

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI DAN MINAT NASABAH
MENABUNG TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
TABUNGAN EASY WADIAH (STUDY PADA PT. BANK
SYARIAH INDONESIA CABANG BLANGPIDIE)**



Oleh:

**Meril Bahraini
NIM 190603159**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M/1446**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Meril bahraini
NIM : 190603159
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Banda Aceh, 18 Agustus 2024
Yang menyatakan



Meril Bahraini

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI DAN MINAT NASABAH MENABUNG TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNAAN TABUNGAN EASY WADIAH (STUDY PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA CABANG BLANGPIDIE)


Disusun Oleh

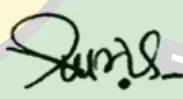
Meril Bahraini
NIM. 190603159

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

Pembimbing I

Pembimbing II


Ismuddi, S.E., S.Pd., M.Si
NIP. 198601282019031005


Jalilah, S.HI., M.Ag
NIP. 198806082023212040

AR-RANIRY
Mengetahui,
Ketua prodi Perbankan Syariah,



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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Persepsi dan Minat Nasabah Menabung Terhadap
Keputusan Penggunaan Tabungan Easy Wadiah
(Study pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie)**

Meril Bahraini
NIM. 190603159

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 Perbankan
Syariah

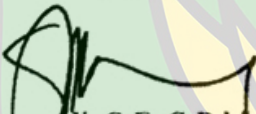
Pada Hari/Tanggal: Rabu, 7 agustus 2024 M
2 safar 1446 H


Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua


Sekretaris



Ismuadi, S.E., S.Pd., M.Si
NIP. 198601282019031005


Jalilah, S.H.I., M. Ag
NIP. 198806082023212040

Penguji I

Penguji II


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


Seri Murni, S.E., M. Si., Ak.
NIP. 197210112014112001

Mengetahui

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




Hafas Eargani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Meril Bahraini
NIM : 190603159
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam
E-mail : 190603159@student.ar-raniry.ac.id

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

Tugas Akhir KKKU Skripsi

Yang berjudul :

Pengaruh Persepsi dan Minat Nasabah Menabung Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Easy Wadiah (Study pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie)

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, mendistribusikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

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


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


Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.


Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 18 Agustus 2024

Penulis Mengetahui Pembimbing I Pembimbing II


Meril Bahraini
NIM. 190603159


Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005


Jalilah, S.H.I., M. Ag
NIP. 198806082023212040

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

“Sesungguhnya Allah Tidak Akan Mengubah Keadaan Suatu Kaum, Sebelum Mereka Mengubah Keadaan Diri Mereka Sendiri”

(Q.S Ar-Rad:11)

“Jika anda tidak bisa melakukannya dengan baik, lakukanlah dengan cinta”

(Mother Teresa)

Segala puji bagi Allah yang Maha Sempurna dengan memohon keberkahan dan keridhoan-Nya kupersembahkan karya kecil ini sebagai tanda cinta dan kasih sayangku kepada kedua orang tua tercinta, terima kasih kepada ibu dan Ayah atas segala doa dan dukungannya. Serta sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat tiada henti untuk penyelesaian karya tulis ini.

Jazaakumullahu Khaira

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kepada Allah SWT., atas berkat dan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul **”Pengaruh Persepsi Dan Minat Nasabah Menabung Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Easy Wadiah (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie)”**. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW., yang dengan hadirnya penelitian ini semoga menjadi bagian menyampaikan sunnahnya dalam khazanah ilmu pengetahuan. Penelitian skripsi ini dilakukan dengan penuh perjuangan sehingga didalamnya tidak mungkin tidak ada dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dalam bentuk moral maupun material, secara langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh elemen yang terlibat dan terkait baik secara akademis maupun non akademis.

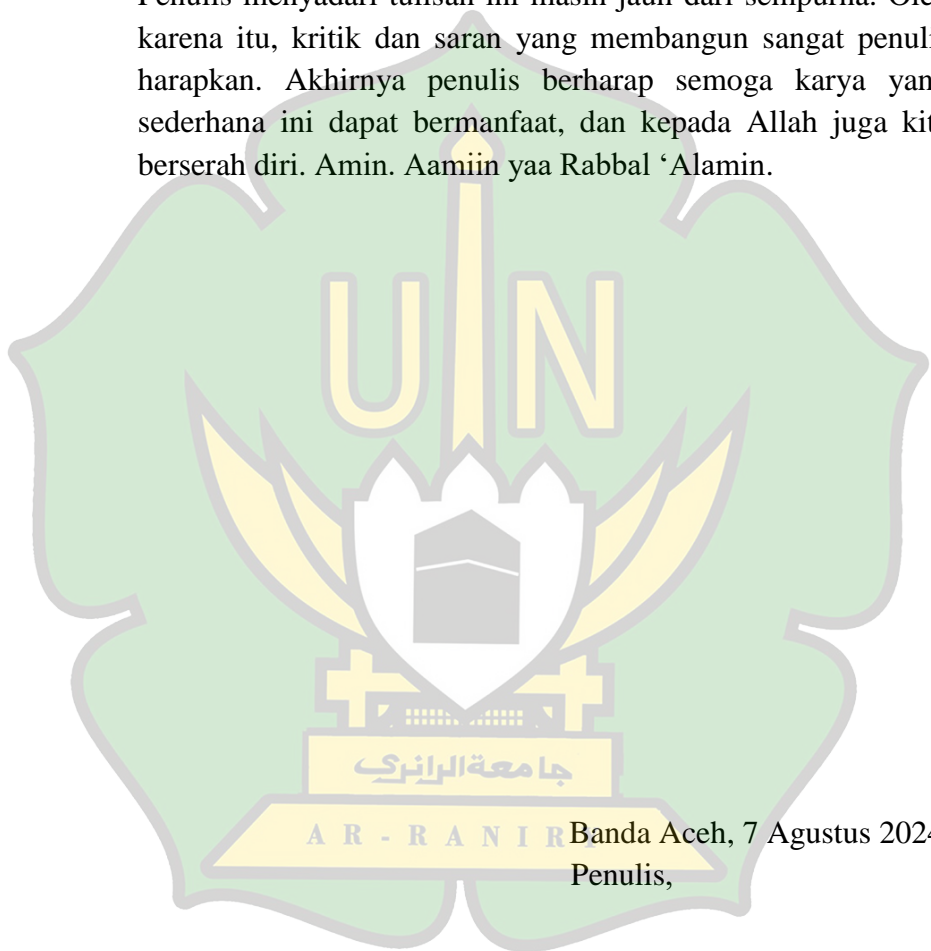
Shalawat beriring salam tidak lupa kita sanjung sajian kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw. Dimana beliau telah membawa kita dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh kemuliaan seperti yang sedang kita rasakan saat ini. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan viii skripsi ini. oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani. M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Ana Fitria, M.Sc. Sekretaris Program

Studi Perbankan Syariah dan Suri Wahyuni, S.Pd, selaku staf akademik yang telah banyak membantu.

