masalah yang akan diteliti. Adapun manfaat dalam penelitian ini ialah:

1. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan di bidang perbankan syariah dan diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi.

Bagi peneliti

Menambah ilmu pengetahuan, khususnya di bidang perbankan syariah dan dapat menambah wawasan terhadap faktor-faktor pengaruh keputusan dan kepuasan nasabah terhadap tabungan mudharabah.

2. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah tabungan mudharabah bank syariah. Penelitian ini juga diharapkan

menjadi informasi yang penting dan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi nasabah bank syariah terutama yang terkait dengan produk tabungan mudharabah.

3. Bagi kebijakan

Penelitian ini bermanfaat memberikan arahan kebijakan untuk pengembangan keuangan syariah dan memberikan pengetahuan tentang pengaruh bagi hasil, promosi dan kualitas pelayan untuk nasabah yang menggunakan tabungan mudharabah.

1.5 Sistematika penulisan

Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang akan dilakukan, penelitian ini ditulis dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan menjelaskan landasarn teori yang berisi tentang teori-teori dasar, dan teori-teori penunjang yang berhubungan dengan masalah.

BAB III : METODE PENELITIAN

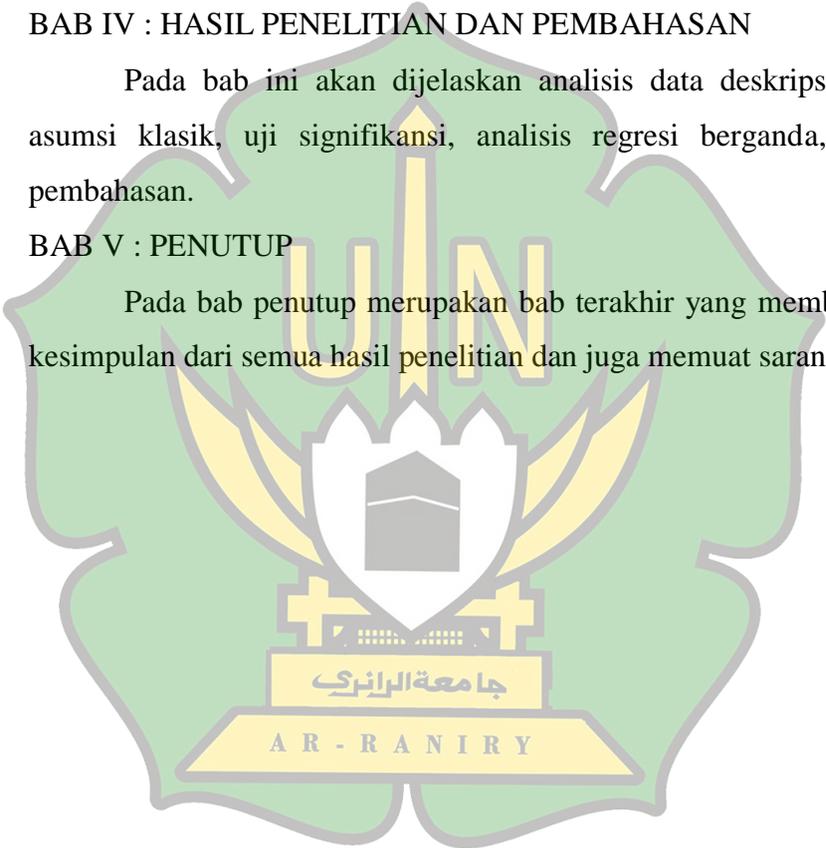
Pada bab ini metodologi penelitian yang berisi pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, pengolahan dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan analisis data deskripsi, uji asumsi klasik, uji signifikansi, analisis regresi berganda, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab penutup merupakan bab terakhir yang membahas kesimpulan dari semua hasil penelitian dan juga memuat saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perbankan Syariah

2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah

Bank adalah salah satu jenis usaha yang berhubungan dengan tabungan, perputaran uang, deposito dan lainnya. Menurut Sigit dan Totok (2006) bank adalah suatu lembaga keuangan yang menghimpun dan menyalurkan dana. Bank ialah suatu badan usaha yang tugas utamanya sebagai lembaga perantara keuangan yang menyalurkan dana dari pihak yang berkelebihan dana kepada pihak yang membutuhkan atau kekurangan dana pada waktu yang di temukan. Bank umum adalah perusahaan yang menerima dana simpanan dan memberikan pinjaman kepada nasabah Wijaya (2011).

Dalam Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dijelaskan bahwa Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut dengan Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan usahanya. (UU No. 21 Tahun 2008). Dalam melakukan pengoperasian tentunya bank syariah memiliki prinsip yang berbeda dengan bank konvensional, hal yang sangat berbeda dapat dilihat terutama dari landasan operasinya. Bank konvensional menggunakan prinsip bunga, sedangkan bank syariah berlandaskan bagi hasil yang ditambahkan dengan jual beli atau sewa. Karena prinsip bunga yang digunakan oleh bank syariah dalam

hukum Islam disebutkan dengan riba. Oleh karena itu bank syariah tidak boleh menggunakan prinsip yang tidak sesuai dengan aturan hukum Islam.

Berdasarkan hukum Islam didalam unsur bunga terdapat ketidakadilan karena pemilik dana mewajibkan kepada peminjam/nasabah untuk melakukan pembayaran lebih dari pada yang dipinjam tanpa memperhatikan keuntungan dan kerugian yang diperoleh nasabahnya. Sedangkan sistem bagi hasil yang diterapkan bank syariah merupakan ketika peminjam dan nasabah berbagi risiko dan keuntungan dengan membaginya sesuai dengan kesepakatan bersama yang dibuat dengan suatu perjanjian akad. Inilah yang menjadikan berdirinya bank Syariah untuk menggantikan pengoperasian usaha bank konvensional dengan unsur riba digantikan dengan skema profit-loss sharing. (Ascarya, Yumanita, 2005).

Perbankan syariah memberikan layanan bebas-bunga kepada para nasabahnya. Pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Islam melarang kaum muslim menarik atau membayar bunga (riba). Pelarangan inilah yang membedakan sistem perbankan syariah dengan sistem perbankan konvensional. Meskipun sebelumnya terjadi perdebatan mengenai apakah riba ada kaitannya dengan bunga (*interest*) atau tidak, namun sekarang nampaknya ada konsensus di kalangan ulama bahwa istilah riba meliputi segala bentuk bunga (Ismail, 2019).

Bank syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah-masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dalam Islam dewasa ini. Suatu hal yang membiarkan bahwa belakangan ini para ekonomi muslim telah mencurahkan perhatian besar, gina menemukan cara untuk menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dan keuangan yang lebih sesuai dengan etika Islam. Upaya ini dilakukan dalam upaya untuk membangun model teori ekonomi yang bebas bunga dan pertumbuhan ekonomi, alokasi dan distribusi pendapatan. Oleh karena itulah, maka mekanisme perbankan bebas bunga yang disebutkan dengan bank syariah didirikan. Perbankan syariah didirikan didasarkan pada alasan filosofi maupun praktik. Secara filosofi, karena dilarangnya pengambilan riba dalam transaksi keuangan maupun non keuangan. Secara filosofis, karena sistem perbankan berbasis bunga atau konvensional (Wilardo, 2005). Berikut akan dipaparkan Perbedaan antara Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional yang dapat dilihat pada tabel 2.1 di bawah:

Tabel 2.1
Perbedaan Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional

No	Bank Syariah	Bank konvensional
1	Melakukan investasi yang halal	Investasi yang halal dan haram
2	Berdasarkan prinsip bagi hasil	Memakai perangkat bunga
3	Di dasarkan pada keuntungan dan falah	Hanya berdasarkan keuntungan
4	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk debitor-debitor
5	Penghimpunan dana dan penyaluran dana harus sesuai	Tidak terdapat dewan sejenis

	dengan fatwa dengan pengawas syariah	
--	--------------------------------------	--

(Sumber : Antonio, 2001)

Bank syariah adalah bank yang beroperasi tidak mengandalkan pada bunga akan tetapi berdasarkan bagi hasil. Selain itu, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam kegiatan pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Karakteristik utama Bank Syariah adalah ketiadaan bunga sebagai representasi dari riba karena haram. Karakter inilah yang menjadikan perbankan syariah lebih unggul pada beberapa hal termasuk pada sistem operasional yang dijalankan. Selain itu juga dalam perbankan syariah uang hanya dijadikan alat tukar bukan komoditi yang diperdagangkan sehingga tidak mengenal akan konsep “*time value for money*” (Arifin, 2000).

2.1.2 Tujuan dan Fungsi Bank Syariah

Bank Syariah memiliki tujuan dan fungsi yang berbeda dengan bank konvensional karena mengikuti prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam. Berikut adalah tujuan dan fungsi utama Bank Syariah (Ismail, 2019):

1) Tujuan Bank Syariah

Dalam mencapai tujuannya bank syariah sangat berbeda dengan bank konvensional, pada bank konvensional memiliki tujuan untuk mencapai keuntungan yang setinggi-tingginya, sedangkan bank syariah berdiri untuk menggalakkan, memelihara, dan mengembangkan produk-produk perbankan dengan berdasarkan

prinsip syariat Islam. Adapun tujuan bank syariah menurut Ikit (2015) adalah sebagai berikut:

1) Tujuan Bank Syariah

- a. Mengutamakan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah secara Islami. Khususnya bermuamalah yang berkaitan dengan perbankan, agar dapat terhindari dari aspek-aspek riba atau jenis-jenis usaha lainnya yang mengandung unsur gharar (tipuan). Yang mana usaha tersebut selain dilarang dalam Islam juga dapat menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi rakyat.
- b. Untuk menciptakan suatu keadilan dibidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui investasi, agar tidak terjadi kesenjangan ekonomi antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
- c. Untuk dapat meningkatkan kualitas hidup umat dengan cara membuka peluang berusaha yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif dan menuju terciptanya kemandirian usaha.
- d. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan yang pada umumnya merupakan suatu program utama dari negara-negara yang berkembang.
- e. Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter. Dengan segala aktivitas bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi yang diakibatkan adanya inflasi,

menghindari persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan.

2) Fungsi Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan fungsi intermediasinya berdasarkan dengan prinsip syariah Islam, Adapun fungsi bank syariah adalah sebagai berikut (Arifin, 2007):

- a. Sebagai tempat menghimpun dana dari masyarakat atau dunia usaha dalam bentuk tabungan (mudharabah) dan giro (wadiah), serta menyalurkannya kepada sektor riil yang membutuhkan.
- b. Menawarkan berbagai jasa keuangan berdasarkan upah dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan.
- c. Sebagai tempat investasi bagi dunia usaha (baik dana modal maupun dana rekening investasi) dengan menggunakan alat-alat investasi yang sesuai dengan prinsip syariah.
- d. Memberikan jasa sosial seperti pinjaman kebajikan, zakat dan dana sosial lainnya yang sesuai dengan ajaran Islam.

Adapun fungsi bank syariah berdasarkan UU Nomor 21 Tahun 2008 dalam pasal 4 tentang perbankan Syariah menyatakan bahwa (Ikit, 2018):

- a. Bank Syariah dan UUS (Unit Usaha Syariah), memiliki kewajiban untuk menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- b. Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal yaitu menerima dana yang

berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.

- c. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).

Alat transaksi kebijakan moneter sama seperti bank konvensional.

2.1.3 Landasan Hukum Bank Syariah

Landasan hukum utama berdirinya bank syariah untuk menjalankan aktivitasnya, yaitu:

- 1) Al-qur'an

Berdasarkan surah Al-baqarah ayat 275 yaitu:

مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَّخِطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا إِلاَّ يَقُومُونَ لَآ الرِّبَا ۗ يَأْكُلُونَ الَّذِي
أَبْيَعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ ۗ الرِّبَا ۗ مِثْلَ الْبَيْعِ إِنَّمَا قَالُوا ۗ بِأَنَّهُمْ ذَلِكَ ۗ الْمَسْ
إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفَ مَا فَلَهُ فَانْتَهَى رَبِّهِ مِنْ مَوْعِظَةٍ جَاءَهُ فَمَنْ ۗ الرِّبَا ۗ وَحَرَّمَ
خَلِدُونَ فِيهَا هُمْ ۗ النَّارِ أَصْحَابُ فَأُولَٰئِكَ عَادُوا مِنَ اللَّهِ

Artinya: “orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang

telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa Allah SWT melarang keras untuk tidak memakan atau mengambil riba, dan Allah pula menghalalkan jual beli dengan jalan yang baik dan tidak saling menzalimi satu sama lainnya. Apabila melakukan hal-hal yang telah dilarang maka Allah SWT pun memberikan sanksi berupa neraka yang kekal selamanya.

2) Landasan Hukum Negara

Landasan hukum bank syariah berawal dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Namun, undang-undang tersebut belum memberikan landasan hukum yang cukup kuat untuk digunakan sebagai pengembangan bank syariah di Indonesia, kemudian dilakukan perubahan dan menghasilkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 sebagai penyempurnaan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 karena dalam undang-undang tersebut bank syariah hanya dipahami sebagai bank bagi hasil yang selanjutnya harus tunduk pada peraturan perbankan umum konvensional.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 berisi mengenai pengertian bank dan aktivitas apa saja yang dapat dilakukan oleh bank, serta dijelaskan juga mengenai prinsip syariah, dimana prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank

dengan pihak lain untuk menyimpan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musharakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan 21 kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina). (4Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 Ayat (13)).

2.1.4 Ciri-ciri Bank Syariah

Menurut Sudarsono (2003) adapun ciri-ciri bank syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Beban biaya yang disepakati dalam perjanjian akad diwujudkan dalam bentuk nominal, yang akan besarnya tidak kaku dan dapat dilakukan dengan kebebasan untuk tawar menawar dalam batas wajar. Beban biaya tersebut hanya dikenakan sampai batas waktu sesuai dengan kesempatan dalam kontrak.
- 2) Penggunaan persentase dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran selalu dihindari, karena persentase bersifat melekat pada sisa utang meskipun batas waktu perjanjian telah berakhir.
- 3) Di dalam kontrak-kontrak pembiayaan proyek, bank syariah tidak menerapkan perhitungan berdasarkan keuntungan yang pasti yang ditetapkan di muka, karena pada hakikatnya yang

mengetahui, tentang ruginya suatu proyek yang dibiayai bank hanyalah Allah SWT semata.

- 4) Pengarahan dana masyarakat dalam bentuk deposit tabungan oleh penyimpan dianggap sebagai suatu titipan yang diamanatkan sebagai penyertaan dana pada proyek-proyek yang dibiayai bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah sehingga pada penyimpan tidak dijanjikan imbalan yang pasti.
- 5) Dewan Pengawas Syariah (DPS) bertugas untuk dapat mengawasi operasionalisasi bank dari sudut syariah. Selain itu manajer dan pimpinan bank hendaknya mengetahui dasar-dasar muamalah Islam.
- 6) Fungsi kelembagaan bank syariah selain menjembatani antara pihak pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana, juga mempunyai fungsi khusus yaitu fungsi amanah artinya berkewajiban untuk menjaga serta bertanggung jawab atas keamanan dana yang disimpan dan siap sewaktu-waktu apabila dana diambil pemiliknya.

2.1.4 Ciri-ciri Bank Syariah

Bank Syariah memiliki ciri-ciri khusus yang membedakannya dari bank konvensional. Berikut adalah beberapa ciri-ciri utama dari Bank Syariah (Ismail, 2019):

1. Prinsip Syariah: Bank Syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Ini mencakup larangan terhadap riba (bunga), larangan transaksi spekulatif, dan pematuhan terhadap hukum-hukum Islam dalam kegiatan operasionalnya.

2. Pembagian Keuntungan dan Risiko: Bank Syariah menerapkan prinsip pembagian keuntungan dan risiko antara bank dan nasabah. Misalnya, dalam pembiayaan mudharabah, keuntungan dan risiko dibagikan antara pihak yang menyediakan modal (bank) dan pihak yang mengelola modal (nasabah).
3. Penolakan Riba: Riba atau bunga dilarang dalam transaksi keuangan Bank Syariah. Oleh karena itu, bank tidak memberlakukan suku bunga tetap pada pinjaman atau deposito.
4. Transparansi dan Keterbukaan: Bank Syariah dikenal akan transparansi dan keterbukaan dalam operasionalnya. Informasi mengenai produk, layanan, dan transaksi disediakan dengan jelas kepada nasabah.
5. Pengelolaan Dana Sesuai Syariah: Bank Syariah mengelola dana sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ini mencakup pembiayaan berbasis keuntungan dan kerugian, serta investasi dalam aset yang mematuhi hukum Islam.
6. Adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS): Bank Syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah yang bertugas untuk memastikan bahwa semua operasional bank sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. DPS memberikan fatwa atau pandangan hukum terkait aspek-aspek tertentu dari operasi bank.
7. Pembiayaan Berbasis Kerjasama: Bank Syariah menggunakan konsep pembiayaan berbasis kerjasama, seperti mudharabah

(bagi hasil) dan musyarakah (kerjasama antara pihak-pihak yang bekerja sama).

8. Pengelolaan Zakat dan Sedekah: Bank Syariah biasanya terlibat dalam pengelolaan zakat dan sedekah untuk membantu masyarakat yang membutuhkan, sesuai dengan prinsip keadilan sosial dalam Islam.
9. Pematuhan pada Kode Etik Islam: Bank Syariah berkomitmen untuk mematuhi kode etik Islam dalam setiap aspek operasionalnya, termasuk dalam hubungan dengan nasabah, karyawan, dan masyarakat.
10. Inovasi Produk dan Layanan Syariah: Bank Syariah terus mengembangkan produk dan layanan inovatif yang sesuai dengan prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan pasar.

2.2 Mudharabah

2.2.1 Pengertian Mudharabah

Mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak, pihak pertama (pemilik dana) menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua (pengelola dana) bertindak selaku pengelola. Keuntungan ini dibagi oleh mereka sesuai kesepakatan, sedangkan kerugiannya hanya ditanggung oleh pengelola dana (Lubis, 2019).

1. Landasan syariah mudharabah

Landasan syariah mudharabah lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha. Hal ini tampak dalam QS. Al-Jumu'ah ayat 10, sebagai berikut:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. (Q.S Al Jumu’ah : 10)

Landasan hukum Al-Quran firman Allah SWT dalam surah An Nisa : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S An Nisa : 29). Landasan hadist :

“Dari Shalih bin Shuhaib r.a bahwa Rasulullah SAW bersabda , “Tiga hal yang didalamnya terdapat keberkaitan : jual beli secara tangguh, muqaradhadh (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual.” (HR. Ibnu Majah).

2. Rukun Mudharabah

Rukun dalam akad mudharabah yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut (Zulkifli, 2007):

- 1) Pemilik modal (*Shahibul mal*)
- 2) Pemilik usaha (*mudharib*)

- 3) Proyek/ usaha (*'amal*)
 - 4) Modal (*ra'sul mal*)
 - 5) Ijab qabul (*sighat*)
 - 6) Nisbah bagi hasi
3. Hukum Mudharabah

Hukumnya *jaiz* (boleh) dengan *ijma'*. Rasulullah pernah melakukan mudharabah dengan Khadijah, dengan modal dari padanya (Khadijah). Beliau pergi ke Syam dengan membawa modal tersebut untuk diperdagangkan. Ini sebelum beliau diangkat menjadi Rasul.

4. Syarat Mudharabah

Didalam mudharabah, disyaratkan sebagai berikut:

- 1) Bahwa modal itu berbentuk uang tunai, jika ia berbentuk emas atau perak batangan (*tabar*), atau barang perhiasan atau barang dagangan lainnya, mudharabah tersebut batal,
- 2) Bagi orang yang melakukan akad disyaratkan mampu melakukan *tasaruf*, maka dibatalkan akad anak-anak yang masih kecil, orang gila, dan orang-orang yang berada dibawah pengampunan,
- 3) Modal harus diketahui dengan jelas agar dapat dibedakan antara modal yang diperdagangkan dan laba atau keuntungan dari perdagangan tersebut yang akan dibagikan kepada dua belah pihak sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati,

- 4) Keuntungan yang akan menjadi milik pengelola dan pemilik modal harus jelas persentasenya, umpamanya setengah, sepertiga, atau seperempat,
 - 5) Melafazkan ijab dari pemilik modal. Misalnya, “aku serahkan uang ini kepadamu untuk dagang jika ada keuntungan akan dibagi dua” dan kabul dari pengelola,
 - 6) Mudharabah bersifat mutlak, pemilik modal tidak mengikat pengelola harta untuk berdagang di Negara tertentu, memperdagangkan barang barang tertentu, pada waktu waktu tertentu, sementara diwaktu lain tidak terkena persyaratan yang mengikat sering menyimpang dari tujuan akad mudharabah, yaitu keuntungan. Bila dalam mudharabah ada persyaratan persyaratan, maka mudharabah tersebut menjadi rusak (*fasid*) menurut pendapat pendapat al Syafi'i dan Malik. Adapun menurut Hanifah dan Ahmad Ibn Hambal, mudharabah tersebut sah. (Suhendi, 2008).
5. Ketentuan umum skema pembiayaan mudharabah adalah sebagai berikut:
- 1) Jumlah modal yang diserahkan kepada nasabah selaku pengelola modal harus diserahkan tunai, dan dapat berupa uang atau barang yang dinyatakan nilainya dalam satuan uang. Apabila modal diserahkan secara bertahap, harus jelas tahapannya dan disepakati bersama

- 2) Hasil dari pengelola modal pembiayaan mudharabah dapat diperhitungkan dengan cara, yakni:
 - (1) Perhitungan dari pendapatan proyek (*revenue sharing*)
 - (2) Perhitungan dari keuntungan proyek.
- 3) Hasil usaha dibagi sesuai dengan persetujuan dalam akad, pada setiap bulan atau waktu yang disepakati. Bank selaku pemilik modal menanggung seluruh kerugian kecuali akibat kelalaian dan penyimpangan pihak nasabah, seperti penyelewengan, kecurangan, dan penyalahgunaan dana
- 4) Bank berhak melakukan pengawasan terhadap pekerjaan, namun tidak berhak mencampuri urusan pekerjaan/usaha nasabah. Jika nasabah cedera janji dengan sengaja, misalnya tidak mau membayar kewajiban atau menunda pembayaran kewajiban, maka ia dapat dikenakan sanksi administrasi (Karim, 2004).

2.2.2 Tujuan Tabungan Mudharabah Dalam Perbankan

Mudharabah biasa ditetapkan pada akad pembiayaan dan akad ~~A. D. P. N~~ Pada sisi penghimpunan dana, mudharabah ditetapkan pada:

- 1) Tabungan berjangka, yaitu tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan khusus, seperti tabungan haji, tabungan kurban, Deposito biasa, dan sebagainya.

- 2) Deposito spesial, dimana dana yang dititipkan nasabah khusus untuk bisnis tertentu, misalnya murabahah saja atau ijarah saja (Antonio, 2001).

Jenis-jenis mudharabah:

- 1) Mudharabah Muthlaqah Yaitu bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.
- 2) Mudharabah Muqayyah
 - (1) Salah satu jenis mudharabah, dimana pemilik modal (*mudharib*) dibatasi haknya oleh pemilik modal (*shahibul mal*), antara lain dalam hal jenis usaha, waktu, tempat, dll.
 - (2) *Restricted fund* (Zulkifli, 2007).

2.2.3 Rukun Tabungan Mudharabah

Tabungan mudharabah adalah salah satu produk perbankan syariah yang menerapkan prinsip mudharabah. Mudharabah adalah suatu bentuk kerjasama antara pemilik modal (nasabah) dan pengelola modal (bank). Dalam konteks tabungan mudharabah, nasabah menyetorkan uangnya pada bank untuk diinvestasikan dalam proyek-proyek yang dijalankan oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dari investasi tersebut akan dibagi antara nasabah dan bank sesuai kesepakatan awal. Berikut adalah rukun tabungan mudharabah (Lubis, 2019):

1. Rukun pertama dari tabungan mudharabah adalah adanya perjanjian mudharabah antara nasabah (pemilik modal) dan bank (pengelola modal). Perjanjian ini harus disepakati oleh kedua belah pihak sebelum transaksi dimulai.
2. Modal atau mal dalam konteks tabungan mudharabah adalah dana yang disetorkan oleh nasabah kepada bank. Jumlah modal ini harus jelas dan disepakati oleh kedua belah pihak.
3. Bank bertanggung jawab untuk mengelola modal yang diserahkan oleh nasabah untuk diinvestasikan dalam proyek-proyek yang halal dan sesuai dengan prinsip syariah. Pengelolaan ini mencakup pengambilan keputusan investasi dan operasional.
4. Keuntungan yang diperoleh dari hasil investasi dibagi antara nasabah dan bank sesuai dengan nisbah atau persentase yang telah disepakati sebelumnya. Nisbah ini dapat ditentukan sebagai persentase tetap atau dapat berubah sesuai dengan kesepakatan. جامعة الرانري
5. Waktu atau jangka waktu perjanjian mudharabah harus jelas dan ditentukan sebelumnya. Ini mencakup kapan perjanjian dimulai dan kapan akan berakhir.
6. Kepemilikan atas modal harus jelas. Nasabah memiliki hak kepemilikan terhadap modal yang disetorkan, sementara bank bertanggung jawab atas pengelolaannya.
7. Adanya transparansi dan informasi yang jelas kepada nasabah mengenai proyek-proyek yang dijalankan oleh bank

dengan dana nasabah. Bank harus memberikan laporan periodik mengenai keuntungan, kerugian, dan perkembangan investasi.

8. Transaksi mudharabah harus bebas dari unsur ketidakpastian (gharar). Hal ini mencakup penentuan nisbah keuntungan dan persyaratan lainnya agar tidak menimbulkan keraguan atau ketidakjelasan.

2.2.4 Syarat-syarat Tabungan Mudharabah

Tabungan mudharabah adalah produk perbankan syariah yang mengikuti prinsip mudharabah, yaitu kerjasama antara pemilik modal (nasabah) dan pengelola modal (bank) untuk mencapai keuntungan. Syarat-syarat tabungan mudharabah dapat bervariasi dari satu bank syariah ke bank syariah lainnya, namun umumnya mencakup beberapa aspek berikut (Ismail, 2019):

1. Terdapat perjanjian mudharabah yang sah dan sah yang memuat kesepakatan antara nasabah dan bank mengenai pembagian keuntungan dan kerugian, serta hal-hal lain yang terkait dengan tabungan mudharabah.
2. Nasabah diharuskan untuk menyetorkan modal ke dalam tabungan mudharabah. Besar modal dan mekanisme penyetoran ini harus dijelaskan dengan jelas dalam perjanjian.
3. Nasabah harus mengidentifikasi diri secara jelas dan menyampaikan informasi yang diperlukan sesuai dengan

kebijakan bank, termasuk kartu identitas dan informasi lainnya.

4. Kesepakatan mengenai nisbah atau persentase pembagian keuntungan antara nasabah dan bank harus diatur dalam perjanjian. Nisbah ini dapat bersifat tetap atau dapat berubah sepanjang waktu tertentu.
5. Perjanjian mudharabah harus memiliki masa berlaku yang jelas, yaitu kapan perjanjian tersebut dimulai dan kapan akan berakhir. Hal ini mencakup informasi mengenai jangka waktu tabungan mudharabah.
6. Bank wajib memberikan informasi dan laporan keuangan secara periodik kepada nasabah mengenai hasil usaha dan keuangan yang terkait dengan tabungan mudharabah.
7. Perjanjian mudharabah harus menghindari unsur ketidakpastian dan risiko yang tidak jelas. Semua persyaratan dan mekanisme perjanjian harus dijelaskan secara transparan dan jelas.
8. Nasabah bisa terlibat atau diinformasikan tentang jenis investasi yang dilakukan oleh bank menggunakan dana yang disetorkan. Meskipun pengelolaan modal dilakukan oleh bank, tetapi nasabah bisa memiliki wawasan tentang proyek-proyek yang dijalankan oleh bank.
9. Perjanjian mudharabah harus mencantumkan mekanisme pembagian kerugian jika investasi yang dijalankan oleh bank mengalami kerugian.

10. Tabungan mudharabah harus mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek operasionalnya.

2.3 Teori Perilaku Konsumen

2.3.1 Pengertian Teori Perilaku Konsumen

Pengertian perilaku konsumen Menurut Kotler dan Keller (2009), perilaku nasabah adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka pada Bank Syariah.

2.3.2 Tujuan Teori Perilaku Konsumen

Pemahaman perilaku konsumen, termasuk yang dijelaskan oleh Kotler (2009) dalam bidang pemasaran, memiliki beberapa tujuan yang mendasar. Berikut adalah beberapa tujuan dari studi perilaku konsumen menurut perspektif dan dalam konteks pemasaran bertujuan untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang bagaimana konsumen berpikir, merasa, dan bertindak ketika melakukan keputusan pembelian. Pemasar ingin memahami motivasi, preferensi, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen.

2.3.3 Manfaat Teori Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen memberikan manfaat penting bagi pelaku bisnis, pemasar, dan penyedia layanan. Berikut adalah

beberapa manfaat utama dari penerapan teori perilaku konsumen (Kotler, 2009):

1. Memahami perilaku konsumen, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan. Ini mencakup penetapan harga yang tepat, promosi yang sesuai, dan penempatan produk yang efisien.
2. Membantu perusahaan melakukan segmentasi pasar yang lebih akurat. Dengan memahami karakteristik dan preferensi konsumen, perusahaan dapat menyusun strategi yang lebih terfokus dan memenuhi kebutuhan setiap segmen pasar.
3. Memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan produk atau layanan yang lebih sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Ini membantu dalam menciptakan produk yang lebih sukses di pasaran.
4. Memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan produk atau layanan yang lebih sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Ini membantu dalam menciptakan produk yang lebih sukses di pasaran.
5. Dengan mengetahui perilaku konsumen, perusahaan dapat mengoptimalkan rantai pasok mereka. Mereka dapat mengantisipasi permintaan pasar, mengelola stok dengan lebih efisien, dan meminimalkan risiko kelebihan persediaan atau kekurangan persediaan.
6. Membantu perusahaan untuk merespons perubahan pasar dengan lebih cepat dan efektif. Mereka dapat mengadaptasi

strategi mereka agar tetap relevan dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

7. Membantu perusahaan dalam membangun dan mengelola hubungan yang kuat dengan konsumen. Ini melibatkan komunikasi yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan.
8. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen, perusahaan dapat menciptakan program loyalitas dan insentif yang dapat meningkatkan retensi pelanggan.
9. Memberikan pandangan yang mendalam tentang apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Ini dapat memicu inovasi produk dan pelayanan baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.
10. Dengan memahami perilaku konsumen, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien. Hal ini membantu dalam pengelolaan bisnis secara menyeluruh, termasuk anggaran pemasaran, operasional, dan strategi pertumbuhan.

2.3.4 Perilaku Konsumen dalam Keputusan Nasabah

Perilaku nasabah sesudah memutuskan untuk mengambil tabungan mudharabah dapat digunakan untuk mengukur keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah. Perilaku konsumen dalam konteks keputusan nasabah merujuk pada bagaimana individu atau perusahaan membuat keputusan terkait dengan produk atau

layanan keuangan yang mereka pilih. Keputusan nasabah melibatkan serangkaian faktor yang dipengaruhi oleh kebutuhan, preferensi, persepsi risiko, dan faktor-faktor lainnya (Ismail, 2019).

2.4 Kepuasan Nasabah

2.4.1 Pengertian Keputusan Nasabah

Keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan Mudharabah adalah pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah atau konsumen untuk menggunakan jasa perbankan syariah tabungan berakad Mudharabah. Nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan tabungan Mudharabah pastinya akan melalui beberapa tahapan pengambilan keputusan. Tahapan tersebut terdiri dari: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli atau pengambilan keputusan, dan perilaku sesudah pembelian atau perilaku sesudah keputusan diambil.

Nasabah dalam memilih tabungan membutuhkan tentunya pencarian informasi. nasabah akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai bank yang dapat membantu memenuhi akan kebutuhannya. Pada tahapan evaluasi alternatif, nasabah mempelajari lebih dalam informasi informasi yang didapatkan dan mengetahui kelemahan dan kelebihan dari masing-masing bank serta jenis produk tabungan yang ada. Tahap selanjutnya yaitu mengambil keputusan, pada tahap ini nasabah memilih salah satu alternatif dan mengambil tabungan mudharabah

untuk memenuhi kebutuhan akan menabung. Setelah keputusan diambil, maka dapat diketahui perilaku sesudah mengambil keputusan berupa kepuasan dan ketidakpuasan nasabah mengenai keputusan yang diambil. Perilaku nasabah sesudah memutuskan untuk mengambil tabungan mudharabah dapat dilihat dari kepuasan atau ketidakpuasan nasabah mengenai dampak yang dihasilkan.

2.4.2 Tujuan Pengambilan Keputusan Nasabah

Nasabah mengambil keputusan terkait dengan produk atau layanan keuangan dengan tujuan tertentu. Tujuan pengambilan keputusan nasabah dapat bervariasi tergantung pada kebutuhan, situasi keuangan, dan tujuan finansial individu. Beberapa tujuan umum yang mungkin menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan nasabah melibatkan produk atau layanan keuangan (Lubis, 2019).

1. Banyak nasabah mengambil keputusan terkait dengan pengelolaan keuangan pribadi mereka. Tujuan utama mungkin termasuk penyimpanan uang, pengelolaan anggaran, dan mencapai stabilitas keuangan pribadi.
2. Nasabah seringkali memiliki tujuan untuk menginvestasikan dana mereka dengan harapan pertumbuhan keuangan. Ini dapat mencakup investasi dalam saham, obligasi, reksa dana, atau properti untuk mencapai tujuan jangka panjang seperti pendidikan anak-anak atau pensiun yang nyaman.
3. Nasabah seringkali memiliki tujuan untuk menginvestasikan dana mereka dengan harapan pertumbuhan keuangan. Ini

dapat mencakup investasi dalam saham, obligasi, reksa dana, atau properti untuk mencapai tujuan jangka panjang seperti pendidikan anak-anak atau pensiun yang nyaman.

4. Nasabah seringkali mengambil keputusan terkait dengan pembelian barang konsumsi seperti mobil, rumah, atau barang elektronik. Tujuan di sini mungkin mencakup pemenuhan kebutuhan dasar, kenyamanan, atau status sosial.
5. Nasabah mungkin mengambil keputusan terkait dengan manajemen utang dan kredit. Tujuan bisa melibatkan pengurangan utang, meningkatkan skor kredit, atau mendapatkan fasilitas kredit untuk kebutuhan tertentu.
6. Beberapa nasabah memiliki tujuan perencanaan keuangan jangka panjang, termasuk persiapan untuk masa pensiun. Mereka dapat mengambil keputusan terkait dengan investasi pensiun, rencana pensiun, dan pengelolaan keuangan untuk memastikan keamanan finansial di masa depan.
7. Nasabah mungkin mengambil keputusan untuk mengelola risiko dan mengatasi krisis keuangan yang mungkin terjadi. Ini dapat mencakup pembelian produk keuangan yang melibatkan aspek perlindungan dan mitigasi risiko.
8. Beberapa nasabah mungkin mengambil keputusan dengan tujuan mencari kemudahan dalam penggunaan produk atau layanan keuangan, serta mencapai tingkat kepuasan yang tinggi dalam interaksi dengan lembaga keuangan.

9. Dengan pertumbuhan teknologi finansial, beberapa nasabah mungkin mengambil keputusan untuk menggunakan layanan fintech dengan tujuan kenyamanan, kecepatan, dan aksesibilitas yang lebih baik.
10. Semakin banyak nasabah yang memiliki kepedulian terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Keputusan mereka dapat tercermin dalam investasi berkelanjutan atau dukungan kepada lembaga keuangan yang menerapkan praktik berkelanjutan.

2.4.3 Jenis-jenis Keputusan Nasabah

Keputusan nasabah melibatkan serangkaian pilihan yang diambil oleh individu atau perusahaan dalam konteks layanan keuangan. Jenis-jenis keputusan nasabah dapat dibagi berdasarkan tingkat kompleksitas dan dampaknya terhadap keuangan nasabah (Mantoro, 2019).

1. Keputusan ini mencakup pembelian produk atau layanan keuangan, seperti membuka rekening bank, memilih jenis investasi, atau mendapatkan asuransi. Keputusan ini dapat melibatkan evaluasi yang cermat terhadap fitur, manfaat, dan risiko produk atau layanan.
2. Nasabah seringkali dihadapkan pada keputusan investasi, termasuk memilih instrumen investasi seperti saham, obligasi, reksa dana, atau properti. Keputusan investasi memerlukan analisis risiko dan potensi keuntungan serta pemahaman terhadap tujuan keuangan jangka panjang.

3. Keputusan ini melibatkan pertimbangan untuk mengambil pinjaman atau utang, seperti pinjaman rumah, pinjaman pendidikan, atau kartu kredit. Nasabah perlu mempertimbangkan tingkat suku bunga, syarat-syarat pinjaman, dan kemampuan pembayaran sebelum mengambil keputusan ini.
4. Nasabah harus memutuskan apakah mereka akan mendapatkan polis asuransi dan jenis perlindungan yang diperlukan, seperti asuransi jiwa, asuransi kesehatan, atau asuransi properti. Keputusan ini melibatkan evaluasi risiko dan biaya premi.
5. Nasabah perlu memutuskan cara penyimpanan dan pengelolaan dana mereka. Keputusan ini melibatkan pemilihan rekening bank, pemutaran dana, dan alokasi dana untuk keperluan jangka pendek dan jangka panjang.
6. Keputusan terkait pensiun melibatkan perencanaan keuangan jangka panjang, termasuk pemilihan rencana pensiun, investasi pensiun, dan pengelolaan aset untuk masa pensiun.
7. Nasabah perlu mengambil keputusan tentang bagaimana mereka akan mengelola risiko finansial, termasuk risiko investasi dan perlindungan diri dari risiko tak terduga.
8. Nasabah perlu memutuskan produk dan layanan perbankan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti jenis rekening tabungan, kartu kredit, atau layanan perbankan digital.

9. Keputusan ini terkait dengan cara nasabah melakukan transaksi dan pembayaran, baik itu melalui metode pembayaran digital, transfer dana, atau pembelian produk dan layanan.
10. Nasabah dapat dihadapkan pada keputusan terkait penggunaan layanan fintech, seperti aplikasi perbankan digital, dompet elektronik, atau platform investasi online.

2.4.3 Tahapan Penentuan Keputusan Nasabah

Proses penentuan keputusan nasabah melibatkan serangkaian tahapan yang kompleks, di mana nasabah mengumpulkan informasi, mempertimbangkan opsi, dan akhirnya membuat keputusan terkait dengan produk atau layanan keuangan (Ismail, 2019).