3. Hafiizh Maulana, SP., S.HI., ME selaku ketua Laboratorium, serta staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang telah memberikan arahan dalam menulis skripsi ini
4. Ismuadi, S.E.,S.Pd.,M.Si selaku Pembimbing I dan Jalilah, S.HI.,M.Ag selaku pembimbing II yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
5. Dr. Nevi hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku penguji I dan Seri Murni, S.E., M.Si., Ak. Selaku penguji II yang telah memberikan pemikiran kepada penulis serta arahan dalam penulisan skripsi.
6. Kepada responden dan masyarakat Aceh Barat daya yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua saya Ibunda Ani Surita tercinta dan Ayahanda Mukhsin tersayang, Adik saya Najwa Hizzatul Zuhra dan Syila anugrah, yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan doa yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah.
8. Sahabat tercinta Shafna Rida, Cut Liza Helvirani, Jihan Nabila, Della maulidya, Anisa Nabila, Cirestu Mutiara Ilham, dan Adisti Fikra Damayanti yang membantu penulis dengan setulus hati dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir demi mendapatkan gelar sarjana yang diharapkan.
9. Terimakasih teman-teman jurusan Perbankan Syariah seangkatan kepada Marzatillah, Aldila riska, Shahaq Kiki, Kiki Sri Wulan dan Dinda Afra kasturi Kasvi yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi serta terima kasih

sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Semoga doa beserta segala bantuan yang diberikan menjadi amalan baik dan mendapat pahala yang setimpal. Penulis menyadari tulisan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat, dan kepada Allah juga kita berserah diri. Amin. Aamiin yaa Rabbal ‘Alamin.



Meril Bahraini

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K Nomor:
158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1.	ا	Tidak dilambangkan	16.	ط	T
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	Ṣ			

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
◌ِ يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِ وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

Kaifa : كيف

Haula : هول

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
آ/ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يٰ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ
ramā : رَمَى
qīla : قِيلَ
yaqūlu : يَقُولُونَ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

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

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

Contoh:

rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl :	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
al-Madīnah al-Munawwarah/ :	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةَ
al-Madīnatul Munawwarah	
Ṭalḥah :	طَلْحَةَ

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 Tasawu.

ABSTRAK

Nama : Meril Bahraini
NIM : 190603159
Fakultas/Progam : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Perbankan
Studi : Syariah
Judul : Pengaruh Persepsi Dan Minat Nasabah Menabung Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Easy Wadiah (Study Pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie)
Pembimbing I : Ismuadi, S.E.,S.Pd.I.,M.Si
Pembimbing II : Jalilah, S.HI.,M.Ag

Tabungan easy wadiah merupakan tabungan dalam bentuk menyimpan uang seorang nasabah dengan prinsip wadiah yad dhamanah dimana uang yang disimpan dapat di tarik dan disetor setiap saat. Penelitian ini menganalisis persepsi dan minat nasabah terhadap keputusan penggunaan Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie tabungan Easy Wadiah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat nasabah menabung berpengaruh terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah, sedangkan Variabel Persepsi tidak secara signifikan mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan produk tersebut. Nilai R Square sebesar 0.293 menunjukkan bahwa 29.3% variasi dalam keputusan penggunaan Tabungan Easy Wadiah dapat dijelaskan oleh persepsi dan minat, sementara 70.7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Persepsi, Minat, Keputusan Penggunaan, Tabungan Easy Wadiah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.1 Manfaat Penelitian.....	9
1.2 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Bank Syariah	12
2.1.1 Pengertian Bank Syariah	12
2.1.2 Peran dan Fungsi Bank Syariah	13
2.1.3 Produk Bank Syariah.....	15
2.2 Keputusan Penggunaan Produk.....	17
2.2.1 Definisi Keputusan Penggunaan Produk.....	17

2.2.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Produk	18
2.2.3	Proses Keputusan Penggunaan Produk	19
2.2.4	Indikator Keputusan Penggunaan Produk	21
2.2.5	Keputusan Dalam Islam	21
2.3	Persepsi.....	23
2.3.1	Pengertian Persepsi	23
2.3.2	Jenis Persepsi	24
2.3.3	Unsur Dalam Persepsi	25
2.3.4	Proses Persepsi	26
2.3.5	Indikator – Indikator Persepsi	27
2.3.6	Persepsi dalam Islam	28
2.4	Minat Nasabah.....	31
2.4.1	Pengertian Minat	31
2.4.2	Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	32
2.4.3	Indikator Minat Menabung	33
2.5	Minat dalam islam.....	34
2.6	Penelitian Terkait	35
2.7	Keterkaitan Antar Variabel	38
2.7.1	Pengaruh persepsi terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah	38
2.7.2	Pengaruh minat terhadap keputusan penggunaan tabungan easy wadiah	39
2.7.3	Pengaruh persepsi dan minat terhadap keputusan penggunaan tabungan easy wadiah	40
2.8	Kerangka Berfikir.....	40