1. Tahap awal dalam penentuan keputusan nasabah adalah pengenalan kebutuhan atau keinginan. Nasabah menyadari adanya suatu kebutuhan atau tujuan finansial yang perlu dipenuhi, seperti investasi, perlindungan asuransi, atau pembiayaan.
2. Setelah mengidentifikasi kebutuhan, nasabah mencari informasi terkait produk atau layanan keuangan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Informasi ini dapat diperoleh melalui internet, brosur, rekomendasi teman, atau konsultasi dengan penasihat keuangan.
3. Nasabah mengevaluasi berbagai opsi atau alternatif yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan mereka. Ini mencakup

pembandingan antara produk atau layanan, analisis risiko, keuntungan, dan biaya terkait.

4. Setelah mengevaluasi opsi, nasabah memilih produk atau layanan yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Keputusan ini dapat dipengaruhi oleh faktor seperti kualitas, reputasi penyedia layanan, dan fitur produk.
5. Tahap ini melibatkan tindakan nyata dari nasabah untuk melakukan pembelian atau pendaftaran. Nasabah mengambil langkah konkret, seperti mengisi formulir aplikasi, menyetor dana, atau menandatangani kontrak.
6. Setelah pembelian atau pendaftaran, nasabah mengimplementasikan keputusannya. Ini bisa mencakup transfer dana, alokasi investasi, atau memulai pembayaran premi asuransi. Nasabah juga dapat menggunakan produk atau layanan tersebut sesuai dengan instruksi atau panduan yang diberikan.
7. Nasabah melanjutkan untuk mengevaluasi keputusan mereka setelah implementasi. Ini mencakup pengalaman menggunakan produk atau layanan, kepuasan pelanggan, dan apakah produk tersebut memenuhi ekspektasi awal.
8. Berdasarkan evaluasi pasca-pembelian, nasabah dapat memutuskan untuk tetap menggunakan produk atau layanan tersebut (retensi) atau memutuskan untuk mencari opsi lain

(pengulangan). Faktor-faktor seperti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat memengaruhi keputusan ini.

9. Nasabah merefleksikan pengalaman mereka dan memperoleh pembelajaran dari keputusan yang telah diambil. Ini dapat memengaruhi cara mereka membuat keputusan di masa depan dan meningkatkan tingkat pemahaman mereka terhadap produk atau layanan keuangan.
10. Keputusan nasabah dapat berubah seiring waktu tergantung pada perubahan kebutuhan, situasi keuangan, atau perubahan kondisi pasar. Nasabah mungkin perlu memperbarui atau menyesuaikan portofolio dan keputusan keuangan mereka seiring berjalannya waktu.

2.4.4 Indikator Keputusan

Mengukur keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah dengan menggunakan indikator (Kotler, 2009):

1. **Pengenalan Masalah**

Dalam hal ini keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah diukur sesuai dengan kebutuhan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen.

2. **Pencarian Informasi**

Pada tahapan pencarian Informasi, keputusan nasabah dapat diukur dengan pengalaman nasabah dalam mengakses atau mengumpulkan informasi sehingga banyak informasi dapat diserap oleh nasabah.

3. Evaluasi Alternatif

Pada tahapan evaluasi alternatif, keputusan nasabah dapat dinilai dengan pengalaman nasabah dalam mengevaluasi pilihan yang ada dari banyaknya informasi yang didapatkan. Ketika nasabah telah melewati tahapan ini, maka nasabah memiliki berbagai informasi tentang tabungan mudharabah serta mengetahui kekurangan dan kelebihan tabungan mudharabah sehingga nasabah dapat memberikan penilaian mengenai seberapa mudah menggunakan tabungan mudharabah.

4. Keputusan Membeli atau mengambil

Dalam hal ini keputusan mengambil tabungan mudharabah diukur sesuai dengan perilaku nasabah atas keyakinan atau persepsi yang ada setelah memilih atau mengambil jasa yang akan digunakan serta apakah nasabah langsung menggunakan jasa tersebut atau tidak.

5. Perilaku Pasca Membeli

Sesudah memutuskan untuk mengambil tabungan mudharabah. Nasabah memberikan penilaian mengenai dampak pada masalah setelah mendapatkan apa yang menjadi kebutuhannya melalui tabungan mudharabah.

2.5 Bagi hasil

2.5.1 Pengertian Bagi hasil

Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*). (Antonio, 2001)

Pelarangan riba dalam Islam adalah suatu penolakan terhadap timbulnya risiko finansial tambahan yang ditetapkan dalam transaksi uang atau modal maupun jual beli yang dibebankan kepada satu pihak saja sedangkan pihak yang lain dijamin keuntungannya (Muhammad, 2004). Hal ini mengindikasikan perbankan Syariah menganut sistem bagi hasil dalam proses kegiatannya dan mengharamkan bunga karena mengandung unsur riba.

Pembayaran imbalan bank syariah kepada pemilik dana dalam bentuk bagi hasil besarnya sangat tergantung dari pendapatan yang diperoleh sebagai mudharib atas pengelolaan dana mudharabah tersebut (Wiroso, 2005).

Apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang besar maka distribusi hasil usaha didasarkan pada jumlah yang besar, sebaliknya apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang kecil. Hal ini berbeda dengan bank konvensional, dimana pembayaran imbalan dalam bentuk bunga dibayarkan dengan jumlah tetap, tidak terpengaruh dengan pendapatan yang diterima bank konvensional.

Dalam sistem bagi hasil terdapat prinsip-prinsip untuk menjalankan aktivitasnya yaitu:

1. Prinsip Keadilan dan Kehati-hatian tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah kemudian bank sebagai pengelola akan mengembangkan dana yang terkumpul dari nasabah untuk usaha-usaha yang baik secara professional.
2. Prinsip Kesederajatan, dimana menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank.
3. Prinsip Ketentraman. Produk-produk Bank Syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah Muamalah Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian, nasabah akan merasakan ketentraman lahir maupun batin.

(Daulay, 2010)

Distribusi pembagian hasil usaha bank syariah dengan nasabah penghimpunan dana hanya berdasarkan pada akad mudharabah, pembagian hasil usaha dilakukan berdasarkan pada nisbah yang disepakati pada awal akad (Wirosa, 2005).

Dengan nisbah bagi hasil yang tinggi masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada bank dengan harapan mendapatkan imbalan yang diterima oleh kedua pihak baik pihak bank maupun pihak nasabah. Namun, bukan hanya besaran bagi hasilnya saja yang membuat nasabah tertarik tetapi ketentuan

dalam pembagian bagi hasil juga yang membuat nasabah yang memiliki dana untuk menyimpan dananya pada bank syariah (Ansori, 2007).

Nisbah mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua pihak dan pemilik dana tidak boleh meminta pembagian keuntungan dengan menyatakan nilai nominal tertentu karena dapat menimbulkan riba. Nisbah harus diketahui jelas oleh kedua belah pihak. Jika dalam akad tidak dijelaskan masing- masing porsi maka pembagiannya menjadi 50% dan 50%.

2.5.2 Tujuan Bagi Hasil

Sistem bagi hasil (*profit-sharing*) umumnya diterapkan dalam konteks keuangan Islam, terutama di bank syariah. Bagi hasil adalah suatu bentuk pembagian keuntungan dan kerugian antara penyedia dana (nasabah) dan pengelola dana (bank atau lembaga keuangan syariah). Tujuan bagi hasil mencerminkan prinsip keadilan dan partisipasi dalam ekonomi Islam (Mantoro, 2019).

2.5.3 Manfaat Bagi Hasil

Beberapa manfaat utama dari sistem bagi hasil menciptakan keadilan dan kesetaraan di antara nasabah dan bank. Kedua pihak berbagi keuntungan dan risiko secara proporsional, memberikan dasar yang lebih adil dalam pengelolaan dana. Nasabah terlibat secara aktif dalam kegiatan ekonomi. Mereka memiliki kepentingan langsung dalam hasil investasi atau penggunaan dana mereka, sehingga mendorong partisipasi yang lebih aktif dan responsif terhadap pasar. Sistem ini menciptakan keseimbangan yang lebih

baik antara risiko dan imbal hasil. Kedua pihak memiliki tanggung jawab dan imbal hasil yang sejalan, memotivasi mereka untuk membuat keputusan yang bijaksana dalam pengelolaan dana. Bagi hasil dapat membantu menciptakan stabilitas dalam sistem keuangan. Dengan pembagian risiko, dampak risiko yang signifikan dapat diminimalkan, dan kedua pihak memiliki kepentingan yang sejalan dalam keberlanjutan sistem dan sistem ini dapat berkontribusi pada kesejahteraan sosial dengan menciptakan distribusi kekayaan dan peluang ekonomi yang lebih merata di masyarakat. (Ismail, 2019).

2.5.4 Metode penentuan bagi hasil

Metode penentuan bagi hasil dalam sistem keuangan Islam dapat bervariasi tergantung pada jenis produk atau layanan keuangan yang digunakan. Beberapa metode umum dalam penentuan bagi hasil antara nasabah (penyedia dana) dan bank atau lembaga keuangan syariah (pengelola dana). Mudharabah adalah bentuk kerjasama antara pemilik dana (rab al-mal) dan pengelola dana (mudharib). Keuntungan dihasilkan dari investasi yang dikelola bersama dan dibagi sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Bank bertindak sebagai mudharib dan nasabah sebagai pemilik dana (Lubis, 2019).

2.3.5 Indikator Bagi Hasil

Hal-hal yang menjadi indikator bagi hasil yaitu (Ansori, 2007):

1. Presentase

Nisbah keuntungan harus didasarkan dalam bentuk prosentase antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan dalam nilai nominal rupiah tertentu. Nisbah keuntungan itu misalnya 50:50%, 70:30%, 60:40% atau 55:45%. Jadi nisbah keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan, bukan berdasarkan porsi setoran modal.

2. Bagi untung dan bagi rugi

Bagi Untung dan Bagi Rugi Dalam kontrak ini, return dan timing cash flow kita tergantung kepada kinerja riilnya. Bila laba bisnisnya besar, kedua belah pihak mendapat bagian yang besar pula. Bila laba bisnisnya kecil, mereka mendapat bagian yang kecil juga. Filosofi ini hanya dapat berjalan jika nisbah laba ditentukan dalam bentuk presentase, bukan dalam bentuk nominal rupiah tertentu.

3. Jaminan

Ketentuan pembagian kerugian bila kerugian yang terjadi hanya murni diakibatkan oleh resiko bisnis (*business risk*), bukan karena resiko karakter buruk mudharib (*characterrisk*). Bila kerugian terjadi karena karakter buruk, misalnya karena mudharib lalai dan atau melanggar persyaratan – persyaratan kontrak pembiayaan, maka shahibul maal tidak perlu menanggung kerugian seperti itu. Sedangkan untuk *characterrisk*, *mudharib* pada hakikatnya menjadi wakil

dari shahibul maal dalam mengelola dana dengan seizin *shahibul maal*, sehingga wajib baginya berlaku amanah.

4. Menentukan besarnya Nisbah keuntungan

Besarnya nisbah ditentukan berdasarkan kesepakatan masing-masing pihak yang berkontrak. Bank syariah hanya mencamtumkan nisbah yang ditawarkan, setelah itu deposan boleh setuju atau tidak. Bila tidak setuju, nasabah dipersilakan mencari bank syariah lain yang menawarkan nisbah yang lebih menarik.

2.6 Promosi

2.6.1 Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Laksana, 2008).

Dengan diadakan promosi maka masyarakat mengetahui apa saja yang diberikan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung. Promosi juga menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian.

2.6.2 Tujuan Promosi

Promosi dalam konteks pemasaran merujuk pada serangkaian kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan

pengetahuan, minat, dan pembelian produk atau layanan suatu merek. Tujuan promosi melibatkan pencapaian sejumlah hasil tertentu yang mendukung strategi pemasaran keseluruhan (Lubis, 2019).

2.6.3 Manfaat Promosi

Promosi memiliki sejumlah manfaat yang signifikan bagi perusahaan dan merek dalam konteks pemasaran. Promosi membantu meningkatkan kesadaran konsumen tentang merek, produk, atau layanan. Melalui penggunaan media dan saluran promosi yang tepat, perusahaan dapat memperkenalkan produknya kepada target pasar. Promosi memberikan platform untuk menyampaikan informasi detail tentang produk atau layanan kepada konsumen. Ini membantu meningkatkan pengetahuan konsumen tentang fitur, manfaat, dan nilai tambah produk. Salah satu manfaat utama dari promosi adalah peningkatan penjualan produk atau layanan. Dengan menciptakan permintaan atau memotivasi konsumen untuk berbelanja, promosi langsung memengaruhi kinerja penjualan. Promosi sangat penting saat peluncuran produk baru. Aktivitas promosi membantu memperkenalkan produk baru ke pasar dan menjelaskan nilai dan manfaatnya kepada konsumen potensial (Ismail, 2019).

2.6.4 Jenis-jenis Promosi

Promosi dapat diimplementasikan melalui berbagai jenis dan bentuk agar sesuai dengan tujuan bisnis dan karakteristik pasar (Lubis, 2019).

1. Iklan adalah bentuk promosi yang dilakukan melalui saluran media massa seperti televisi, radio, cetak, daring, dan media luar ruang. Iklan bertujuan untuk mencapai audiens yang luas dan meningkatkan kesadaran tentang merek atau produk.
2. Penjualan langsung melibatkan kontak langsung antara penjual dan konsumen. Hal ini dapat terjadi melalui pertemuan tatap muka, pameran dagang, atau penawaran langsung melalui telepon atau email.
3. Penawaran diskon, potongan harga, atau bundling produk merupakan strategi promosi yang populer. Ini dapat merangsang pembelian impulsif dan memberikan insentif kepada konsumen untuk membeli lebih banyak atau mencoba produk baru.
4. Program loyalitas memberikan insentif kepada pelanggan untuk terus membeli produk atau layanan dari merek tertentu. Ini dapat melibatkan pemberian poin, diskon eksklusif, atau hadiah lainnya kepada pelanggan yang setia.
5. Sponsorship melibatkan dukungan finansial atau materi terhadap suatu acara, tim olahraga, atau kegiatan lainnya. Melalui sponsorship, merek dapat mendapatkan eksposur yang positif dan menghubungkan diri dengan asosiasi positif.
6. Pemasaran konten melibatkan pembuatan dan distribusi konten yang bernilai untuk audiens. Ini dapat mencakup artikel, blog, video, infografis, dan materi lainnya yang dapat meningkatkan pengetahuan dan minat konsumen.

7. Demonstrasi produk adalah cara untuk memperkenalkan dan memperlihatkan cara penggunaan produk kepada konsumen. Ini dapat dilakukan melalui pameran, demonstrasi di toko, atau acara khusus lainnya.
8. Kontes dan hadiah merupakan cara untuk membangun interaksi dengan konsumen. Peserta dapat memenangkan produk, layanan, atau hadiah lainnya melalui partisipasi dalam kontes atau undian.
9. Penawaran dengan batas waktu tertentu dapat menciptakan urgensi dan merangsang pembelian segera. Diskon atau bonus yang hanya berlaku untuk periode waktu tertentu dapat meningkatkan respons konsumen.
10. Menampilkan produk di toko atau pameran dagang dapat meningkatkan visibilitas dan menciptakan pengalaman langsung bagi konsumen.

2.6.5 Indikator Promosi

Dalam kegiatan promosi dibutuhkan empat sarana yaitu (Laksana, 2008): **A R - R A N I R Y**

1. Periklanan

Periklanan adalah segala bentuk penyajian non personal dan promos ide, barang atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran (Kotler, 2001).

Faktor kunci utama periklanan adalah iklan harus menggugah perhatian calon konsumen terhadap produk

atau jasa yang ditawarkan perusahaan, kemudian para konsumen dibuat untuk memerhatikan produk yang memberikan manfaat atau alasan bagi mereka untuk membeli dan mengingatkan kembali apa alasan konsumen membeli produk (Hermawan, 2012).

2. Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditujukan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat promosi lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda.

3. Penjualan tatap muka

Penjualan tatap muka adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli untuk tujuan penciptakan penjualan.

4. Publisitas

Publisitas adalah ruang editorial yang terdapat di semua media yang dibaca, dilihat atau didengar untuk membantu mencapai tujuan penjualan dan tidak dibayar. Publisitas disebut juga hubungan masyarakat atau public relation.

2.7 Kualitas Pelayanan

2.7.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler,1996).

Dari hal tersebut bisa dikatakan kualitas pelayanan adalah tingkat mutu dari suatu yang ditawarkan kepada konsumen. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan (Kotler, 1996).

Pada penelitian Tjiptono (2019) menyempurnakan dan merangkum sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi kualitas jasa “kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*), sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*empathy*).

2.7.2 Tujuan Pelayanan

Pelayanan, terutama dalam konteks bisnis dan layanan pelanggan, memiliki sejumlah tujuan yang sangat penting untuk kesuksesan perusahaan dan kepuasan pelanggan. Tujuan pelayanan adalah memberikan pengalaman positif kepada pelanggan saat berinteraksi dengan produk, layanan, atau perusahaan. Pengalaman

yang baik dapat meningkatkan citra merek dan menciptakan hubungan yang kuat. Salah satu tujuan pelayanan adalah mengatasi keluhan dan masalah pelanggan dengan cepat dan efektif. Penanganan yang baik terhadap masalah dapat mengubah pengalaman negatif menjadi positif. Dengan menyediakan pelayanan yang baik, perusahaan dapat meningkatkan tingkat retensi pelanggan. Pelanggan yang tetap setia cenderung melakukan pembelian berulang dan memberikan kontribusi finansial jangka panjang (Kotler, 2019).

2.7.3 Manfaat Pelayanan Yang Berkualitas

Pelayanan yang berkualitas memiliki sejumlah manfaat positif, baik bagi perusahaan maupun bagi pelanggan. Pelayanan yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas lebih cenderung tetap setia, melakukan pembelian berulang, dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Pelayanan yang baik dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa dihargai dan dilayani dengan baik lebih mungkin untuk tetap setia terhadap merek atau perusahaan. Umpan balik dari pelanggan melalui pelayanan dapat memberikan wawasan berharga untuk pengembangan produk atau layanan yang lebih baik sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelayanan yang unggul dapat memberikan keberlanjutan bisnis dengan membentuk hubungan yang kuat dengan pelanggan, mempertahankan reputasi yang baik, dan terus menarik pelanggan baru (Tjiptono, 2019).

2.7.4 Jenis-jenis Pelayanan

Pelayanan dapat dibagi menjadi berbagai jenis, tergantung pada industri dan kebutuhan pelanggan. Pada penelitian ini jenis pelayanan yang digunakan pelayanan konsumen, melibatkan interaksi langsung dengan pelanggan untuk memberikan bantuan, informasi, atau menangani keluhan. Ini bisa melibatkan dukungan pelanggan, pusat panggilan, atau layanan pelanggan di lokasi fisik. Jenis-jenis pelayanan ini mencerminkan keragaman kebutuhan konsumen dan sektor ekonomi yang luas. Setiap jenis pelayanan memiliki karakteristik dan tantangan tersendiri dalam menyediakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan. (Lubis, 2019).

2.7.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Dengan demikian, terdapat lima indikator utama kualitas jasa, diantaranya:

1. Bukti Langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. Daya Tanggap (*responseveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantun pelanggan dan meberikan pelayanan dengan tangga.
4. Jaminan (*assurance*), yakni mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan (Lupiyoadi, 2001).