2.9 Hipotesis.....	41
--------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN.....43

3.1 Desain Penelitian.....	43
----------------------------	----

3.1.1 Jenis Penelitian.....	43
-----------------------------	----

3.1.2 Lokasi dan Tempat.....	43
------------------------------	----

3.1.3 Waktu.....	44
------------------	----

3.2 Populasi dan Sampel.....	44
------------------------------	----

3.2.1 Populasi Penelitian.....	44
--------------------------------	----

3.2.2 Sampel Penelitian.....	44
------------------------------	----

3.3 Sumber Data.....	46
----------------------	----

3.4 Tehnik Pengumpulan data.....	47
----------------------------------	----

3.4.1 Kuesioner.....	47
----------------------	----

3.4.2 Dokumentasi.....	47
------------------------	----

3.4.3 Skala Pengukuran.....	47
-----------------------------	----

3.5 Operasional Variabel Penelitian.....	48
--	----

3.5.1 Variabel Terikat (dependen).....	48
--	----

3.5.2 Variabel Independen.....	48
--------------------------------	----

Adapun indikator dari persepsi adalah sebagai berikut:49

3.6 Teknik Analisis Data.....	51
-------------------------------	----

3.6.1 Uji Instrumen.....	51
--------------------------	----

3.6.2 Uji Validitas.....	51
--------------------------	----

3.6.3 Uji Realibilitas.....	52
-----------------------------	----

3.7 Uji Asumsi Klasik.....	52
----------------------------	----

3.7.1 Uji Normalitas.....	52
---------------------------	----

3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	52
----------------------------------	----

3.7.3 Uji Heteroskedasitas.....	53
---------------------------------	----

3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.8	Uji Hipotesis.....	54
3.8.1	Uji Parsial (Uji t).....	55
3.8.2	Uji simultan (Uji F).....	55
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
3.1	Gambaran Umum Hasil Penelitian.....	58
3.1.1	Sejarah Bank Syariah Indonesia.....	58
3.1.2	Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia.....	59
3.1.3	Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia.....	60
3.2	Karakteristik Responden	66
3.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	71
3.3.1	Uji Validitas	76
3.3.2	Uji Reabilitas.....	78
3.3.3	Uji Asumsi Klasik	79
3.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda	81
3.3.5	Pengujian Hipotesis.....	83
3.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
3.4.1	Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Easy Wadiah.....	86
3.4.2	Pengaruh Minat Terhadap keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Easy Wadiah.....	88
BAB V PENUTUP		91
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA93

LAMPIRAN98



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3. 1 Skala dan Pengukuran Data.....	48
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	49
Tabel 4. 1 Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia.....	63
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	68
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	69
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	70
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabe Persepsi.....	72
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Minat.....	74
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabe Keputusan Penggunaan.....	75
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reabilitas.....	78
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	79
Tabel 4. 13 Uji Heteroskedasititas.....	80
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolenoritas.....	81
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	82
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	83
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	85
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefesien Determenasi (<i>R-Square</i>).....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie.....	5
Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	98
Lampiran 2 Tabulasi data	103
Lampiran 3 Hasil Olah Data	114
Lampiran 4 Foto Dokumentasi	119



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri perbankan syariah di Indonesia tumbuh dengan beragam tingkat pertumbuhan yang disesuaikan dengan perkembangan ekonomi nasional. Pertumbuhan sektor perbankan syariah di Indonesia didukung oleh peraturan perundang-undangan yang dikeluarkan oleh pemerintah dan kebijakan-kebijakan yang diterapkan oleh pengaturan perbankan. Salah satu landasan awal pertumbuhan perbankan syariah adalah Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang diberlakukan pada 16 juli 2008. Melalui undang-undang ini, perkembangan industri perbankan syariah nasional memiliki dasar hukum yang kuat, mempercepat pertumbuhan sektor ini. Hingga saat ini, otoritas perbankan, yaitu otoritas jasa keuangan terus mendorong percepatan pertumbuhan perbankan syariah yang sehat, berkelanjutan, dan berkontribusi positif dalam mendukung pembangunan ekonomi yang berkualitas (Hani, 2018).

Perbankan di Indonesia pada sekarang ini sudah berkembang dengan pesatnya termasuk juga bank-bank syariah. Apalagi Indonesia yang terkenal dengan jumlah penduduk muslimnya yang terbesar tentu saja sistem perbankan yang memenuhi syariat islam sangat dibutuhkan. Produk-produk keuangan yang ditawarkan bank syariah, cara bertransaksi, dan cara

berinvestasi yang tentu saja berbeda dengan bank-bank konvensional (Nugroho et al., 2020)

Pengoperasian bank syariah didasari atas respon negara terhadap masyarakat muslim di Indonesia yang menginginkan adanya transaksi keuangan yang mengimplementasikan prinsip ekonomi Islam dan tidak berlandaskan pada sistem bunga yang menjadi kekuatan utama bank konvensional. Bunga bank bagi masyarakat muslim dianggap sebagai riba sehingga terdapat kegelisahan moral agama untuk terus berinvestasi di bank konvensional (Basir et al., 2020). Sedangkan sistem perbankan syariah di Indonesia dilaksanakan dengan sistem prinsip bagi hasil, mengedepankan nilai kebersamaan, ukhuwah, dan penghindaran unsur spekulatif dalam setiap transaksinya. Dalam menjalankan kegiatan usaha bank syariah berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian (OJK, 2017).

Kemudian dalam perbankan syariah, *trust* menjadi prioritas karena dijalankan dengan menggunakan prinsip syariah yang secara nyata berbeda dengan bank konvensional. *Trust* diartikan sebagai nasabah percaya bahwa operasional bank syariah dijalankan dengan prinsip kejujuran, keadilan dan kesetaraan, (Jainudin et al., 2022). Hingga saat ini telah tersebar hampir diseluruh wilayah Indonesia dan perbankan syariah pun terus mengalami perkembangan salah satunya dengan berdirinya Bank Syariah Indonesia melalui tiga merger, yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. Tujuan pengabungan dari

ketiga Bank Syariah tersebut yaitu untuk mendorong bank syariah lebih besar sehingga dapat masuk ke pasar global dan menjadi katalis pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia (Alhusain, 2021).

Dalam melakukan operasionalnya Bank Syariah Indonesia menawarkan produk dalam bentuk tabungan dan pembiayaan. Adapun dalam bentuk tabungan, yaitu menggunakan akad mudharabah dan wadiah. Tabungan Mudharabah adalah tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthlaqah kerja sama antar bank dan nasabah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSI atau melalui ATM. Sedangkan, tabungan wadiah merupakan tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip Wadiah Yad Dhamanah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSI ataupun melalui ATM.

Tabungan wadiah ini biasanya digunakan oleh nasabah yang hanya sekedar ingin menyimpan dananya dalam jangka pendek. Adapun mereka yang menabung dengan wadiah biasanya berasal dari kalangan masyarakat menengah kebawah, pelajar hingga mahasiswa (Cindi, 2019). Kedua tabungan tersebut tentunya memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Namun fokus peneliti pada penelitian adalah produk tabungan Easy Wadiah pada BSI Cabang Blangpidie. Adapun kelebihan tabungan wadiah tidak dikenakan biaya administrasi tiap bulan, tetapi

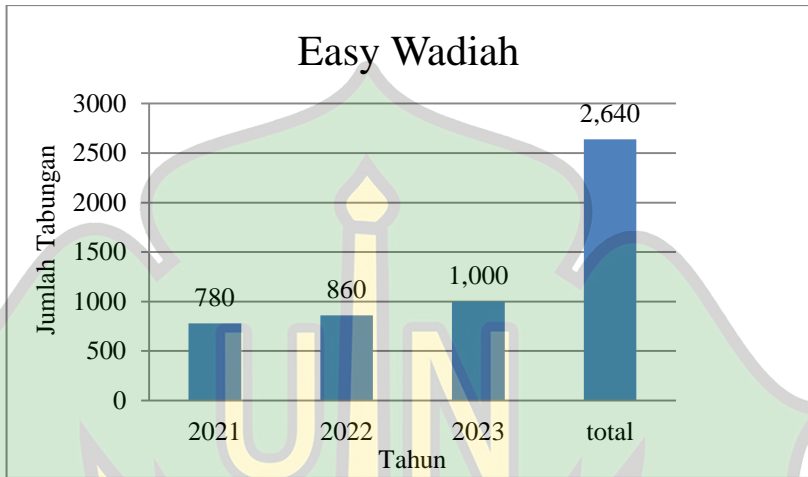
tabungan wadiah hanya berupa titipan yang dapat diambil kapan saja setiap saat, saat sipemilik menghendaknya. Konsekuensinya jika uang itu dikelola pihak penyimpan dana atau barang (bank) dan mendapat keuntungan, maka seluruh keuntungan menjadi pihak penyimpan dana (bank) dan boleh memberikan bonus atau hadiah pada pemilik (nasabah) dengan dasar tidak ada perjanjian sebelumnya.

Dari segi kualitas serta layanan yang diberikan, dapat mempengaruhi suatu kepuasan untuk mengambil keputusan tersendiri bagi nasabah yang menggunakan produk tabungan Easy Wadiah. Penggunaan tabungan wadiah juga dapat diakses melalui Mobile Banking ataupun secara langsung, teknologi ini mampu mempermudah dan menghemat waktu calon nasabah yang ingin membuka rekening tabungan. Dengan teknologi ini dapat meningkatkan produktifitas dalam kinerja tabungan Easy Wadiah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Yusnizar Ilhamdi (BOSM Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie), Jumlah nasabah tabungan Easy Wadiah pada bebarapa tahun terakhir yaitu:

A R - R A N I R Y

Gambar 1. 1
Jumlah Pengguna Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah
Indonesia Cabang Blangpidie tahun 2021-2023



Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah yang membuka rekening tabungan Easy Wadiah mengalami fluktuasi. Dimana yang membuka rekening produk wadiah pada tahun 2021 berjumlah 780 nasabah, pada tahun 2022 berjumlah 860 nasabah, kemudian tahun 2023 berjumlah 1.000 nasabah, sehingga tahun terakhir mencapai 2.640 nasabah. Tentunya kenaikan ini tidak terlepas dari adanya kemauan dan keinginan masyarakat untuk memutuskan menggunakan produk tabungan Easy Wadiah.

Keputusan sendiri merupakan proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan-kemungkinan berupa kebutuhan yang digerakkan oleh rangsangan dari luar, dan di dorong untuk memenuhi kebutuhan tersebut, seseorang akan mencari informasi tentang objek yang bisa memuaskan

keinginannya. Kemudian, mengadakan penilaian terhadap informasi yang diperolehnya (Pahlevi, 2022).

Dari hal tersebut maka muncul persepsi dan minat nasabah dalam menggunakan tabungan Easy Wadiah. Persepsi adalah pengalaman yang dialami oleh setiap individu dalam memahami informasi sekitar melalui panca indra. Ini mencakup cara pandang atau ekspresi pemahaman hasil pemikiran, yang terkait dengan faktor-faktor eksternal yang direspon melalui panca indra, daya ingat, dan daya jiwa. Terjadinya persepsi dipengaruhi oleh pengalaman masa lampau dan sikap sekarang dari individu. Pengalaman tersebut bisa berasal dari tindakan di masa lalu atau diperoleh melalui pembelajaran. Persepsi terjadi ketika seseorang mengamati rangsangan dari lingkungan luar kemudian dipahami oleh otak. Dalam konteks bank syariah, persepsi mencakup proses pemahaman informasi tentang bank tersebut, termasuk melalui fasilitas produk dan sumber lainnya (Nurmanda, 2023).

Persepsi nasabah terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah tentunya sangat mempengaruhi bagaimana pola pikir dan bagaimana nasabah memandang tabungan Easy Wadiah. Hal ini juga ketika persepsinya bagus tentunya akan memberikan daya tarik untuk menggunakan tabungan Easy Wadiah. Ada faktor persepsi yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan tabungan Easy Wadiah, yaitu salah satunya minat.

Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas

memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat, kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. Sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah motivasi nasabah untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan keputusan (Juliana, 2021).

Dalam meningkatkan keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah persepsi menjadi salah satu bagian dari minat nasabah dalam mempengaruhi untuk menggunakan tabungan Easy Wadiah dikarenakan semakin besarnya anggapan dari nasabah bahwa dalam menggunakan tabungan Easy Wadiah akan lebih mempermudah dan meringankan biaya dibanding tabungan lainnya, hal ini dapat mempengaruhi atau mendorong nasabah untuk menggunakan tabungan Easy Wadiah.