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasari oleh beberapa hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kepuasan nasabah. Berikut ini adalah tinjauan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini:

Fajar Pratama (2016) dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung menggunakan akad Mudharabah pada Bank BNI Syariah Yogyakarta, berdasarkan uji linear berganda, koefisien determinan *adjusted R²* kontribusi variabel independen iklan, citra, kepercayaan, nisbah bagi hasil dan pendapatan terhadap keputusan menabung di BNI Syariah Yogyakarta sebesar 57.6%.

Maski (2010) dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada Bank syariah di Malang, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan kepercayaan, yang paling dominan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Malang.

Ziliwu (2008) dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan tabungan syariah plus pada BNI Syariah di Jakarta, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor ekonomi, pelayanan dan motivasi berpengaruh positif

terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan syariah plus pada BNI Syariah di Jakarta.

Dwi Martoro (2019) dengan judul Analisis Pengaruh Promosi, Presepsi Bagi Hasil, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Suriyah Salatiga, Promosi dan persepsi kualitas bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah menabung di Bank BPRS Suriyah Salatiga dan kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank bprs suriyah salatiga.

Marzuki Lubis (2019) dengan judul Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah, Berdasarkan analisis secara parsial (uji t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen yaitu bagi hasil (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah (Y). Berdasarkan analisis secara parsial (uji t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen yaitu promosi (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen keputusan menabung (Y). Berdasarkan hasil analisis secara parsial (uji t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X3) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen keputusan menabung (Y).

Zacza Daneil (2020) dengan judul Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah, Bagi hasil berpengaruh

positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,556, nilai t hitung lebih besar t tabel ($3,833 > 2,024$) dan nilai signifikan sebesar 0,000 ($\text{sig} < 0,024$) dan nilai signifikan sebesar 0,024 ($\text{sig} < 0,05$).

Hardian Permana yogiyarto (2015) dengan judul Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah, Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah.

Tri Astuti (2013) dengan judul Pengaruh Presepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah, Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah, Persepsi Nasabah tentang Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah. Persepsi Nasabah tentang Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah. Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Cabang Sleman.

Kamal (2022) dengan judul Pengaruh Bai Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan

Mudharabah, Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Mudharabah secara bersama-sama.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti (Tahun)	Judul penelitian	Metode	Hasil penelitian
1	Fajar Pratama (2016)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung menggunakan akad mudharabah pada Bank BNI Syariah Yogyakarta.	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan, Citra Perusahaan, Bagi Hasil berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah akad mudharabah pada Bank BNI Syariah Yogyakarta.
2	Maski (2010)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada Bank syariah di Malang.		Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan kepercayaan, yang paling dominan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Malang.
3	Ziliwu (2008)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan tabungan syariah plus pada BNI Syariah di Jakarta.	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor ekonomi, pelayanan dan motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan syariah

				plus pada BNI Syariah di Jakarta.
4	Dwi Mantoro (2019)	Analisis Pengaruh Promosi, Presepsi Bagi Hasil, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Suriyah Salatiga.	Kuantitatif	Promosi dan persepsi kualitas bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah menabung di Bank BPRS Suriyah Salatiga dan kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank bprs suriyah salatiga.
5	Marzuki Lubis (2019)	Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah.	Kuantitatif	Berdasarkan analisis secara parsial (uji t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen yaitu bagi hasil (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah (Y). Berdasarkan analisis secara parsial (uji t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen yaitu promosi (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen

				keputusan menabung (Y). . Berdasarkan hasil analisis secara parsial (uji t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X3) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen keputusan menabung (Y).
6	Zacza Daniel (2020)	Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah	Analisis regresi linear berganda. Teknik yang digunakan yaitu <i>Accidental sampling</i> 40 responden.	Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan mudharabah, Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan mudharabah.
7	Hardian Permana Yogiarto (2015)	Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah	Kuantitatif	Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

				Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah.
8	Tri Astuti (2013)	Pengaruh Presepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah	Kuantitatif	Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah, Persepsi Nasabah tentang Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah. Persepsi Nasabah tentang Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah. Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Cabang Sleman.
9	Kamal (2022)	Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Mudharabah.	Kuantitatif	Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan

				Mudharabah secara bersama-sama.
--	--	--	--	---------------------------------

2.8 Kerangka Pemikiran

2.8.1 Pengaruh Antar Variabel

a. Pengaruh Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah.

Hubungannya makin tinggi nisbah bagi hasil atau bertambah optimalnya bagi hasil serta makin jelas ketentuan pembagian hasil maka memperbesar kemungkinan nasabah semakin terpengaruh untuk memutuskan menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah (Lubis, 2019).

Bagi Hasil secara positif mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah karena nasabah yakin makin tinggi nisbah makin besar keuntungannya dan bank bisa mengoptimalkan bagi hasil untuk tidak merugikan nasabah (Khasanah dan Arie, 2014).

Penelitian ini didukung oleh hasil riset Lubis (2019) hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen yaitu bagi hasil mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah. Penelitian oleh Khasanah dan Arie (2014) menunjukkan hasil penelitian sistem bagi hasil mempunyai pengaruh positif dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan menjadi nasabah. Penelitian lainnya oleh Anjar (2019) menunjukkan hasil yang sama yaitu variabel bagi hasil berpengaruh

positif namun tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan deposito mudharabah.

b. Pengaruh promosi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah

Hubungannya variabel ini adalah, pertukaran informasi sangat penting bagi peningkatan hubungan pemasaran, hal ini karena informasi akan memberikan kesadaran dan pengertian diantara pihak bank dan nasabah, pada akhirnya akan memberikan kepuasan setelah membeli suatu produk. Informasi yang tersedia akan menentukan banyak alternatif yang akan dievaluasi. Semakin banyaknya media dan makin menarik suatu promosi akan mempengaruhi suatu keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah (Mantoro, 2019).

Penelitian ini didukung oleh Mantoro (2019) promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Penelitian lainnya oleh Astuti (2013) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Nasabah tentang Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah. Penelitian serupa oleh Yogiarto (2015) menunjukkan hasil dimana Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah.

c. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah.

Hubungan kepuasan yang merupakan fungsi kedekatan antara harapan dan kinerja anggapan produk. Jika kinerja tidak memenuhi harapan konsumen kecewa. Perasaan ini menentukan apakah pelanggan akan membeli produk atau jasa kembali atau tidak. Kualitas pelayanan secara positif mempengaruhi nasabah dalam memutuskan menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah karena kualitas pelayanan tersebut menunjang sikap nasabah dalam mengambil keputusan (Daniel, 2020).

Hasil penelitian ini didukung oleh Daniel (2020), Kualitaas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan/ nasabah. Penelitian oleh Ziliwu (2008) menunjukkan hasil yang sama bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan syariah plus pada BNI Syariah di Jakarta. Berbeda pada penelitian oleh Mantoro (2019) hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank bprs suriyah salatiga.

d. Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah.

Bagi hasil menjadi salah satu strategi bank syariah untuk dapat menarik minat nasabah dalam menginvestasikan dananya di bank syariah. Selain tingkat suku bunga ada beberapa hal yang harus diperhatikan bank untuk dapat menarik minat nasabah. Promosi menjadi salah satu hal penting dalam upaya menarik minat nasabah. Dengan melakukan promosi atas produk-produk yang ditawarkan bank kepada nasabah maka pengetahuan atau informasi yang akan diperoleh nasabah terkait produk-produk bank tersebut menjadi lebih luas. Dengan demikian nasabah akan lebih tahu banyak informasi sehingga dapat memutuskan produk mana yang sesuai dengan kebutuhannya. Dengan promosi yang tepat dan benar maka akan dapat menarik nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan bank.

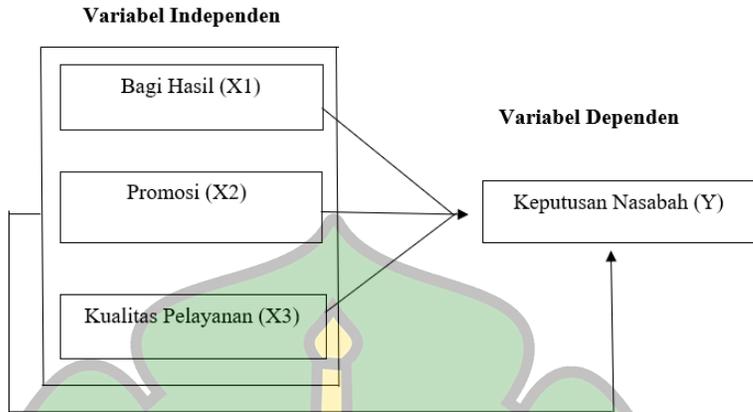
Hal penting lain yang harus diperhatikan bank yaitu mengenai kualitas pelayanan bank. Nasabah akan lebih senang terhadap bank yang peka terhadap kebutuhan nasabahnya. Kepekaan bank terhadap nasabah ditunjukkan dengan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank maka akan meningkatnya tingkat keputusan nasabah untuk menabung di bank tersebut.

Didukung oleh penelitian Kamal (2022) yang menyatakan Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan bersama-sama

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Mudharabah secara bersama-sama. Hasil penelitian lainnya oleh Mandasari (2015) Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Syariah Cabang Cirebon adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung, Sedangkan faktor promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Hasil penelitian lainnya oleh Anatasius (2015) terdapat pengaruh positif dan signifikan Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah pada nasabah Bank Muamalat Pekalongan.

2.8.2 Model Kerangka Pemikiran

Model kerangka pemikiran adalah struktur konseptual yang digunakan untuk merancang, mengorganisir, dan mengarahkan suatu studi atau penelitian. Model ini membantu peneliti atau pemikir untuk memahami hubungan antara variabel, mengidentifikasi faktor-faktor kunci, dan menyusun pendekatan analisis.



Gambar 2.1 Kerangka pemikiran

2.8.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan atau jawaban sementara yang masih perlu adanya pembuktian adanya kebenaran. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, kajian teoritis, dan kerangka teoritis, maka hipotesis penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Variabel Bagi Hasil (X_1)

H_0 : Bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

H_a : Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

2. Variabel Promosi (X_2)

H_0 : Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

H_a : Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

Ho : kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

Ha : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

4. Secara Bersama-sama (Simultan)

Ho : Bagi hasil, promosi, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

Ha : Bagi hasil, promosi, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji hipotesis penelitian yang berkaitan dengan subjek yang diteliti. Hasil pengujian dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan penelitian, mendukung atau menolak hipotesis yang dikembangkan dari telaah teoritis. Penelitian kuantitatif dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel tersebut diambil. Metode ini disebut kuantitatif karna data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiono, 2017).

3.2 Lokasi penelitian

Untuk mendapatkan data yang mendukung, maka penulis melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan, Banda Aceh. Alasannya karena lokasinya yang diperkotaan dan dekat dengan tempat tinggal peneliti, sehingga memudahkan untuk melakukan penelitian. Selanjutnya pada bank tersebut masih belum ada yang meneliti.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Dahlan sebanyak 10,196 nasabah (BSI KC Ahmad Dahlan).

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi. Sampel juga diartikan sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ukuran sampel lebih kecil dibandingkan populasi dan berfungsi sebagai wakil dari populasi (Sugiono, 2017). Adapun penentuan Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin* untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2010):

Ket:

n = jumlah sampel minimal

N = populasi

e = nilai error

Melalui rumus diatas, maka Jumlah Sampel yang akan diambil adalah:

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

$$n = \frac{10,196}{1 + 10,196 \cdot (0,05)^2}$$

$$n = \frac{10,196}{1 + 10,196 \cdot (0,0025)}$$

$$n = \frac{10,196}{1 + 25,49}$$

$$n = \frac{10,196}{26,49}$$

$$n = 385$$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 385 responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dengan menyebarkan kuesioner yang kemudian akan diisi oleh nasabah yang terdaftar pada Bank Syariah Indonesia KC Ahmad Dahlan, Banda Aceh. Penulis dalam hal ini mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengukur yang pokok (Singarimbun dan Efendi, 1995).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data merupakan prioritas utama yang memiliki nilai strategis dalam penelitian, hal ini diungkapkan lantaran tujuan penelitian ialah mendapatkan data-data, baik primer maupun data sekunder, penulis menggunakan data primer (Sugiyono, 2013).

3.6 Skala Pengukuran

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesionar. Kuesionar ini berisikan daftar pertanyaan yang akan dijawab oleh responden. Responden akan dimintai jawaban sadar dan tanpa paksaan yang sesuai dengan pendapat mereka. Untuk mengukur jawaban dari responden, peneliti menggunakan Skala likert dengan rincian sebagai berikut (Sugiyono, 2017):

Tabel 2.1
Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017)

1. Angka 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Angka 2 = Tidak Setuju (TS)
3. Angka 3 = Netral (N)
4. Angka 4 = Setuju (S)
5. Angka 5 = Sangat Setuju (ST)

3.7 Defenisi Operasional Variabel

Bagian ini berisi tentang variabel dependen dan empat variabel independen. Serta menjelaskan lebih operasional tentang variabel-variabel yang terkait. Variabel dependen adalah kepuasan nasabah, sedangkan variabel independen adalah bagi hasil, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan.

3.7.1 Keputusan Menabung (Y)

Keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah adalah pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah atau konsumen untuk menggunakan jasa perbankan syariah tabungan berakad Mudharabah (Maski, 2010). Adapun Indikator Keputusan Menabung dapat diukur dengan pengenalan masalah yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu. Selanjutnya pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Konsumen yang terunggah kebutuhan akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Besarnya pencarian yang dilakukan tergantung pada kekuatan dorongannya, jumlah informasi yang telah dimilikinya, kemudahan mendapatkan dan nilai yang diberikan pada informasi tambahan, dan kepuasan dalam pencarian informasi tersebut. Berikutnya evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek, dan memilihnya sesuai dengan keinginan

konsumen maka timbullah keputusan pembelian, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin untuk membentuk keinginan untuk tidak membeli atau membeli suatu produk yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen bisa mengambil lima sub keputusan, yaitu merek, dealer, kualitas, waktu dan metode pembayaran. Proses keputusan pembelian konsumen mungkin tidak selalu berkembang dengan gaya perencanaan yang cermat. Berikut ini beberapa teori dan pendekatan untuk menjelaskannya. Setelah memutuskan maka perilaku pasca pembelian konsumen mungkin mengalami ketidaksesuaian karena memperhatikan fitur-fitur tertentu yang mengganggu atau mendengar hal-hal yang menyenangkan tentang merek lain, dan akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Para pemasar harus memantau kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan pemakaian produk pasca pembelian (Philip dan Keller, 2009).

3.7.2 Bagi Hasil (X_1)

Bagi Hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*mudharib*) (Antonio, 2001). Adapun indikator penelitian Bagi Hasil dapat diukur dengan persentase suatu perbandingan (rasio) antara bagi hasil dalam menentukan besarnya nisbah keuntungan. Selanjutnya dari bagi untung dan bagi rugi berdasarkan margin pembagian hasil antara

nasabah dan bank. Didalam bagi hasil memiliki jaminan dari tabungan yang dititipkan oleh nasabah kepada bank (karim,2013).

3.7.3 Promosi (X₂)

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjualan dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Laksana, 2008). Adapun Indikator Promosi dapat diukur dengan periklanan sebagai bentuk komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran, selanjutnya promosi penjualan yang dilakukan bank tidak hanya melalui iklan tetapi juga team marketing dengan metode penjualan tatap muka kepada calon nasabahnya yang bertujuan publisitas yaitu meningkatkan kesadaran dari seseorang, produk, atau layanan supaya mendapat perhatian dari banyak orang (Rangkuti, 2009).

3.7.4 Kualitas Pelayanan (X₃)

Kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 1996). Adapun Indikator Promosi dapat diukur dengan berwujud (*Tangible*) atau aset yang memiliki bentuk dan bisa dilihat secara kasat mata. Meski

demikian, kepuasan pelanggan juga termasuk dalam komponen aset berwujud ini. Selanjutnya kehandalan (*Reliabilitas*) bank dalam melayani nasabah juga mempengaruhi keputusan nasabah untuk loyal menabung pada bank tersebut. Sikap ketanggapan (*Responsives*) bank juga menjadi penilaian untuk kualitas pelayanannya serta nasabah mengharapkan adanya jaminan dan kepastian (*Assurance*) apabila terjadi sesuatu pada tabungannya, bank juga harus memiliki empati (*Empathy*) yang baik seperti memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen (Lupiyoadi, 2001).

Adapun mengenai definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Operasional variabel penelitian

No	Definisi Variabel	Indikator penelitian	Item Pernyataan	Skala
1	Bagi Hasil (X_1) Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (<i>shahibul maal</i>) dan pengelola (<i>mudharib</i>) (Antonio,2001).	Adapun Indikator Bagi Hasil dapat diukur dengan: 1. Persentase 2. Bagi untung dan bagi rugi 3. Jaminan 4. Menentukan besarnya nisbah keuntungan (Karim,2013).	8 item pernyataan	Likert
2	Promosi (X_2) Promosi adalah suatu komunikasi	Adapun Indikator Promosi dapat diukur dengan :	8 item pernyataan	Likert

	dari penjualan dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dandan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Laksana, 2008).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Penjualan tatap muka 4. Publisitas (Rangkuti, 2009) 		
3	Kualitas Pelayanan (X_3) Kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 1996).	<p>Adapun Indikator Promosi dapat diukur dengan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berwujud (<i>Tangible</i>) 2. Kehandalan (<i>Reliabilitas</i>) 3. Ketanggapan (<i>Responsives</i>) 4. Jaminan dan kepastian (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>) (Lupiyoadi, 2001) 	5 item pernyataan	Likert
4	Keputusan Menabung (Y) Keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan	<p>Adapun Indikator Keputusan Menabung dapat diukur dengan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 	5 item pernyataan	Likert

	mudharabah adalah pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah atau konsumen untuk menggunakan jasa perbankan syariah tabungan berakad Mudharabah (Maski, 2010).	2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian (Philip dan Keller, 2009)		
--	---	---	--	--

3.8 Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji statistik dan untuk menganalisis data digunakan software SPSS. Adapun uji statistic yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesionar. Suatu kuesionar dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesionar mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesionar tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi bilvariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Hasil analisis korelasi bilvariate dengan melihat output Person Correlation (Gozhali,2010).

Adapun kriteria yang digunakan pada uji validitas sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung positif atau r hitung $>$ r tabel maka butir pernyataan tersebut valid.

2) Jika r hitung negative atau r hitung $< r$ tabel maka butir pernyataan tersebut tidak valid.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik⁴⁹. Suatu kuesionar dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas kuesionar sangat bergantung pada kesungguhan responden dalam menjawab semua pertanyaan penelitian. Uji statistik *Cronbach Alfa* digunakan untuk menguji tingkat reliabel suatu variabel. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alfa* $> 0,60$ yang berarti bahwa instrumen tersebut dapat dipergunakan sebagai pengumpul data yang handal yaitu hasil pengukuran relatif koefisien jika dilakukan pengukuran ulang.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Gozhali, 2005). Penelitian yang menggunakan metode yang lebih handal untuk menguji data mempunyai distribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat *Normal Probability Plot*. Model Regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal, untuk

mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik dan Skewness dan Kurtosis.

Selain itu metode lain yang dapat digunakan untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat *probability plot* adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak original, variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016) :

- 1) Mempunyai angka (*Tolerance*) diatas ($>$) 0,1
- 2) Mempunyai nilai (*Variance Inflation Factor*) dibawah ($<$)10

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual

satu pengamatan ke satu pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas, pada penelitian ini menggunakan uji Rank Spearman (Umar, 2011).