Berdasarkan beberapa Penelitian Terdahulu yang relevan, diperoleh persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Kesamaan dari penelitian tersebut adalah keduanya sama-sama penelitian yang berkaitan dengan persepsi dan minat nasabah. Penelitian oleh Muarif (2021) menunjukkan bahwa persepsi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan Firdaus Pada Bank Aceh. Dengan nilai sebesar $2.180 > 1.984$, dan Minat secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

memilih tabungan Firdaus pada Bank Aceh sebesar $5.933 > 1.984$.

Melihat dari persepsi dan minat yang dapat mempengaruhi keputusan calon nasabah untuk menabung menggunakan tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia, maka penelitian ini berfokus pada pengaruh persepsi dan minat nasabah menabung terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian yaitu :
“PENGARUH PERSEPSI DAN MINAT NASABAH MENABUNG TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TABUNGAN EASY WADIAH (STUDY PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA CABANG BLANGPIDIE)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh persepsi nasabah terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah?
2. Bagaimana pengaruh minat nasabah terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah?
3. Bagaimana pengaruh persepsi, dan minat nasabah terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah.
2. Untuk mengetahui pengaruh minat nasabah terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi dan minat nasabah terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah.

1.1 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dalam penelitian ini adalah:

1. Mamfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan pengetahuan dalam bidang ekonomi dan bisnis islam, khususnya Perbankan syariah yang kemudian dapat digunakan sebagai bahan referensi dan dapat memberikan informasi teoritis bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penelitian tentang Pengaruh Persepsi dan Minat Nasabah Menabung Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Easy Wadiah (Study Pada PT. Bank syariah Indonesia Cabang Blangpidie).

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk memberikan informasi gambaran kajian perbankan syariah terutama dalam bidang kajian tentang Pengaruh Persepsi dan Minat Nasabah Menabung

Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Easy Wadiah (Study Pada PT. Bank syariah Indonesia Cabang Blangpidie), sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan acuan bagi peneliti selanjutnya.

b. Bagi Akademik

Sebagai bahan kajian dan informasi pendahuluan bagi penelitian di masa mendatang yang berkaitan dengan masalah ini.

1.2 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian ini dan agar mudah dipahami, maka diperlukan sistematika penulisan yang sederhana sehingga tidak terjadi kesulitan dalam membaca maupun memahami isi dari penelitian ini maka peneliti akan menyajikan sistematika pembahasan dari penelitian ini sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: Bab I dalam skripsi ini adalah awal dari skripsi yang berisi beberapa inti pembahasan. Di dalamnya terdiri dari latar belakang masalah yang menjadi dasar dari permasalahan penelitian ini, rumusan masalah adalah masalah-masalah yang akan dibahas, tujuan penelitian, dan mamfaat penelitian merupakan bagaimana tujuan dan mamfaat atas dilakukannya penelitian ini.

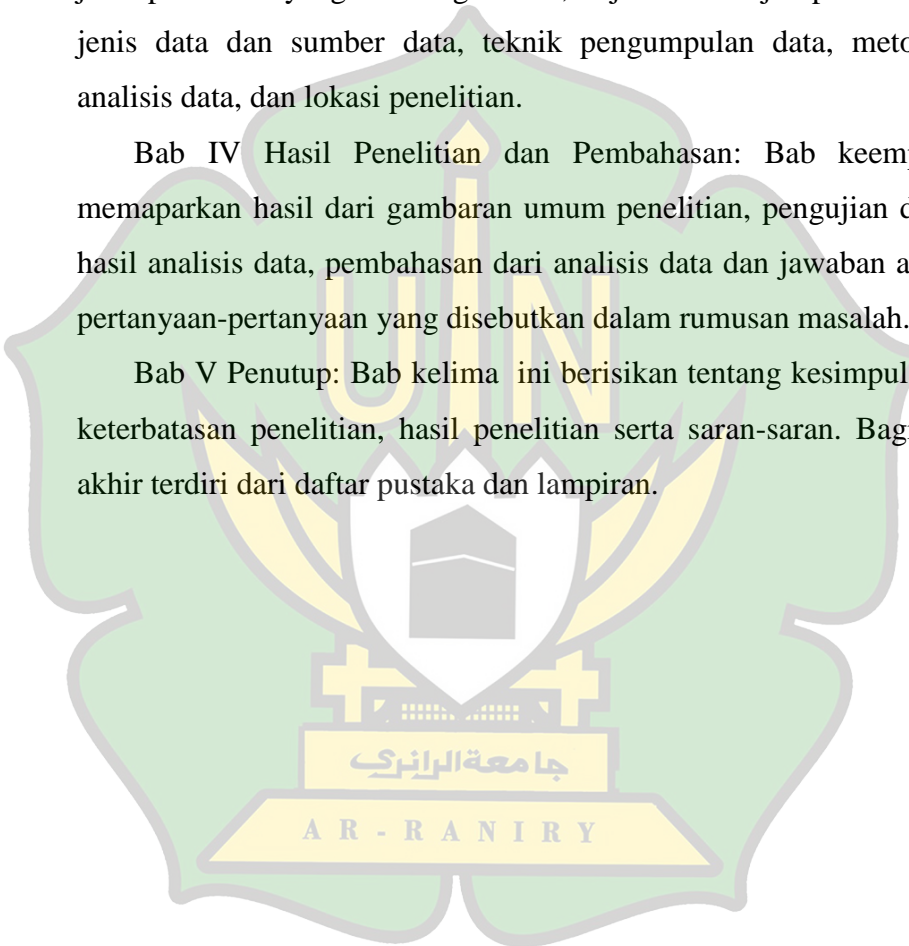
Bab II Landasan Teori: Bab kedua menjelaskan mengenai teori-teori yang berkenaa dengan penelitian yang dilakukan secara lebih detail. Bab ini juga mengurai hasil penelitian yang telah

dilakukan sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan dan kerangka pemikiran dari penelitian.

Bab III Metode Penelitian: Bab ketiga menjelaskan tentang jenis penelitian yang akan digunakan, objek dan subjek penelitian, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data, dan lokasi penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan: Bab keempat memaparkan hasil dari gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembahasan dari analisis data dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah.

Bab V Penutup: Bab kelima ini berisikan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, hasil penelitian serta saran-saran. Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka dan lampiran.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga mediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai islam, khususnya yang bebas dari bunga (riba). Bebas dari kegiatan spekulasi yang nonproduktif seperti perjudian (maysir), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai usaha yang halal. Bank syariah sering disamakan dengan bank syariah bank tanpa bunga. Bank tanpa bunga merupakan konsep yang lebih sempit dari bank syariah, ketika sejumlah instrument atau operasinya bebas dari bunga. Bank syariah selain menghindari bunga, juga secara aktif berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial (Yumanita, 2005).

Bank Syariah menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Bank syariah secara umum dapat diartikan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan layanan penyimpanan,

pembiayaan dan jasa lalu lintas pembayaran. Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, mengacu kepada ketentuan yang ada dalam Al-Quran dan hadits (Agustin, 2021).

Dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta pendanaan uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

Peran perbankan syariah sangat penting bagi perekonomian saat ini. Secara umum fungsi perbankan syariah sama dengan perbankan konvensional yaitu sebagai sektor keuangan perantara dan sektor riil. Sektor perbankan berperan dalam stabilitas dan tingkat pertumbuhan uang beredar dalam perekonomian. Kemampuan perbankan dalam mengelola dana publik dan menciptakan siklus bisnis yang sehat akan mendorong stabilitas sistem keuangan. Bisnis perbankan syariah mengalami pertumbuhan dilihat dari jumlah bank dan bank syariah yang terus meningkat (Basuki et al., 2020).

2.1.2 Peran dan Fungsi Bank Syariah

Seperti Bisnis pada umumnya yang dibangun untuk kebaikan umat, baik di dunia maupun akhirat, bank syariah tentu saja menjalankan tugasnya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Quran dan hadits.

Menurut (Wilardjo, 2005) disahkan Undang-Undang Perbankan Syariah nomor 21 Tahun 2008, semakin memperjelas

kekuatan hukum perbankan syariah. Dari hal tersebut bank syariah memiliki peran sebagai berikut:

1. Memurnikan operasional perbankan syariah sehingga dapat lebih meningkatkan kepercayaan masyarakat.
2. Meningkatkan kesadaran syariah umat Islam sehingga dapat memperluas segmen pangsa pasar perbankan syariah.
3. Menjalin kerja sama dengan para ulama karena bagaimanapun peran ulama, khususnya di Indonesia sangat dominan bagi kehidupan umat Islam.

Adapun fungsi utama bank syariah yaitu:

1. Penghimpunan dana masyarakat

Fungsi bank syariah yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank syariah mengumpulkan atau menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *al-wadiah* dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad *al-mudharabah*.

2. Penyalur dana kepada masyarakat

Bank syariah berperan penting dalam menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan, dengan persyaratan yang harus dipenuhi oleh peminjam sesuai ketentuan yang berlaku. Kegiatan menyalurkan dana ini menjadi aspek krusial bagi bank syariah, dan bank akan memperoleh keuntungan dari dana yang disalurkan sesuai dengan jenis

akad yang digunakan, seperti akad jual beli atau akad kemitraan/kerjasama usaha.

3. Pelayanan jasa bank

Bank syariah memberikan layanan jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan kegiatan mereka. Jenis layanan jasa yang diberikan oleh bank syariah meliputi pengiriman uang, pemindahan buku, penagihan surat berharga, dan sebagainya. Kegiatan layanan jasa diharapkan dapat meningkatkan pendapatan bank melalui biaya yang dikenakan atas pelayanan jasa. Beberapa bank berupaya meningkatkan teknologi informasi untuk memberikan layanan jasa yang memuaskan nasabah, yang diukur dari kecepatan dan ketepatan layanan. Nasabah mengharapkan layanan jasa bank yang cepat dan akurat, sehingga bank syariah bersaing untuk berinovasi guna meningkatkan kualitas produk layanan mereka. Dengan pelayanan jasa tersebut, bank syariah memperoleh imbalan berupa pendapatan berbasis biaya (*fee based income*).

2.1.3 Produk Bank Syariah

1. Tabungan Easy Wadi'ah

Tabungan Easy wadiah adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (*Saving Account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakainya (Adiwarman, 2004). Tabungan wadiah dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni

yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat. Dalam tabungan wadiah, apabila si penitip barang dimaksud, memberi izin kepada bank untuk memanfaatkan barangnya, maka sebagai konsekuensi dari titipan tersebut, bila pihak bank (pengelola) memperoleh penghasilan atas pengelolaan dimaksud, keuntungan atau laba tersebut sepenuhnya adalah milik bank. Kemudian bank atas kehendaknya sendiri tanpa perjanjian dan *understanding* dimuka, dapat memberikan bonus kepada nasabahnya (Zainudin, 2008).

2. Tabungan Mudharabah

Tabungan mudharabah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad mudharabah (Pangestika, 2017). Tabungan mudharabah adalah simpanan yang diambil kapan saja dimana penyimpanan dana disebut sebagai shahibul maal (pemilik dana) sedangkan bank sebagai mudharib (pengelola dana). Dari hasil pengelolaan dana mudharabah, bank syariah akan membagi hasil kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Dalam mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun, apabila yang terjadi adalah kesalahpahaman manajemen terkait pengelolaan, bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut (Sudarsono, 2004).

2.2 Keputusan Penggunaan Produk

2.2.1 Definisi Keputusan Penggunaan Produk

Muharam dan soliha (2017) menyatakan bahwa keputusan penggunaan adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan menggunakan, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan penggunaan adalah proses pengintergrasi yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Kuheba et al., 2020).