Deteksi ada atau tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat pola heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9.4 Regresi Linier Berganda

Secara umum analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai variabel independen yang diketahui. Regresi linear berganda dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan variabel dependen.

Model ini digunakan untuk menguji apakah ada hubungan sebab akibat antara kedua variabel untuk meneliti seberapa besar pengaruh antara variabel independen, bagi hasil, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap satu variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah

Rumus matematis persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Nasabah

a = Bilangan Konstanta

β_1 = Koefisien regresi Bagi Hasil

β_2 = Koefisien regresi Promosi

β_3 = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan

X_1 = Variabel Bagi Hasil

X_2 = Variabel Promosi

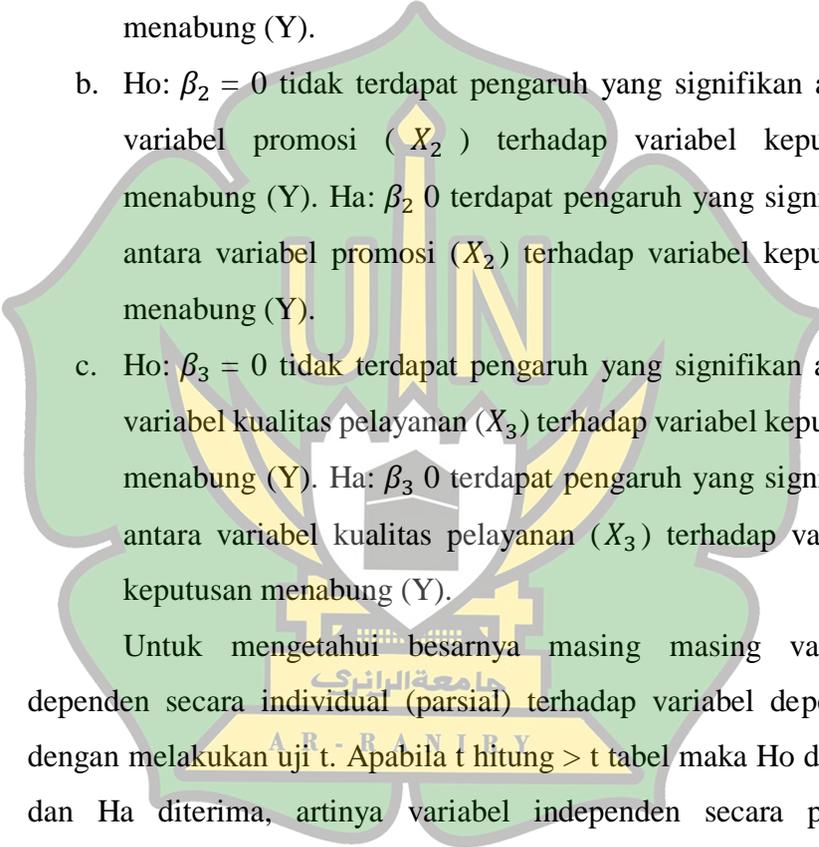
X_3 = Variabel Kualitas Pelayanan

e = Variabel pengganggu yang tidak diteliti

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Statistik T

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel masing-masing independen yaitu: bagi hasil, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap satu variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah. Sedangkan hipotesis untuk uji t sebagai berikut:

- 
- a. $H_0: \beta_1 = 0$ tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bagi hasil (X_1) terhadap variabel keputusan menabung (Y). $H_a: \beta_1 \neq 0$ terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bagi hasil (X_1) terhadap variabel keputusan menabung (Y).
- b. $H_0: \beta_2 = 0$ tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi (X_2) terhadap variabel keputusan menabung (Y). $H_a: \beta_2 \neq 0$ terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi (X_2) terhadap variabel keputusan menabung (Y).
- c. $H_0: \beta_3 = 0$ tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X_3) terhadap variabel keputusan menabung (Y). $H_a: \beta_3 \neq 0$ terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X_3) terhadap variabel keputusan menabung (Y).

Untuk mengetahui besarnya masing masing variabel dependen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen dengan melakukan uji t. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Jika nilai signifikan $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas dan

terikat. Jika nilai signifikan $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel beban dan terikat.

3.10.2 Uji Statistik F

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk menguji keseluruhan variabel independen, yaitu: bagi hasil, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan terhadap satu variabel dependen, kepuasan nasabah secara bebas dengan signifikan sebesar 0,05, dapat disimpulkan, Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independen atau bebas tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

3.10.3 Uji Determinan (R^2)

Koefisien Determinan bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Pada pengujian hipotesis pertama koefisien determinasi dilihat dari besarnya nilai (Adjusted R^2) untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas bagi hasil, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi satu variabel dependen, yaitu persepsi kepuasan nasabah. Nilai (Adjusted R^2) mempunyai interval antara 0 dan 1. Jika nilai Adjusted R^2 bernilai besar (mendeteksi 1) berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang

dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sedangkan jika (Adjusted R²) bernilai kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat, nilai R square sebesar 0,67 (kuat), 0,33 (moderat) dan 0,19 (lemah); (2) Estimate for Path Coefficients, merupakan nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan/pengaruh konstruk laten yang dijelaskan oleh Chin (1998) didalam Ghazali (2016). Nilai koefisien determinasi memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai R semakin mendekati 1, menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai R semakin mendekati 0, maka berarti variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

جامعة الرانري

A R - R A N I R Y

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Penelitian

Deskriptif data adalah merupakan gambaran data yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam pengujian deskripsi data ini peneliti mencoba untuk mengetahui gambaran atau kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

4.1.1 Gambaran Umum

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara.

BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.

Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%.

Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cermin wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang.

Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan Negeri.

4.1.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah kriteria apa saja yang akan diberikan kepada subjek penelitian agar sumber informasi pada penelitian atau eksperimen tersebut dapat tertuju dengan tepat dan sesuai harapan. Dalam hal ini juga tergantung dengan penggunaan jenis serta metode penelitian. Berikut representasi karakteristiknya, yaitu:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

Laki-laki	179
Perempuan	206
Total	385

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat diketahui paling banyak nasabah menurut jenis kelamin adalah laki-laki sebanyak 179 orang dan perempuan 206 orang.

Tabel 4.2
Usia

Usia	Frequency	Usia	Frequency
14	6	35	14
15	8	36	7
16	6	37	5
17	13	38	8
18	5	39	8
19	4	40	7
20	12	41	6
21	13	42	16
22	16	43	14
23	28	44	7

24	13	45	13
25	10	46	5
26	8	47	12
27	9	48	15
28	7	49	10
29	12	50	15
30	7	53	2
31	7	55	6
32	11	56	3
33	9	58	1
34	6	63	1
Total		385	

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui paling banyak usia penabung dari umur 42 tahun sampai 50 tahun.

**Tabel 4.3
Pekerjaan**

Valid	Buruh	16
	PNS	33
	IRT	43
	Karyawan	89
	Swasta	78
	Mahasiswa	35
	Siswa	34
	Wiraswasta	57
	wirausaha	35
	Total	385

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Berikutnya karakteristik menurut pekerjaan terbanyak adalah karyawan swasta 89 orang, mahasiswa 78 orang dan wirausaha 57 orang.

4.1.3 Tanggapan Responden

Interaksi qdan tanggapan informan terhadap pertanyaan peneliti merupakan tanggapan responden. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan masing-masing 4, 4, 5 serta 5 pertanyaan, yaitu variabel bagi hasil (X_1), promosi (X_2), kualitas pelayanan (X_3) dan keputusan nasabah (Y).

Interaksi dan tanggapan informan terhadap pertanyaan peneliti merupakan tanggapan responden. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan masing-masing 8, 8, 5 serta 5 pertanyaan, yaitu variabel bagi hasil (X_1), promosi (X_2), kualitas pelayanan (X_3) dan keputusan nasabah (Y).

Tabel 4.4
Tabulasi Jawaban Responden

Bagi Hasil (X_1)							
No	Pertanyaan	STS	TS	RR	S	SS	Rata-rata
1	Saya mengetahui nisbah keuntungan didasarkan dalam bentuk presentase	0	8	58	231	88	4.04
2	Saya mengetahui besar nisbah bagi hasil yang ditetapkan saat ini	0	10	69	217	89	4.00
3	Pembagian keuntungan yang di peroleh sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak	0	15	61	223	86	3.99
4	Kerugian yang terjadi terhadap usaha yang dijalankan tidak	2	20	62	216	85	3.94

	dibebankan sepenuhnya kepada nasabah						
5	Keamanan barang jaminan nasabah terjamin	0	4	58	230	93	4.07
6	Saya menabung dibank karena jaminan yang diberikan oleh bank tidak merugikan saya	0	4	82	211	88	3.99
7	saya mengetahui nisbah keuntungan ditentukan tidak berdasarkan porsi setoran modal melainkan berdasarkan kesepakatan	0	9	82	221	73	3.93
8	Saya mengetahui bahwa return yang didapatkan tergantung kepada kinerja bisnis	0	8	71	220	86	4.00
Promosi (X2)							
1	Bank melakukan iklan yang menarik	0	28	52	162	143	4.09
2	Saya sering melihat bank melakukan periklanan	0	23	98	114	150	4.02
3	Saya menyukai promosi yang dilakukan bank	0	7	96	138	144	4.09
4	Bank melakukan promosi penjualan dengan mendatangi rumah per rumah atau door to door	0	31	101	157	96	3.83
5	Informasi yang disajikan melalui penjualan tatap muka menarik minat nasabah atau calon nasabah	0	2	25	148	210	4.47
6	Saya tidak pernah melihat bank melakukan promosi dengan cara penjualan tatap muka	0	3	25	139	218	4.49
7	Saya sering melihat promosi bank di internet atau sosial media	0	4	26	137	218	4.48
8	Saya melihat bank melakukan promosi dengan cara menyebarkan brosur	0	0	10	106	269	4.67
Kualitas Pelayanan (X3)							
1	Kebersihan dan kenyamanan bank selalu terjaga	0	6	60	232	87	4.04

2	Petugas bank memproses dengan cepat atas transaksi yang nasabah lakukan	0	7	69	231	78	3.99
3	Petugas bank bersedia membantu ketika nasabah mengalami kendala	0	7	60	234	84	4.03
4	Petugas selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan bank kepada nasabah	3	14	83	207	78	3.89
4	Petugas bank memberikan pelayanan yang sama dan adil pada tiap nasabah	1	15	59	243	67	3.94
Keputusan Nasabah (Y)							
1	Saya tertarik menyimpan dana di bank karena bank mampu memenuhi kebutuhan saya	0	11	83	225	66	3.90
2	Saya memutuskan menabung di bank karena Informasi yang saya dapat sesuai dengan apa yang saya lihat dan saya alami di bank	0	13	90	202	80	3.91
3	Saya menabung di bank karena bank mempunyai banyak pilihan produk atau jasa yang menguntungkan nasabah	1	9	90	202	83	3.93
4	Saya tertarik untuk menyimpan dana di tabungan karena saya percaya pada kinerja bank	0	3	63	258	61	3.98
5	Saya menyimpan dana di tabungan karena kepuasan yang saya dapatkan dari bank	4	4	52	262	67	4.02

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 tanggapan responden rata-rata tertinggi pada variabel bagi hasil (X1) adalah pertanyaan ke 5 dengan rata-rata 4.07 (setuju) dimana keamanan barang jaminan nasabah terjamin, pada variabel promosi (X2) responden dominan menjawab setuju pada pertanyaan ke 8 dengan rata-rata 4.67 (sangat setuju) bahwa bank melakukan promosi dengan cara menyebarkan

brosur. Selanjutnya pada variabel kualitas pelayanan (X3) rata-rata jawaban responden tertinggi pada pertanyaan pertama sebanyak 4.04 (setuju) dimana bank selalu menjaga kebersihan dan kenyamanan. Pada keputusan nasabah (Y) rata-rata jawaban tertinggi responden pada pertanyaan ke 5 sebanyak 4.02 (setuju) dimana responden setuju menyimpan dana di tabungan karena kepuasan karena kepuasan dari bank.

4.2 Uji Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Tujuan uji validitas instrumen untuk jaminan instrumen yang digunakan sesuai konsep penelitian dalam mengukur setiap variabel. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan signifikansi 5% maka didapatkan r tabel 0,1000, Jika r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid.

A R - R
Tabel 4.5
Uji Validitas

Variabel	Pernyataan/Item	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Bagi Hasil (X1)	X1.1	0,545**	0,098	Valid
	X1.2	0,592**	0,098	Valid
	X1.3	0,531**	0,098	Valid
	X1.4	0,582**	0,098	Valid
	X1.5	0,533**	0,098	Valid

	X1.6	0,499**	0,098	Valid
	X1.7	0,558**	0,098	Valid
	X1.8	0,538**	0,098	Valid
Promosi (X2)	X2.1	0,668**	0,098	Valid
	X2.2	0,740**	0,098	Valid
	X2.3	0,725**	0,098	Valid
	X2.4	0,767**	0,098	Valid
	X2.5	0,439**	0,098	Valid
	X2.6	0,401**	0,098	Valid
	X2.7	0,427**	0,098	Valid
	X2.8	0,515**	0,098	Valid
Kualitas pelayanan (X3)	X3.1	0,701**	0,098	Valid
	X3.2	0,748**	0,098	Valid
	X3.3	0,736**	0,098	Valid
	X3.4	0,723**	0,098	Valid
	X3.5	0,668**	0,098	Valid
Keputusan nasabah (Y)	Y1	0,671**	0,098	Valid
	Y2	0,788**	0,098	Valid
	Y3	0,759**	0,098	Valid
	Y4	0,711**	0,098	Valid
	Y5	0,689**	0,098	Valid

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Hasil penelitian pada tabel 4.5 menyatakan variabel Bagi Hasil (X_1), Promosi (X_2), Kualitas pelayanan (X_3) dan Keputusan nasabah (Y) diatas r tabel sebesar 0,098. Maka dapat dinyatakan semua butir pertanyaannya valid.

4.2.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabel adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui variabel tersebut dapat dipercaya untuk dilakukan pengujian selanjutnya. Dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ sebagai berikut:

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Bagi Hasil (X_1)	0,665	Reliabel
Promosi (X_2)	0,743	Reliabel
Kualitas pelayanan (X_3)	0,759	Reliabel
Keputusan nasabah (Y)	0,771	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Hasil uji reliabilitas pada tabel 4.6 menunjukkan variabel Bagi Hasil (X_1), Promosi (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) dan Keputusan Nasabah (Y) diatas 0,60 yang artinya reliabel atau dapat dipercaya.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji normalnya model regresi. Dalam analisa ini menggunakan analisa Skewness dan Kurtosis dengan Test Kriteria sebagai berikut:

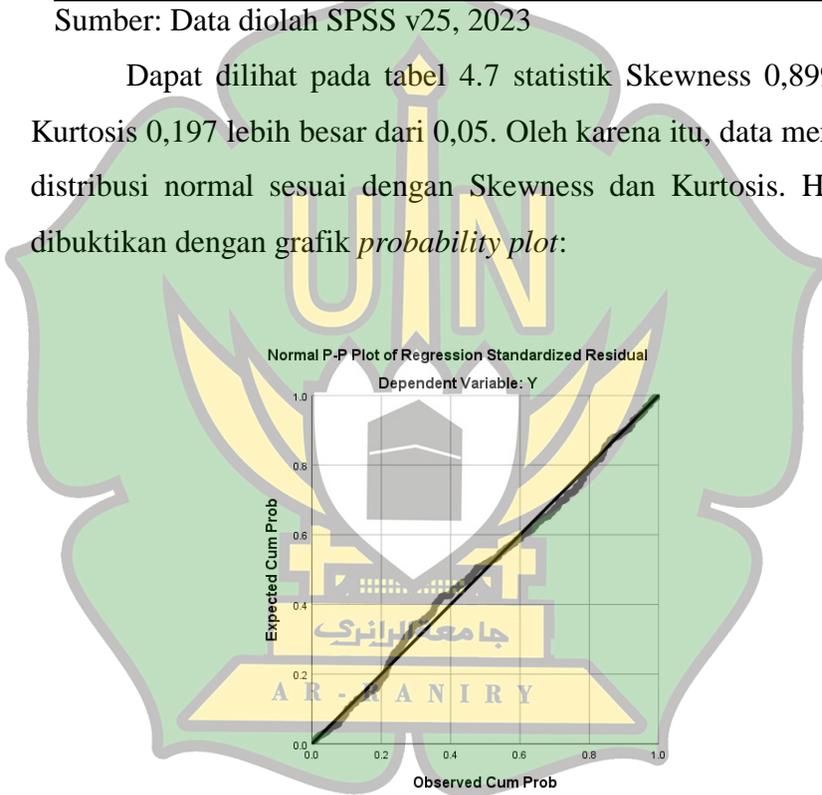
- Jika Sign. $> 0,05$ maka H_0 diterima (data berdistribusi normal).
- Jika Sign. $< 0,05$ maka H_0 ditolak (data tidak berdistribusi normal).

Tabel 4.7
Uji Normalitas

Descriptive Statistics					
	N	Skewness		Kurtosis	
	Sampel	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Nilai	385	0,899	0,124	0,197	0,248

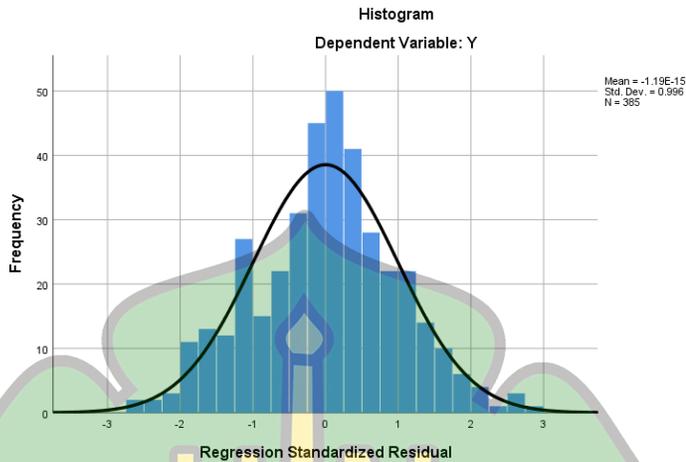
Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Dapat dilihat pada tabel 4.7 statistik Skewness 0,899 dan Kurtosis 0,197 lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, data memiliki distribusi normal sesuai dengan Skewness dan Kurtosis. Hal ini dibuktikan dengan grafik *probability plot*:



Gambar 4.1
Grafik *Probability Plot*

Berdasarkan gambar grafik 4.1 dapat dilihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.2
Histogram

Selanjutnya berdasarkan gambar 4.2 Histogram mempunyai kurva normal berbentuk lonceng terbalik dengan arah garis menceng ke kanan dan diatas 0,05, artinya data mengarah positif dan terdistribusi normal.

4.3.2 Uji Multikolonieritas

Adapun untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas pada model regresi dapat dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai toleransi. untuk pertimbangan sebagai berikut:

- a. Jika $VIF > 10$ atau nilai toleransi $< 0,05$ maka terjadi Multikolonieritas.
- b. Jika $VIF < 10$ atau nilai toleransi $> 0,05$ maka tidak terjadi Multikolonieritas.

Tabel 4.8
Uji Multikolonieritas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
0,971	1.030
0,994	1.006
0,975	1.025

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Pada tabel 4.8, hasil uji VIF diketahui masing-masing variabel independen memiliki VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,10, Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terhubung multikolonieritas antara variabel independen dengan variabel dependen.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Adapun hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji koefisien Rank Spearman sebagai berikut:

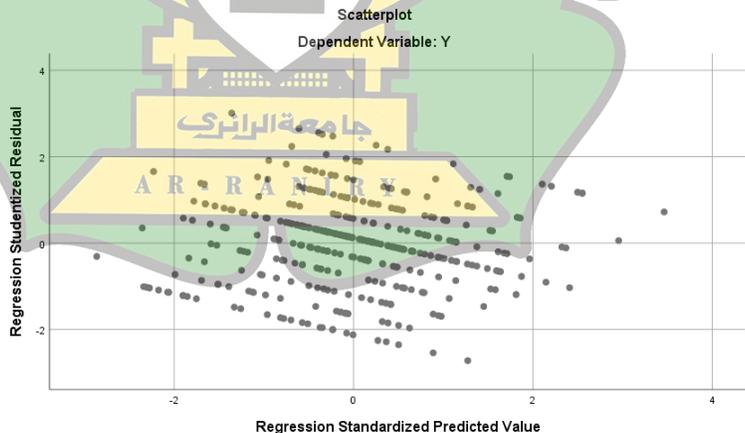
Tabel 4.9
Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
			X ₁	X ₂	X ₃	Y
Spearman's rho	X ₁	Correlation Coefficient	1.000	-0,050	.147**	0.338**
		Sig. (2-tailed)		0,323	0,004	0,000
		N	385	385	385	385
	X ₂	Correlation Coefficient	-0,050	1.000	0,027	0.174**
		Sig. (2-tailed)	0,323		0,602	0,001
		N	385	385	385	385

	X ₃	Correlation Coefficient	.147**	0,027	1.000	0.202**
		Sig. (2-tailed)	0,004	0,602		0,000
		N	385	385	385	385
	Y	Correlation Coefficient	.338**	.174**	.202**	1.000
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,000	
		N	385	385	385	385
**. Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).						

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Dapat dilihat tingkat nilai signifikansi pengujian Rank Spearman (X_1) 0,338, (X_2) 0,174 dan (X_3) 0,202 lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa ada homoskedastisitas, bukan heteroskedastisitas. suatu kondisi di mana nilai sisa dari setiap nilai prediksi berfluktuasi tetapi cenderung tetap konstan. Hal ini dibuktikan dengan grafik *Scatterplot*:



Gambar 4.3 Grafik *Scatterplot*

Pada gambar 4.1 menyatakan tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4 Uji Linear Berganda

Perhitungan statistik regresi linear berganda yang digunakan penelitian ini dengan bantuan aplikasi komputer SPSS versi 25.0, Hasil pengolahan data besebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,007	1,792		2,236	0,026
	X ₁	0,280	0,037	0,352	7,505	0,000
	X ₂	0,108	0,031	0,160	3,454	0,001
	X ₃	0,155	0,046	0,157	3,359	0,001
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas, hasil analisis regresi linear berganda dapat diketahui koefisien berdasarkan rumus persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,007 + 0,280 + 0,108 + 0,155 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diketahui:

- a. Koefisien regresi $b_1=0,280$

Artinya apabila variabel Bagi Hasil (X_1) meningkat sebesar satu satuan dan variabel yang lain tetap, maka keputusan nasabah meningkat sebesar 28%. Artinya faktor bagi hasil mempengaruhi kenaikan persentase per satu kesatuan keputusan nasabah.

b. Koefisien regresi $b_2=0,108$

Artinya apabila variabel Promosi (X_2) meningkat sebesar satu satuan dan variabel yang lain tetap, maka keputusan nasabah meningkat sebesar 11%. Artinya faktor promosi mempengaruhi kenaikan persentase per satu kesatuan keputusan nasabah.

c. Koefisien regresi $b_3=0,155$

Artinya apabila variabel Kualitas Pelayanan (X_3) meningkat sebesar satu satuan dan variabel yang lain tetap, maka keputusan nasabah meningkat sebesar 16%. Artinya faktor kualitas pelayanan mempengaruhi kenaikan persentase per satu kesatuan keputusan nasabah.

4.5 Hipotesis

4.5.1 Uji T (Parsial) R - R A N I R Y

Uji T mengasumsikan bahwa variabel bebas lainnya dianggap sebagai konstanta, tujuan dari uji parsial koefisien regresi adalah untuk memastikan signifikansi pengaruh parsial yang ada antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji t parsial dapat dilihat pada tabel dibawah ini berdasarkan hasil pengolahan menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0,

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 4.10 menunjukkan t tabel dengan tingkat signifikan (α) =5%, $df = n - k - 1$ ($385 - 3 - 1 = 381$) didapatkan $df = 381$ maka dapat diketahui t tabelnya adalah 1,64.

1. Pengujian Hipotesis 1 Pengaruh variabel Bagi Hasil (X_1) terhadap minat berkarir (Y), berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $7,505 > 1,64$ t tabel. Maka dapat disimpulkan hipotesis 1 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

2. Pengujian Hipotesis 2 Pengaruh variabel Promosi (X_2) terhadap minat berkarir (Y), berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $3,454 > 1,64$ t tabel. Maka dapat disimpulkan hipotesis 2 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

3. Pengujian Hipotesis 3 Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap minat berkarir (Y), berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $3,359 > 1,64$ t tabel. Maka dapat disimpulkan hipotesis 3 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

4.5.2 Uji F (Simultan)

Uji f dipakai untuk mengetahui pengaruh antara Bagi Hasil (X_1), Promosi (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Keputusan Nasabah (Y) secara bersama-sama:

Tabel 4.11
Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	434,374	3	144,791	28,739	.000 ^b
	Residual	1919,532	381	5.038		
	Total	2353,906	384			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11, hasil output uji simultan diperoleh F hitung $28,739 > 2,315$ F tabel dan nilai sig. $0,000 < 0,05$ berdasarkan df 385. Maka dapat disimpulkan variabel Bagi Hasil (X_1), Promosi (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Nasabah (Y).

4.5.3 Koefisien Determinasi R²

Berdasarkan hasil pengolahan dengan aplikasi SPSS versi 25.0 hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.12
Koefisien Determinasi R²

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,430 ^a	0,185	0,178	2,245
a. Predictors: (Constant), X ₃ , X ₁ , X ₂				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Adjusted R Square sebesar 0,178 yang menunjukkan antara pengaruh Bagi Hasil (X₁), Promosi (X₂), Kualitas Pelayanan (X₃) terhadap Keputusan Nasabah (Y) sebesar 18,5% dalam kategori sedang menurut nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan/pengaruh konstruk laten, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti produk, promosi, objek dsb.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Variabel Bagi Hasil (X₁) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pada uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $7,505 > 1,64$ t tabel. Maka dapat disimpulkan hipotesis 1 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Artinya nasabah setuju karena adanya sistem bagi hasil membuat keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan.

Variabel bagi hasil adalah faktor penting dalam pengambilan keputusan nasabah sehingga berpengaruh, terutama ketika nasabah memilih instrumen investasi atau produk perbankan tertentu. Pengaruh variabel bagi hasil terhadap keputusan nasabah dapat beragam tergantung pada persentase, bagi untung atau rugi, jaminan serta besar nisbahnya. Penting bagi lembaga keuangan dan penyedia produk untuk memahami preferensi nasabah dan menyediakan informasi yang jelas dan transparan tentang produk mereka agar nasabah dapat membuat keputusan yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan keuangan mereka. Seperti nasabah setuju mengetahui keuntungan dan bagi hasil, selain itu jaminan dan besar nisbahnya jelas pada Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan.

Pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah menurut Khasanah dan Arie (2014) mengatakan secara positif mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah karena nasabah yakin makin tinggi nisbah makin besar keuntungannya dan bank bisa mengoptimalkan bagi hasil untuk tidak merugikan nasabah. R A N I R Y

Hasil ini didukung oleh penelitian Lubis (2019) yang menyatakan hubungannya makin tinggi nisbah bagi hasil atau bertambah optimalnya bagi hasil serta makin jelas ketentuan pembagian hasil maka memperbesar kemungkinan nasabah semakin terpengaruh untuk memutuskan menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah.

4.6.2 Pengaruh Variabel Promosi (X2) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pada uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $3,454 > 1,64$ t tabel. Maka dapat disimpulkan hipotesis 2 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Artinya nasabah setuju dengan adanya promosi yang menarik membuat keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan.

Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah karena, responden setuju promosi Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan mempunyai iklan yang menarik baik *door to door* maupun online. Informasi yang disajikan saat penjualan secara tatap muka membantu nasabah untuk mudah memahami bagaimana bertransaksi seperti memungkinkan pihak bank untuk menyampaikan informasi tentang produk dan layanan mereka kepada nasabah. Informasi ini dapat membantu nasabah memahami manfaat, fitur, dan persyaratan produk atau layanan tersebut, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan mereka.

Menurut Winanti dkk, (2019) promosi secara parsial (uji t) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah, hal ini karena promosi disampaikan kurang menarik. Pesan promosi harus disampaikan dengan jelas dan menarik sehingga nasabah dapat memahami manfaat produk atau layanan yang ditawarkan, promosi

dapat memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan nasabah jika dilakukan dengan baik dan sesuai dengan konteks dan preferensi nasabah. Namun, tidak semua promosi akan berhasil, dan hasilnya dapat bervariasi.

Hasil ini didukung oleh penelitian Astuti (2013) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Nasabah tentang Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah. Penelitian serupa oleh Yogiarto (2015) menunjukkan hasil dimana Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah.

4.6.3 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pada uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $3,359 > 1,64$ t tabel. Maka dapat disimpulkan hipotesis 3 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Artinya nasabah setuju dengan kualitas pelayanan yang baik membuat keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan.

Para responden setuju kualitas pelayanan di Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan mempengaruhi keputusan mereka menabung. Nasabah menilai kebersihan dan kenyamanan sangat baik, ada petugas yang sangat cepat memproses transaksi

serta bersedia membantu ketika nasabah mengalami kendala. Selanjutnya petugas selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan baik secara tatap muka maupun online dan pelayanan yang diberikan adil pada tiap nasabah. Hal ini menyatakan Kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting dalam pengambilan keputusan nasabah di Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan.

Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menurut Daniel (2020) mengatakan hubungan kepuasan yang merupakan fungsi kedekatan antara harapan dan kinerja anggapan produk. Jika kinerja tidak memenuhi harapan konsumen kecewa. Perasaan ini menentukan apakah pelanggan akan membeli produk atau jasa kembali atau tidak. Kualitas pelayanan secara positif mempengaruhi nasabah dalam memutuskan menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah karena kualitas pelayanan tersebut menunjang sikap nasabah dalam mengambil keputusan.

Hasil ini didukung oleh penelitian Ziliwu (2008) menunjukkan hasil yang sama bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan syariah plus pada BNI Syariah di Jakarta. Berbeda pada penelitian oleh Mantoro (2019) hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank bprs suriyah salatiga.

4.6.4 Pengaruh Variabel Bagi Hasil (X₁), Promosi (X₂), Kualitas Pelayanan (X₃) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, hasil output uji simultan diperoleh F hitung $28,739 > 2,315$ F tabel dan nilai sig. $0,000 < 0,05$ berdasarkan df 385. Maka dapat disimpulkan variabel Bagi Hasil (X₁), Promosi (X₂), Kualitas Pelayanan (X₃) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Nasabah (Y). Artinya nasabah setuju dengan sistem bagi hasil, promosi yang menarik dan kualitas pelayanan yang baik membuat keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan.

Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menurut Kamal (2022) mengatakan hal penting lain yang harus diperhatikan bank yaitu mengenai kualitas pelayanan bank. Nasabah akan lebih senang terhadap bank yang peka terhadap kebutuhan nasabahnya. Kepekaan bank terhadap nasabah ditunjukkan dengan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank maka akan meningkatnya tingkat keputusan nasabah untuk menabung di bank tersebut.

Hasil ini didukung oleh penelitian Mandasari (2015) Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Syariah Cabang Cirebon adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung, Sedangkan faktor promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

Hasil penelitian lainnya oleh Anatasius (2015) terdapat pengaruh positif dan signifikan Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah pada nasabah Bank Muamalat Pekalongan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Maka dapat disimpulkan hipotesis 1 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
2. Berdasarkan hasil penelitian variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Maka dapat disimpulkan hipotesis 2 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
3. Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Maka dapat disimpulkan hipotesis 3 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
4. Hasil penelitian menunjukkan variabel bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang simultan terhadap keputusan nasabah. Maka dapat disimpulkan variabel Bagi Hasil (X_1), Promosi (X_2), Kualitas Pelayanan

(X₃) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Nasabah (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka saran yang dapat peneliti sampaikan yakni sebagai berikut:

1. Bagi bank syariah untuk dapat terus meningkatkan promosi dan kualitas pelayanan perbankan syariah yang ada pada kalangan masyarakat agar menjadi lebih baik, selanjutnya harus memperhatikan agar sistem bagi hasil sesuai dalam aturan Islam agar keputusan nasabah untuk menabung di BSI Tbk KC Ahmad Dahlan adalah pilihan yang tepat.
2. Bagi masyarakat agar dapat lebih mengetahui bagaimana sistem bagi hasil yang diterapkan perbankan syariah juga sistem kerja yang ada di bank syariah.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel atau faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti kompensasi dan ketanggapan serta menggunakan metode dan alat uji yang berbeda serta lebih lengkap, jelas, dan akurat sehingga diperoleh kesimpulan yang lebih valid.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman, A. Karim. (2004). *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ansori, Abdul Ghofur. (2007). *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: UGM Press.
- Antonio, M.Syafi'i. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Antonio, M.Syafi'i. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Gozhali, Imam. (2016). *Analisis Multifariate Spss. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2010, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komuunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Indriyono. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta : BPFE.
- Kasmir. (2012). *Dasar- dasar perbankan edisi revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhammad. (2005). *Bank Syariah, Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, h. 84.

- Nurhayati, Sri. (2009). *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman et, al. (1998). *SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality*. Journal Of Retailing, Vol. 64.
- Singarimbun, Masri Dan Efendi, Sofian. (1995). *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Alfabeta Bandung.
- Suhendi, Hendi. (2008). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono, Andy. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta.
- Umar, Husein. (2011). *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Winanti, W., Bahri, S., Nurbaeti, A., & Novita, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Amanah Di BMT Purwakarta Amanah Sejahtera. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)*, 5(2), 273-298.
- Wiroso. (2013). *Prinsip Dasar Perbankan Syariah*. Jakarta: IAI.
- Zeithaml, VA,A. Parasuraman and Leonard L.Berry. (1990). *The Nature and Determinants of Customer Expectiations of Service*.New York: Press New York.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : kuesioner Penelitian

KUESIONER

Penelitian skripsi dengan judul

“Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan”

Assalamu’alaikum Wr. Wb.

Bapak/Ibu Yang Terhormat,

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

Nama : Marjani Safra
Nim : 180603042
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Ahmad Dahlan” Berhubung dengan hal tersebut, saya memohon bantuan dari Bapak/Ibu sekalian untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner penelitian ini. Saya sangat mengharapkan agar kuesioner ini diisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban dari Bapak/Ibu hanya digunakan

untuk penelitian, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan hati-hati.

Atas Kesediaan dan partisipasi dari Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Marjani Safra

KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :
4. Alamat :
5. Pekerjaan :



KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN TABUNGAN
MUDHARABAH PADA BANK SYARIAH
INDOSINESIA, Tbk KC Ahmad Dahlan

Petunjuk pengisian :

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada kotak yang sesuai dengan pilihan Bapak/Ibu sekalian. Dalam setiap pertanyaan, dimohon untuk tidak mengosongkan jawaban.

1. Sangat Tidak Setuju (STS)

Berarti berpendapat bahwa apa yang terkandung dalam pertanyaan tersebut sungguh-sungguh sangat tidak setuju atau sangat tidak baik dan sangat tidak sesuai dengan arah pemikiran yang disarankan.

2. Tidak Setuju (TS)

Berarti berpendapat bahwa apa yang terkandung dalam pernyataan tersebut tidak setuju atau tidak puas atau tidak baik dan lebih banyak tidak benarnya.

3. Netral (N)

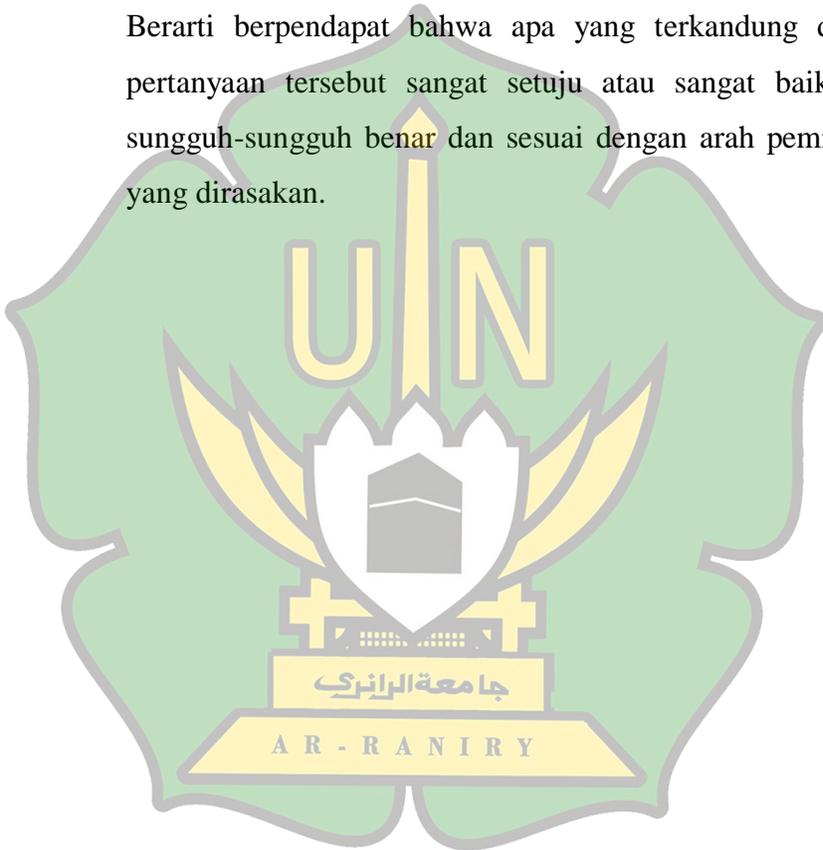
Berarti berpendapat bahwa apa yang terkandung dalam pertanyaan tersebut masih ragu-ragu.

4. Setuju (S)

Berarti berpendapat bahwa apa yang terkandung dalam pertanyaan tersebut dirasakan baik dan lebih banyak benarnya.

5. **Sangat Setuju (SS)**

Berarti berpendapat bahwa apa yang terkandung dalam pertanyaan tersebut sangat setuju atau sangat baik dan sungguh-sungguh benar dan sesuai dengan arah pemikiran yang dirasakan.