Finanda (2017) menyatakan bahwa keputusan penggunaan adalah kegiatan dimana yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Jamilah dan Hadi (2018) menyatakan bahwa keputusan penggunaan merupakan proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk menggunakan salah satu produk atau jasa diantara berbagai macam alternatif pilihan. keputusan penggunaan adalah tahap penilaian keputusan menyebabkan konsumen membentuk pilihan mereka dia antara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan. keputusan penggunaan merupakan serangkaian kegiatan konsumen guna menggunakan atau tidak menggunakan produk berdasarkan dengan pertimbangan tertentu. (Khalifah et al., 2021)

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Produk

Keputusan yang telah dipilih seseorang merupakan keputusan terbaik dari beberapa alternatif pilihan yang disediakan. Termasuk dalam memutuskan menggunakan tabungan, dalam hal ini tabungan easy wadiah sebagai alternatif dalam bidang transaksi keuangan berbentuk tabungan.

Menurut Pride and Ferrel dalam buku Perilaku Konsumen (2013) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu:

- a. Faktor pribadi
 1. Faktor Demografi
 2. Faktor situasional
 3. Faktor tingkat keterlibatan
- b. Faktor psikologis
 1. Motif
 2. Persepsi
 3. Kemampuan dan pengetahuan
 4. Sikap
 5. Kepribadian
- c. Faktor sosial
 1. Peran dan pengaruh keluarga
 2. Kelompok referensi
 3. Kelas sosial
 4. Budaya dan subbudaya

Dari faktor-faktor yang disebutkan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan didasarkan pada tiga faktor berbeda yang masing-masing dapat mempengaruhi. Faktor pribadi terdiri dari demografi, situasional, dan tingkat keterlibatan. Faktor psikologis berdasarkan pada motif, persepsi, kemampuan dan pengetahuan, sikap, serta kepribadian. Kemudian faktor sosial yang terdiri dari peran dan pengaruh keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, budaya dan sub budaya.

2.2.3 Proses Keputusan Penggunaan Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016) model tahapan dari proses penggunaan melalui lima tahap:

1. Pengenalan kebutuhan

Dimulai ketika pembeli menyadari adanya masalah/kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat dipicu oleh stimuli internal maupun eksternal.

2. Pencarian informasi

Ketika seorang konsumen yang tergerak oleh stimuli akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi. Keadaan pencarian informasi yang lebih ringan disebut perhatian yang memuncak (*heightened attention*).

3. Evaluasi alternative

Yaitu bagaimana konsumen memproses informasi mengenai merek yang bersaing dan membuat pertimbangan akhir mengenai nilainya. Konsumen memandang setiap produk

sebagai sekumpula atribut (*a bundle of attributes*) dengan kemampuan yang berbedabeda dalam memberikan manfaat yang dicari dan memuaskan kebutuhan tersebut.

4. Keputusan pembelian Yaitu dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan.
5. Pengenalan kebutuhan
Dimulai ketika pembeli menyadari adanya masalah/kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan actual dengan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat dipicu oleh stimuli internal maupun eksternal.
6. Pencarian informasi Ketika seorang konsumen yang tergerak oleh stimuli akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi. Keadaan pencarian informasi yang lebih ringan disebut perhatian yang memuncak (*heightened attention*).
7. Evaluasi alternatif Yaitu bagaimana konsumen memproses informasi mengenai merek yang bersaing dan membuat pertimbangan akhir mengenai nilainya. Konsumen memandang setiap produk sebagai sekumpulan atribut (*a bundle of attributes*) dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari dan memuaskan kebutuhan tersebut.
8. Keputusan pembelian Yaitu dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan.

9. Perilaku purna beli Setelah membeli produk konsumen akan merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Konsumen juga akan melakukan tindakan purnabeli dan menggunakan produk tersebut.

2.2.4 Indikator Keputusan Penggunaan Produk

Menurut Kotler & Armstrong (2013) indikator keputusan penggunaan adalah sebagai berikut:

1. Kemantapan menggunakan setelah mengetahui informasi produk.
2. Memutuskan menggunakan karena produk yang paling disukai.
3. Menggunakan karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
4. Menggunakan karena mendapat rekomendasi dari orang lain.

2.2.5 Keputusan Dalam Islam

Menurut Muhammad Syakir Sula dalam sebuah pekerjaan berdasarkan niat dan tujuan yang ingin dicapai. Perusahaan melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan tujuan memperoleh keuntungan. Namun, dalam prinsip hukum syariah, pemasaran ini harus dilandasi dengan semangat beribadah kepada Tuhan Yang Maha Esa, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kolektif atau kepentingan pribadi (Herman et al., 2006).

Menurut pandangan Islam, ketika berbicara tentang pengambilan keputusan tidaklah semata-mata hanya berpatokan

kepada perkembangan dari sisi material suatu organisasi saja. Namun harus mampu melihat sisi yang lainnya, seperti yang diajarkan Islam tentang hablumminallah (hubungan baik dengan Allah), hablumminannas (hubungan baik dengan manusia), dan yang terakhir adalah hablumminal-alam (hubungan baik dengan alam) (Rismanto 2016).

Keterlibatan dalam proses apapun Allah SWT melarang umatnya dalam kerugian, seperti halnya dalam aktifitas pembelian. Manusia harus dapat membedakan antara kebutuhan dengan keinginan, antara yang baik dan yang buruk. Hal ini juga dibenarkan firman Allah SWT dalam surah:

QS Al-Maidah ayat 100:

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْحَيْثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْحَيْثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ قُلْ لَا يَسْتَوِي الْحَيْثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْحَيْثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠٠﴾

Artinya: *Katakanlah (Muhammad), “Tidaklah sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya keburukan itu menarik perhatianmu, maka bertakwalah kepada Allah wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat, agar kamu beruntung” (QS. Al-Maidah : 100).*

Ayat di atas menjelaskan bahwa dalam memilih keputusan pembelian hendaknya memeriksa informasi yang kita dapat dengan teliti dan kehati-hatian, serta menilai apakah produk tersebut

memberikan manfaat atau justru mendatangkan kemudharatan, sebagai konsumen dapat memutuskan untuk membeli atau tidak produk tersebut. Ini dilakukan agar konsumen tidak merasa dirugikan dan merasa puas.