KUESIONER

Bagi Hasil (X1)							
No	Indikator	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Presentase	Saya mengetahui nisbah keuntungan didasarkan dalam bentuk presentase					
2		Saya mengetahui besar nisbah bagi hasil yang ditetapkan saat ini					
3	Bagi untung dan bagi rugi	Pembagian keuntungan yang di peroleh sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak					
4		Kerugian yang terjadi terhadap usaha yang dijalankan tidak dibebankan sepenuhnya kepada nasabah					
5	Jaminan	Keamanan barang jaminan nasabah terjamin					

6		Saya menabung dibank karena jaminan yang diberikan oleh bank tidak merugikan saya					
7	Menentukan besarnya nisbah keuntungan	saya mengetahui nisbah keuntungan ditentukan tidak berdasarkan porsi setoran modal melainkan berdasarkan kesepakatan					
8		Saya mengetahui bahwa return yang didapatkan tergantung kepada kinerja bisnis					

Promosi (X2)							
No	Indikator	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Periklanan	Bank melakukan iklan yang menarik					

2		Saya sering melihat bank melakukan periklanan					
3		Saya menyukai promosi yang dilakukan bank					
4	Promosi penjualan	Bank melakukan promosi penjualan dengan mendatangi rumah per rumah atau door to door					
5	Penjualan tatap muka	Informasi yang disajikan melalui penjualan tatap muka menarik minat nasabah atau calon nasabah					
6		Saya tidak pernah melihat bank melakukan promosi dengan cara penjualan tatap muka					
7		Saya sering melihat promosi bank di internet atau sosial media					
8	publisitas	Saya melihat bank melakukan promosi dengan cara menyebarkan brosur					

Kualitas Pelayanan (X3)							
No	Indikator	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Berwujud (Tangible)	Kebersihan dan kenyamanan bank selalu terjaga					
2	Kehandalan (Realibilitas)	Petugas bank memproses dengan cepat atas transaksi yang nasabah lakukan					
3	Ketanggapan (Responsitive)	Petugas bank bersedia membantu ketika nasabah mengalami kendala					
4	Jaminan dan kepastian (Assurance)	Petugas selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan bank kepada nasabah					
5	Empati (Empathy)	Petugas bank memberikan pelayanan yang sama dan adil pada tiap nasabah					

Keputusan Nasabah (Y)							
No	Indikator	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Pengenalan masalah	Saya tertarik menyimpan dana di bank karena bank mampu memenuhi kebutuhan saya					
2	Pencarian Informasi	Saya memutuskan menabung di bank karena Informai yang saya dapat sesuai dengan apa yang saya lihat dan saya alami di bank					

3	Evaluasi Alternatif	Saya menabung di bank karena bank mempunyai banyak pilihan produk atau jasa yang menguntungkan nasabah				
4	Keputusan pembelian	Saya tertarik untuk menyimpan dana di tabungan karena saya percaya pada kinerja bank				
5	Perilaku pasca pembelian	Saya menyimpan dana di tabungan karena kepuasan yang saya dapatkan dari bank				

Lampiran 2. Karakteristik Responden

JENIS_KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	179	46.5	46.5	46.5
	Perempuan	203	52.7	52.7	99.2
	Perempuan.	1	0,3	0,3	99.5
	Perempun	2	0,5	0,5	100,0
	Total	385	100,0	100,0	
USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14	6	1.6	1.6	1.6
	15	8	2.1	2.1	3.6
	16	6	1.6	1.6	5.2
	17	13	3.4	3.4	8.6
	18	5	1.3	1.3	9.9

19	4	1.0	1.0	10,9
20	12	3.1	3.1	14.0
21	13	3.4	3.4	17.4
22	16	4.2	4.2	21.6
23	28	7.3	7.3	28.8
24	13	3.4	3.4	32.2
25	10	2.6	2.6	34.8
26	8	2.1	2.1	36.9
27	9	2.3	2.3	39.2
28	7	1.8	1.8	41.0
29	12	3.1	3.1	44.2
30	7	1.8	1.8	46.0
31	7	1.8	1.8	47,8
32	11	2.9	2.9	50,6
33	9	2.3	2.3	53.0
34	6	1.6	1.6	54.5
35	14	3.6	3.6	58.2
36	7	1.8	1.8	60,0
37	5	1.3	1.3	61.3
38	8	2.1	2.1	63.4
39	8	2.1	2.1	65.5
40	7	1.8	1.8	67.3
41	6	1.6	1.6	68.8
42	16	4.2	4.2	73.0
43	14	3.6	3.6	76.6
44	7	1.8	1.8	78.4
45	13	3.4	3.4	81.8
46	5	1.3	1.3	83.1
47	12	3.1	3.1	86.2
48	15	3.9	3.9	90,1
49	10	2.6	2.6	92.7
50	15	3.9	3.9	96.6
53	2	0,5	0,5	97.1

	55	6	1,6	1,6	98,7
	56	3	0,8	0,8	99,5
	58	1	0,3	0,3	99,7
	63	1	0,3	0,3	100,0
	Total	385	100,0	100,0	
	PEKERJAAN				
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Buruh	16	4,2	4,2	4,2
	guru	3	0,8	0,8	4,9
	Guru	6	1,6	1,6	6,5
	Honoer	3	0,8	0,8	7,3
	Honoror	11	2,9	2,9	10,1
	ibu rumah tangga	22	5,7	5,7	15,8
	Ibu rumah tangga	20	5,2	5,2	21,0
	ibu rumah tannga	1	0,3	0,3	21,3
	Karyawan swasta	26	6,8	6,8	28,1
	mahasiswa	13	3,4	3,4	31,4
	Mahasiswa	65	16,9	16,9	48,3
	pedagang	9	2,3	2,3	50,6
	Pedagang	40	10,4	10,4	61,0
	pegadang	1	0,3	0,3	61,3
	pensiunan	2	0,5	0,5	61,8
	PNS	8	2,1	2,1	63,9
	Siawa	1	0,3	0,3	64,2
	siswa	6	1,6	1,6	65,7
	Siswa	28	7,3	7,3	73,0
	swasta	6	1,6	1,6	74,5
	Swasta	56	14,5	14,5	89,1

	swawta	1	0,3	0,3	89,4
	wiraswasta	8	2,1	2,1	91,4
	Wiraswasta	26	6,8	6,8	98,2
	wirusaha	7	1,8	1,8	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Lampiran 3. Tanggapan Responden

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5
4	3	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	5	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4

5	3	5	4	3	3	2	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	5	5	4	3
5	4	5	4	4	4	4	3
4	2	4	3	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	3	3
2	4	4	3	4	4	4	3
4	3	2	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5
3	3	4	3	4	4	4	3
4	3	2	2	5	5	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	5	4	4	5	4	4
2	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	3	4	4	3	3
4	3	4	4	5	5	4	5
3	5	5	5	5	4	5	4
4	5	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	5
3	5	5	5	4	5	5	4
4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5
3	4	4	4	4	5	5	4
3	3	3	3	4	4	5	4

4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	4	4	4	5
4	4	4	4	5	5	4	5
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	2
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	4	5	4
3	2	2	2	4	4	5	4
5	5	5	5	4	4	5	4
5	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	3	3
5	5	5	5	5	4	5	3
4	4	4	4	5	5	5	4
4	4	5	4	4	4	4	3
3	3	3	3	5	5	3	3
3	3	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4
3	5	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	3	3	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	5	4	3
2	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	3
4	4	3	4	4	4	3	2
3	2	3	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	4	4	4	3
3	4	3	4	5	4	4	5
3	2	2	2	4	4	4	3

4	4	3	4	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	3	4	4	5	5	5
3	3	3	3	5	5	4	4
4	4	3	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	4	3	4	3	4
4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	3	4	3	2
3	3	3	4	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
2	2	2	5	2	5	3	4
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	3	4	4

4	5	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	3	3	5
4	4	4	4	4	3	4	4
5	4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	4	5
4	3	4	4	4	3	3	4
5	4	5	4	3	3	2	2
4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	5	5
4	3	4	4	4	4	4	5
2	3	2	4	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	2	5
5	5	5	4	4	5	4	4
4	3	4	4	5	4	5	5
2	2	2	4	5	4	4	5
4	3	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5
5	4	5	5	4	4	4	4
4	3	4	4	5	4	5	4
3	3	3	4	5	5	4	5
4	3	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	5	4	4	5
5	5	5	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	2	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	4	5	4	5	4	5
4	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	3	3	4	3
4	4	4	4	5	3	4	4
3	3	4	4	5	4	5	5
4	4	3	4	4	3	4	4
5	5	5	5	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	3
4	4	3	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5
4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	5	4	4	3	3	4
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	3	3
5	5	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	3	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	5	4	3	3	4
4	4	4	4	4	3	3	4
5	5	4	3	4	5	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	5	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	3	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4

4	4	4	4	3	3	4	4
5	4	4	5	4	4	3	4
4	4	4	3	5	5	5	5
5	5	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5
3	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	3	3	5	5	5	5
4	4	3	3	4	4	4	5
5	5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	4	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	3	3	2	5
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	3
5	4	5	5	4	4	4	3
5	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	3	4	4	5	3
4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	5	4	4	5
5	5	5	5	4	4	4	3
4	4	4	4	5	5	3	3
4	4	5	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4

5	4	5	5	3	3	3	3
4	5	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	3	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	5	5	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3
3	2	5	3	2	3	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4
5	4	3	4	5	3	5	4
4	4	3	3	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	5
4	5	3	4	4	4	5	4
4	4	4	4	3	5	5	4
4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	3	4	5	5	3
4	4	3	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	5	4	3
4	4	3	3	5	4	3	4
5	3	3	2	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	2	4	3	3
5	4	4	5	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	3	4	4
4	3	3	2	5	5	4	4
5	4	5	4	5	3	4	4
4	5	4	5	5	4	4	4
4	5	4	4	3	3	3	3

4	4	5	4	4	4	4	3
5	5	4	5	4	4	4	4
4	4	5	5	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3
4	5	5	5	4	3	4	4
5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	3	4	5	4	3	5
4	4	3	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3
3	4	3	4	4	4	4	3
5	5	5	5	3	3	3	3
4	4	4	4	3	2	3	4
4	5	4	4	4	3	3	3
3	4	3	2	5	4	3	3
5	5	5	5	3	4	4	4
4	5	5	4	4	4	3	4
5	4	4	4	4	2	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	4
4	3	4	4	5	5	5	5
4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4
5	3	4	4	3	4	3	2

4	4	4	4	5	5	5	5
3	3	3	3	4	5	5	4
4	3	3	5	5	4	4	4
4	3	4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4
4	3	3	4	3	3	3	4
3	3	2	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	2	5	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	3	4	4
4	4	4	5	4	3	3	4
3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	2	5	5	3	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	3	3	3	3
5	4	4	5	4	3	3	5
4	5	4	5	4	3	4	4
5	4	5	5	4	4	4	5
4	5	5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	3	3	4
5	5	5	5	3	3	2	2
5	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	5	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	3	4
5	4	4	4	3	3	3	3
4	3	2	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	3
5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5
5	4	4	4	5	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4
3	3	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	5	3	4	5
4	4	4	4	4	4	5	5
5	3	4	2	5	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	5
3	4	4	2	3	4	4	4
3	3	4	4	5	5	4	5
4	4	4	2	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4	4	5
4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	3
3	3	5	1	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	1	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	4	4
3	2	2	2	3	3	3	3
4	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	2	4	4	4	5
4	4	4	4	3	3	3	4
4	5	5	2	3	3	3	3
4	4	5	2	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4

3	2	5	2	3	5	5	3
5	4	4	4	3	4	3	3
4	5	5	2	4	4	2	4
4	4	5	3	3	3	4	4
5	4	5	3	4	4	3	4
4	5	5	3	3	3	3	3
5	5	5	3	4	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	3	3
5	4	4	3	3	3	2	2
3	5	4	5	3	3	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	3	3	3	3	4
3	3	4	5	5	5	5	5
3	4	2	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	3	4	5	4	4
4	4	3	5	4	4	4	4
4	2	3	2	4	3	4	4
5	5	5	5	4	3	3	3
4	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	3	4	4
4	5	5	4	4	4	4	4
3	3	3	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4
3	5	4	4	4	3	2	2
4	4	4	4	5	5	5	5

3	3	3	4	5	5	4	4
3	5	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	5
3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	4	3	4	3	3	4
4	4	2	2	4	4	4	4
4	4	4	4	5	3	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
2	3	3	3	4	4	4	4
3	5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
4	3	3	3	4	4	4	4
5	4	3	3	5	5	5	5
3	4	4	4	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4
4	3	3	3	5	5	5	5
2	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	2	5	5	5	5
3	2	3	3	5	5	5	5
4	3	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5	5
4	3	2	2	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	5	5	5	5

3	3	3	2	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	3	5	4	3	4	4
4	3	3	4	4	4	3	3
2	3	3	3	4	5	4	5
3	3	3	2	5	5	5	5
3	2	3	3	4	4	4	4
4	3	4	4	4	5	4	5
4	3	3	3	5	5	5	3
2	3	3	3	5	4	4	4
3	3	3	2	5	5	5	5
3	2	3	3	5	5	4	4
4	3	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	4	4
4	5	4	4	5	5	4	5
4	3	2	2	5	5	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5
2	3	3	3	5	5	5	5
3	3	3	2	4	5	5	5
3	2	3	3	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	4
2	3	3	3	5	5	5	5
3	3	3	2	5	5	5	3
3	2	3	3	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	4
2	3	3	3	5	5	5	5
3	2	3	3	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	3	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	5
4	2	4	3	5	5	5	5

4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	3	5
3	3	3	3	5	5	5	5
2	4	4	3	5	5	4	4
4	3	2	3	4	4	3	4
4	4	4	4	5	5	5	5
2	3	3	3	5	5	5	5
3	3	3	2	4	5	4	5
3	2	3	3	3	4	3	4
4	4	4	3	5	4	4	3
4	3	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	5	5	5	5
2	4	5	4	4	4	4	4
2	4	4	3	5	5	5	5
3	3	3	3	5	5	5	4
4	4	4	3	5	5	5	5
4	3	4	4	5	5	5	5
3	5	5	5	4	4	3	4
4	5	4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	4	4	3
3	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	3
2	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	2	4	5	5	5
3	2	3	3	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	4	4
2	3	3	3	5	5	5	5
3	3	3	2	5	5	5	4
3	2	3	3	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	3
4	3	3	3	4	4	4	4
2	3	3	3	5	5	5	5

3	3	3	2	4	4	4	3
3	2	3	3	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	2	4	4	4	4
3	2	3	3	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	5	5	5	5
5	4	3	3	5	5	5	5
3	4	4	4	5	5	5	5
4	4	3	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	3	5	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	3	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5
4	4	4	4	3	3	3	4
5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	5	5	4
5	5	5	3	4	4	4	5
5	5	5	5	5	2	3	5
5	5	5	2	4	4	3	5
4	4	4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5
5	5	5	4	4	2	5	5
5	5	5	4	3	3	3	5
5	5	5	4	4	4	3	5
5	5	5	4	4	4	4	5
4	3	4	4	5	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	3	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	3	4	3	4	4
4	5	4	3	3	3	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	3	3	3	3	5
5	5	5	3	4	4	2	5
4	5	5	2	3	3	3	5
5	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	3	3	3	5
5	5	5	3	4	3	3	5
4	5	5	4	4	4	3	5
5	4	5	3	3	3	4	5
5	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5
5	5	4	4	3	4	4	5
5	5	4	3	3	3	3	5
5	5	5	4	4	4	3	5
5	5	5	4	4	3	4	5
5	4	5	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5	3	5

5	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	4	3	4	4	5
4	4	4	3	4	5	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	5	3	3	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5
4	5	5	5	4	5	5	4
3	3	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	3	3	3	2	5
5	5	4	4	4	3	4	5
5	2	3	4	4	4	4	4
4	3	5	4	4	3	5	4
5	3	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	4	4	3	5
5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	3	3	4	5
5	4	5	3	4	4	3	5
5	5	5	4	4	5	4	5
5	4	5	3	3	4	4	4
4	3	4	3	3	3	2	4
5	5	5	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	3	5	5
4	2	4	4	3	3	4	5
4	3	4	4	2	4	3	4
4	3	4	3	4	4	4	5
5	5	5	4	3	4	4	5
4	4	4	3	3	3	4	4
5	5	5	3	4	4	4	5
5	5	5	3	3	3	3	5

5	5	5	4	3	3	2	5
4	4	4	3	2	2	3	4
4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5
4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	3	4	4	5
4	3	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	3	3	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	4	4	4	5
4	3	4	5	5	5	5	4
5	5	5	4	4	4	5	5
5	5	5	3	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	5	5	5	5
5	4	4	3	4	4	4	4
3	5	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5
2	3	3	3	5	5	5	5
3	3	3	2	4	4	4	4
3	2	3	3	4	4	4	4
4	3	4	4	5	5	5	5
4	3	3	3	5	5	5	5
2	3	3	3	5	5	5	5
3	3	3	2	5	5	5	5

3	2	3	3	5	5	5	5
4	3	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	5
4	3	2	2	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	5	5	5	5
3	3	3	2	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	3	5	4	5	5	4
4	3	3	4	5	5	5	4
2	3	3	3	5	4	5	4
3	3	3	2	5	5	5	5
3	2	3	3	4	4	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	5	5	5
2	3	3	3	5	5	5	5
3	3	3	2	5	4	5	5
3	2	3	3	4	5	5	4
4	3	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	5	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5	5
4	3	2	2	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	5	5	5	4
3	3	3	2	5	5	5	5
2	3	3	3	4	5	5	4
3	3	3	2	5	5	5	5

3	2	3	3	4	4	4	5
4	3	4	4	5	5	5	5
4	3	3	3	5	5	5	5
2	3	3	3	5	5	5	5
3	3	3	2	5	5	5	5
3	2	3	3	5	5	5	5
4	3	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	5
4	3	2	2	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5
2	3	3	3	5	5	5	5
3	3	3	2	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	3	5	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4
2	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	2	5	5	5	5
3	2	3	3	5	5	5	5
4	3	4	4	5	5	5	5
4	3	3	3	5	5	5	5
2	3	3	3	5	5	5	5
3	3	3	2	5	5	5	5
3	2	3	3	4	5	5	4
4	3	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	5
4	3	2	2	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	2	5	5	5	5
3	2	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
4	3	3	3	4	4	4	4
5	4	3	3	4	4	4	4
3	4	4	4	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4
4	2	3	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4
4	5	3	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
2	3	4	3	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5
5	4	4	3	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	3	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
4	4	4	4	4
5	5	4	5	5
4	5	5	5	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	3	4	4	4
4	4	3	4	3
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	5	4
4	4	3	4	3
5	5	5	5	5
4	5	4	5	5
5	4	5	4	4

5	5	5	5	5
4	4	4	5	4
5	5	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	2	5	3
4	4	4	4	4
5	5	4	3	4
4	4	4	3	3
5	5	4	4	4
4	4	5	3	4
4	4	4	4	4
4	4	3	3	3
4	4	4	3	3
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
5	4	4	5	4
4	4	4	3	3
5	5	3	3	2
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	5	4	4	5
4	4	4	4	4
4	4	3	3	3
4	4	3	3	2
5	5	4	5	4
5	4	5	4	5
4	4	5	4	4
4	4	4	5	4
4	5	5	4	5

4	4	4	5	5
5	5	4	4	4
4	4	5	4	5
5	5	5	5	4
4	5	5	4	5
4	4	5	4	4
4	4	5	4	4
4	4	4	5	5
5	5	4	5	5
4	4	4	4	4
3	3	4	2	3
4	4	4	4	4
5	5	4	5	4
4	4	5	4	4
4	4	5	4	5
4	4	5	4	5
5	5	5	5	5
4	5	3	3	4
5	4	5	3	4
5	5	5	4	5
4	4	4	3	4
5	5	3	3	3
3	3	4	4	4
4	4	5	4	4
4	4	5	5	5
3	3	5	5	4
4	4	4	4	4
5	5	4	3	3
4	4	4	4	4
5	5	4	4	3
4	4	4	4	4
4	4	4	3	3

4	4	3	2	2
4	4	4	4	4
4	4	4	3	3
4	4	4	3	3
5	4	4	5	4
4	4	4	3	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	3
3	4	4	4	5
4	4	4	4	4
4	5	5	5	4
4	4	4	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	5	4
5	5	5	4	4
5	4	5	5	4
4	4	4	5	4
5	5	5	4	4
5	4	5	5	4
4	4	4	4	4
5	4	4	5	4
4	4	4	4	4
4	5	4	4	4
4	3	4	3	3
4	4	5	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	3	4	3	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	5	4

2	4	4	3	2
5	5	5	5	5
4	4	5	5	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	5	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	3	4	4	4
4	4	3	4	3
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	5	4
4	4	3	4	3
5	5	5	5	5
4	5	4	5	5
5	4	5	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	5	4
5	5	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	2	5	3
4	4	4	4	4
5	5	4	3	4
4	4	4	3	3
5	5	4	4	4
4	4	5	3	4
4	4	4	4	4

4	4	3	3	3
4	4	4	3	3
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
5	4	4	5	4
4	4	4	3	3
5	5	3	3	2
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
3	3	3	3	4
4	4	4	4	4
4	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	4	4	4
4	3	4	4	3
3	3	3	3	3
2	3	4	4	4
4	3	4	4	4
5	3	5	4	4
4	4	4	4	4
4	5	5	4	4
4	4	5	4	4
4	5	4	3	3
5	4	3	4	4
5	5	5	5	4

4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
2	4	3	3	3
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	4	4
5	5	4	4	4
5	3	4	4	4
5	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	3	3	3	3
4	3	4	4	4
5	4	4	4	4
5	4	3	5	5
4	4	3	4	3
4	4	4	4	2
3	3	3	3	4
4	3	4	4	3
4	3	3	3	3
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
3	2	3	4	3
4	3	3	3	2
5	4	3	3	4
3	4	4	4	4
4	4	3	4	4
4	2	3	3	3
5	5	5	5	5
4	5	3	4	4

4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
2	3	4	3	3
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
5	4	4	3	4
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	4	4	3	4
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	4	5	4
4	4	4	3	3
5	5	3	3	2
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	4	4
4	4	4	4	5
5	5	4	4	3
4	3	5	3	3
3	3	4	4	4
2	3	4	4	4
4	3	4	4	5
5	3	5	4	4
4	4	4	4	4
4	5	5	5	4
4	4	5	4	3
4	4	4	2	4
4	4	4	4	5
4	4	4	4	5

5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	3	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
4	3	2	4	4
5	5	5	5	5
5	5	4	4	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	4	4	4	4
4	4	4	5	4
3	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	3	4	2	5
4	4	4	4	4
3	4	4	2	4
3	3	4	4	5
4	4	4	2	4
3	4	4	3	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
3	3	5	1	2
3	4	4	3	4
4	4	5	4	4
5	4	5	1	5
3	3	4	3	3
3	2	2	2	4
4	4	4	3	4

4	4	4	2	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	2
3	4	3	3	4
4	4	4	3	5
3	3	3	4	4
4	4	4	4	2
4	4	4	4	4
4	3	4	4	4
3	3	3	3	4
4	4	4	3	5
4	4	3	4	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
5	4	5	5	4
4	4	5	3	5
4	4	4	4	4
4	3	4	4	4
3	4	5	4	5
4	5	5	5	4
4	4	4	4	4
3	3	5	5	4
4	4	4	4	4
5	4	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	5	5	5
3	3	3	2	5
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	5	2
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4

4	4	4	4	3
3	3	3	4	5
3	4	4	3	5
4	4	5	4	5
3	3	4	4	3
3	3	3	2	4
4	4	4	4	5
4	4	4	4	4
5	5	3	5	4
4	3	3	4	3
4	2	4	3	4
3	4	4	4	4
4	3	4	4	4
3	3	3	4	4
3	4	4	4	4
3	3	3	3	4
4	3	3	2	4
3	2	2	3	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	4	4	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	5
3	4	4	4	4
5	5	5	5	4
4	4	4	5	4

3	4	4	4	4
5	5	5	5	4
4	4	4	5	4
4	4	5	4	4
5	4	5	1	5
3	3	4	3	3
3	2	2	2	4
4	4	4	3	4
4	4	4	2	4
4	4	4	4	4
4	4	4	5	4
4	5	4	5	1
4	3	3	4	3
3	3	2	2	2
4	4	4	5	4
4	4	4	3	3
4	5	3	3	2
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
4	3	4	4	4
2	4	4	4	5
4	5	4	4	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	3	4	3	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	5	4	4
4	3	4	3	2

5	5	5	5	5
5	4	5	5	4
4	5	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	5	4	4
5	4	4	4	4
3	3	3	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	2	5	3	4
4	4	4	4	4
5	4	3	4	4
4	4	3	3	4
5	4	4	4	4
4	5	3	4	4
4	4	4	4	4

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
4	4	4	4	4
4	4	4	3	3
5	4	4	3	5
3	5	4	5	4
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	3	5
3	3	4	5	4
3	4	2	4	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	3	4
4	4	3	5	5

4	2	3	2	4
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	5	4	5	4
4	5	5	4	4
3	3	3	4	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	5	4	4	5
4	4	4	4	4
3	3	3	4	3
3	5	4	4	4
4	3	3	3	4
4	4	4	3	3
4	4	3	4	4
3	3	3	3	3
3	3	4	3	4
4	4	2	2	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	3	3	3
3	3	3	3	4
4	4	4	4	4
4	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	4	4	4
4	3	4	4	3
3	3	3	3	3
2	3	4	4	4
4	3	4	4	4

5	3	5	4	4
4	4	4	4	4
4	5	5	5	4
4	4	5	4	4
3	5	5	4	4
4	4	4	4	3
4	5	5	3	4
5	5	4	4	5
4	4	5	4	4
4	5	4	3	3
5	4	3	4	4
5	5	5	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
2	4	3	3	3
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	4	4
5	5	4	4	4
5	3	4	4	4
5	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	3	3	3	3
4	3	4	4	4
5	4	4	4	4
5	4	3	5	5
4	4	3	4	3
4	4	4	4	2
3	3	3	3	4

4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	5	4	4
2	3	4	4	5
4	3	2	4	5
5	5	5	5	5
4	4	4	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	3	4	4
2	5	4	4	4
3	3	3	4	3
4	3	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	3	3	4
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
3	4	5	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	4	4
4	2	2	4	4
3	3	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	4	4
3	3	3	4	4
3	3	3	4	4
4	3	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	5

4	4	4	4	4
3	3	3	4	4
4	3	3	4	4
3	4	3	4	4
4	4	5	5	4
4	4	4	4	4
5	5	4	4	4
5	3	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	5	4	5
5	4	5	4	4
5	5	5	4	4
4	4	5	5	5
5	5	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	5	5
5	5	4	4	4
3	2	3	3	4
3	4	4	4	4
4	4	4	5	5
3	5	4	4	4
4	4	5	4	5
4	3	5	4	5
4	4	5	5	5
3	4	3	5	5
4	3	4	4	4
5	4	5	5	5
4	4	4	4	4
3	2	3	4	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4

3	5	5	4	4
3	4	4	3	4
4	3	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	4	4
3	2	2	4	4
2	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	4	4
4	4	5	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	4	5
4	4	4	4	4
4	4	5	4	4
5	5	5	4	4
4	4	5	4	4
5	5	5	5	5
4	5	4	5	4
4	5	5	4	4
3	3	3	4	3

4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	5	4	4	5
4	4	4	4	4
3	3	3	4	3
3	5	4	4	4
4	3	3	3	4
4	4	4	3	3
4	4	3	4	4
3	3	3	3	3
3	3	4	3	4
4	4	2	2	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	3	3	3
3	3	3	3	4
4	4	4	4	4
4	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	4	4	4
4	3	4	4	3
3	3	3	3	3
2	3	4	4	4
4	3	4	4	4
5	3	5	4	4
4	4	4	4	4
4	5	5	5	4
4	4	5	4	4
3	5	5	4	4
4	4	4	4	3
4	5	5	3	4
5	5	4	4	5

4	4	5	4	4
4	5	4	3	3
5	4	3	4	4
5	5	5	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
2	4	3	3	3
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	4	4
5	5	4	4	4
5	3	4	4	4
5	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	3	3	3	3
4	3	4	4	4
5	4	4	4	4
5	4	3	5	5
4	4	3	4	3
4	4	4	4	2
3	3	3	3	4
4	3	4	4	3
4	3	3	3	3
4	4	4	3	4
3	3	3	3	3
3	2	3	4	3
4	3	3	3	2
5	4	3	3	4
3	4	4	4	4

4	4	3	4	4
4	2	3	3	3
5	5	5	5	5
4	5	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
2	3	4	3	3
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
5	4	4	3	4
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	4	4	3	4
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	5	5
4	4	4	4	4
3	3	4	4	4
4	4	4	5	5
4	5	3	5	5
4	4	4	4	4
3	3	4	3	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	5	4	4
2	3	4	4	5
4	3	2	4	5
5	5	5	5	5
4	4	4	5	5
3	4	5	4	4

4	4	4	4	4
3	3	3	4	4
4	2	2	4	4
3	3	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	4	4
3	3	3	4	4
3	3	3	4	4
4	3	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	5
4	4	4	4	4
3	3	3	4	4
4	3	3	4	4
3	4	3	4	4
4	4	5	5	4
4	4	4	4	4
5	5	4	4	4
5	3	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	5	4	5
5	4	5	4	4
5	5	5	4	4
4	4	5	5	5
5	5	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	5	5
5	5	4	4	4
3	2	3	3	4
3	4	4	4	4

4	4	4	5	5
3	5	4	4	4
4	4	5	4	5
4	3	5	4	5
4	4	5	5	5
3	4	3	5	5
4	3	4	4	4
5	4	5	5	5
4	4	4	4	4
3	2	3	4	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
3	5	5	4	4
3	4	4	3	4
4	3	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	4	4
3	2	2	4	4
2	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	4	4
4	4	5	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	4	5
4	4	4	4	4

4	4	4	4	4
4	4	5	4	4
5	5	5	4	4
4	5	5	5	4
4	4	5	4	4
5	5	5	4	4
4	5	5	5	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	5	4	5	4
4	5	5	4	4
3	3	3	4	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	5	4	4	5
4	4	4	4	4
3	3	3	4	3
3	5	4	4	4
4	3	3	3	4
4	4	4	3	3

Lampiran 4. Uji Instrumen

Correlations			Correlations		
		X1			X2
X1.1	Pearson Correlation	.545**	X2.1	Pearson Correlation	.668**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	385		N	385
X1.2	Pearson Correlation	.592**	X2.2	Pearson Correlation	.740**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	385		N	385

X1.3	Pearson Correlation	.531**	X2.3	Pearson Correlation	.725**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	385		N	385
X1.4	Pearson Correlation	.582**	X2.4	Pearson Correlation	.767**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	385		N	385
X1.5	Pearson Correlation	.533**	X2.5	Pearson Correlation	.439**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	385		N	385
X1.6	Pearson Correlation	.499**	X2.6	Pearson Correlation	.401**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	385		N	385
X1.7	Pearson Correlation	.558**	X2.7	Pearson Correlation	.427**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	385		N	385
X1.8	Pearson Correlation	.538**	X2.8	Pearson Correlation	.515**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	385		N	385
X1	Pearson Correlation	1	X2	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)			Sig. (2-tailed)	
	N	385		N	385
**. Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).			**. Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).		
*. Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed).			*. Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed).		

Correlations			Correlations		
		X3			Y
X3.1	Pearson Correlation	.701**	Y1	Pearson Correlation	.671**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	385		N	385
X3.2	Pearson Correlation	.748**	Y2	Pearson Correlation	.788**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	385		N	385
X3.3	Pearson Correlation	.736**	Y3	Pearson Correlation	.759**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	385		N	385
X3.4	Pearson Correlation	.723**	Y4	Pearson Correlation	.711**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	385		N	385
X3.5	Pearson Correlation	.668**	Y5	Pearson Correlation	.689**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	385		N	385
X3	Pearson Correlation	1	Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)			Sig. (2-tailed)	
	N	385		N	385
**. Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).			**. Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).		
*. Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed).					

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,665	8
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,743	8
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,759	5
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,771	5

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

Descriptive Statistics					
	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Abs_RES	385	0,899	0,124	0,197	0,248
Valid N (listwise)	385				

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
0,971	1.030
0,994	1.006
0,975	1.025

Correlations							
		X1	X2	X3	Y		
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	-0,050	.147**	.338**	
		Sig. (2-tailed)		0,323	0,004	0,000	
		N	385	385	385	385	
	X2	Correlation Coefficient	-0,050	1.000	0,027	.174**	
		Sig. (2-tailed)	0,323		0,602	0,001	
		N	385	385	385	385	
	X3	Correlation Coefficient	.147**	0,027	1.000	.202**	
		Sig. (2-tailed)	0,004	0,602		0,000	
		N	385	385	385	385	

	Y	Correlation Coefficient	.338**	.174**	.202**	1.000
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,000	
		N	385	385	385	385

** . Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

Lampiran 6. Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.007	1.792		2.236	0,026
	X1	0,280	0,037	0,352	7.505	0,000
	X2	0,108	0,031	0,160	3.454	0,001
	X3	0,155	0,046	0,157	3.359	0,001

a. Dependent Variable: Y

a. Dependent Variable: Y

T tabel

	= 0.25	= 0.20	= 0.15	= 0.10	= 0.05	= 0.025	= 0.02	= 0.01	= 0.005	= 0.0025	= 0.001	= 0.0005
DF	t-score	t-score	t-score									
359	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.967	2.061	2.337	2.590	2.824	3.113	3.318
360	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.967	2.061	2.337	2.590	2.824	3.113	3.318
361	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.967	2.061	2.337	2.590	2.824	3.113	3.318
362	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.967	2.061	2.337	2.589	2.824	3.113	3.318
363	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.967	2.061	2.337	2.589	2.824	3.113	3.318
364	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.967	2.061	2.337	2.589	2.824	3.113	3.317
365	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.337	2.589	2.824	3.113	3.317
366	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.337	2.589	2.824	3.113	3.317
367	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.337	2.589	2.824	3.113	3.317
368	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.337	2.589	2.824	3.113	3.317
369	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.824	3.112	3.317
370	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.824	3.112	3.317
371	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.824	3.112	3.317
372	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.824	3.112	3.317
373	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.824	3.112	3.317
374	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.824	3.112	3.317
375	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.824	3.112	3.317
376	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.824	3.112	3.317
377	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.824	3.112	3.317
378	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.824	3.112	3.316
379	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.824	3.112	3.316
380	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.824	3.112	3.316
381	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.823	3.112	3.316
382	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.823	3.112	3.316
383	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.823	3.112	3.316
384	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.823	3.112	3.316
385	0.675	0.843	1.038	1.284	1.649	1.966	2.061	2.336	2.589	2.823	3.112	3.316

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	434.374	3	144.791	28.739	.000 ^b
	Residual	1919.532	381	5.038		
	Total	2353.906	384			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						

F Tabel

B.7 Tables of the F distribution

Table B.14: 90th percentiles of the F distribution

Den. df	Numerator degrees of freedom							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	39.862	49.500	53.593	55.833	57.240	58.204	58.906	59.439
2	8.5263	9.0000	9.1618	9.2434	9.2926	9.3255	9.3491	9.3668
3	5.5383	5.4625	5.3908	5.3427	5.3092	5.2847	5.2662	5.2517
4	4.5449	4.3246	4.1909	4.1072	4.0506	4.0098	3.9790	3.9549
5	4.0604	3.7797	3.6195	3.5202	3.4530	3.4045	3.3679	3.3393
6	3.7760	3.4633	3.2888	3.1808	3.1075	3.0546	3.0145	2.9830
7	3.5895	3.2574	3.0741	2.9605	2.8833	2.8274	2.7849	2.7516
8	3.4579	3.1131	2.9238	2.8065	2.7265	2.6683	2.6241	2.5894
9	3.3603	3.0065	2.8129	2.6927	2.6106	2.5509	2.5053	2.4694
10	3.2850	2.9245	2.7277	2.6054	2.5216	2.4606	2.4140	2.3772
11	3.2252	2.8595	2.6602	2.5362	2.4512	2.3891	2.3416	2.3040
12	3.1765	2.8068	2.6055	2.4801	2.3941	2.3310	2.2828	2.2446
13	3.1362	2.7632	2.5603	2.4337	2.3467	2.2830	2.2341	2.1954
14	3.1022	2.7265	2.5222	2.3947	2.3069	2.2426	2.1931	2.1539
15	3.0732	2.6952	2.4898	2.3614	2.2730	2.2081	2.1582	2.1185
16	3.0481	2.6682	2.4618	2.3328	2.2438	2.1783	2.1280	2.0880
17	3.0263	2.6446	2.4374	2.3078	2.2183	2.1524	2.1017	2.0613
18	3.0070	2.6240	2.4160	2.2858	2.1958	2.1296	2.0785	2.0379
19	2.9899	2.6056	2.3970	2.2663	2.1760	2.1094	2.0580	2.0171
20	2.9747	2.5893	2.3801	2.2489	2.1583	2.0913	2.0397	1.9985
21	2.9610	2.5746	2.3649	2.2334	2.1423	2.0751	2.0233	1.9819
22	2.9486	2.5613	2.3512	2.2193	2.1279	2.0605	2.0084	1.9668
23	2.9374	2.5493	2.3387	2.2065	2.1149	2.0472	1.9949	1.9531
24	2.9271	2.5384	2.3274	2.1949	2.1030	2.0351	1.9826	1.9407
25	2.9177	2.5283	2.3170	2.1842	2.0922	2.0241	1.9714	1.9293
26	2.9091	2.5191	2.3075	2.1745	2.0822	2.0139	1.9610	1.9188
28	2.8939	2.5028	2.2906	2.1571	2.0645	1.9959	1.9427	1.9002
30	2.8807	2.4887	2.2761	2.1422	2.0492	1.9803	1.9269	1.8841
32	2.8693	2.4765	2.2635	2.1293	2.0360	1.9669	1.9132	1.8702
34	2.8592	2.4658	2.2524	2.1179	2.0244	1.9550	1.9012	1.8580
36	2.8504	2.4563	2.2426	2.1079	2.0141	1.9446	1.8905	1.8471
38	2.8424	2.4479	2.2339	2.0990	2.0050	1.9352	1.8810	1.8375
40	2.8354	2.4404	2.2261	2.0909	1.9968	1.9269	1.8725	1.8289
60	2.7911	2.3932	2.1774	2.0410	1.9457	1.8747	1.8194	1.7748
80	2.7693	2.3702	2.1536	2.0165	1.9206	1.8491	1.7933	1.7483
100	2.7564	2.3564	2.1394	2.0019	1.9057	1.8339	1.7778	1.7324
150	2.7393	2.3383	2.1207	1.9827	1.8861	1.8138	1.7572	1.7115
200	2.7308	2.3293	2.1114	1.9732	1.8763	1.8038	1.7470	1.7011
300	2.7224	2.3203	2.1021	1.9637	1.8666	1.7939	1.7369	1.6908
400	2.7182	2.3159	2.0975	1.9590	1.8617	1.7889	1.7319	1.6856
∞	2.7055	2.3026	2.0838	1.9449	1.8473	1.7741	1.7167	1.6702

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.430 ^a	0,185	0,178	2.245
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama :

Pekerjaan/ NIM : Mahasiswa / 1....

Tempat/ Tanggal Lahir : ..., tgl/bln/thn

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat :

Riwayat Pendidikan : SD ...
SMP
SMA
UIN Ar-Raniry