2.3 Persepsi

2.3.1 Pengertian Persepsi

Istilah persepsi berasal dari bahasa Inggris "perception" yang dapat diartikan sebagai penglihatan atau tanggapan daya memahami atau menanggapi (Wiwien et al., 2018). Persepsi pada dasarnya adalah cara pikiran seseorang mengolah informasi dari lingkungan mereka, melalui panca indera seperti penglihatan, pendengaran, perasaan, dan penciuman. Penting untuk diingat bahwa persepsi adalah interpretasi subjektif tentang situasi, bukan pencatatan objektif (Fitriana et al., 2022).

Persepsi adalah suatu proses kognitif yang memungkinkan kita untuk menginterpretasikan dan memahami lingkungan sekitar kita. Dalam konteks lembaga keuangan, terutama perbankan, persepsi yang dimiliki oleh nasabah terhadap kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan oleh bank. Ketika nasabah merasa puas, mereka cenderung akan kembali menggunakan layanan dari bank tersebut, baik dalam bentuk simpanan maupun pembiayaan (Harun et al., 2022).

Menurut (Israk et al., 2021) persepsi adalah salah satu aspek yang penting bagi manusia dalam mengenali dan memberi arti pada informasi yang datang dari lingkungan sekitar mereka. Proses ini dimulai dengan penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan antar gejala, yang kemudian mengalami proses persepsi, yang mencakup proses psikologis dan akhirnya membentuk informasi yang diinterpretasikan. Persepsi adalah proses dimana stimuli dipilih, diatur, dan diartikan. Penting untuk dicatat bahwa persepsi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor fisik, tetapi juga oleh lingkungan dan keadaan individu. Sumber informasi juga berasal dari objek sekitar lingkungan tersebut.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses pengamatan yang dialami oleh individu terhadap suatu objek dengan kemampuan alat indera sehingga memberikan gambaran yang berbeda dan dapat menyimpulkan informasi dalam menangkap stimulus/objeknya.

2.3.2 Jenis Persepsi

Menurut Mulyana (2015) persepsi terbagi menjadi dua, yaitu: persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia atau sosial. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks karena manusia bersifat dinamis. Kedua jenis persepsi ini memiliki perbedaan yaitu:

- a. Persepsi terhadap objek melalui lambing-lambang fisik, sedangkan terhadap manusia melalui lambing-lambang verbal

dan nonverbal. Manusia lebih efektif daripada kebanyakan objek yang lebih sulit diramalkan.

- b. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya).
- c. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat dari pada persepsi terhadap objek.

2.3.3 Unsur Dalam Persepsi

Terdapat dua unsur yang mempengaruhi persepsi, yakni persepsi dari luar dan dari dalam. Yang mempengaruhi persepsi diantaranya adalah sebagai berikut (Jaya & Suharso,2018):

- a. Unsur eksternal atau dari luar

1. Concreteness

Wujud atau gagasan yang abstrak dan sulit dijelaskan dibandingkan dengan objektif.

2. Novelty

Hal yang baru, biasanya lebih menarik untuk dipersepsikan dibandingkan dengan hal – hal yang lalu.

3. Velocity

Percepatan misalnya gerak yang cepat untuk mestimulasi munculnya efektif dibandingkan dengan gerakan yang lambat.

4. *Conditional stimuli*

Stimuli yang diartikan sebagai bel pintu yaitu rangsangan.

b. Unsur internal atau dari dalam

1. *Motivation*

Misalnya merasa lelah menstimulasi untuk berespon atau beristirahat.

2. *Interest*

Hal-hal yang menarik lebih diperhatikan daripada yang tidak menarik.

3. *Need*

Kebutuhan hal tertentu menjadi pusat perhatian.

4. *Assumptions*

Juga mempengaruhi persepsi sesuai dengan pengalaman melihat, merasakan dan lain-lain.

2.3.4 Proses Persepsi

Proses tidak akan terlepas dari proses penginderaan pada suatu peristiwa yang diterima individu sebagai penghubung antara dunia eksternal terhadap individu itu sendiri. Proses persepsi merupakan suatu yang terjadi dalam tahap-tahap sebagai berikut (Dwiyanti & Purnaningsih, 2022):

1. Tahap pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kelamaan atau proses fisik, merupakan proses ditangkapnya suatu stimulus oleh alat indra manusia.

2. Tahap kedua, merupakan tahap yang dimkenal dengan proses diteruskannya stimulus yang diterima oleh reseptor (alat indera) melalui saraf-saraf sensoris.
3. Tahap ketiga, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses psikologi, merupakan proses timbulnya kesadaran individu tentang stimulus yang diterima reseptor.
4. Tahap keempat, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan dan perilaku.

Proses terbentuknya berdasarkan pada beberapa tahapan, yaitu (Dwiyanti & Purnaningsih,2022):

1. Stimulus atau rangsangan terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya.
2. Registrasi dalam proses registrasi, suatu gejala yang Nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudia mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepada tersebut.
3. Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi tersebut bergantung pada cara pendalam, motivasi dan kepribadian seseorang.

2.3.5 Indikator – Indikator Persepsi

Adapun indikator persepsi adalah sebagai berikut:

a. Tanggapan (respon)

Yaitu gambaran tentang sesuatu yang ditinggal dalam ingatan setelah melakukan pengamatan atau setelah berfantasi. Tanggapan disebut pula kesan, bekas atau kenangan. Tanggapan kebanyakan berada dalam ruang bawah sadar atau pra sadar.

b. Pendapat

Dalam bahasa harian disebut sebagai: dugaan, perkiraan, sangkaan, anggapan, pendapat subjektif “perasaan”.

c. Penilaian

Bila mempersepsikan sesuatu maka kita memilih pandangan tertentu tentang hal yang dipersepsikan. Sebagaimana yang dikutip oleh Renato Tagulisi dalam bukunya Alo Liliwery yang berjudul Persepsi Teoritis, Komunikasi Antar Pribadi, menyatakan bahwa persepsi seseorang mengacu pada proses yang membuatnya menjadi tahu dan berfikir, menilai sifat-sifat kualitas dan keadaan internal seseorang.

2.3.6 Persepsi dalam Islam

Persepsi dalam pandangan Islam adalah suatu proses kognitif yang dialami individu dalam memahami informasi baik melalui panca indera, seperti mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan, dan pemahaman dengan indera mata maupun pemahaman dengan hati dan akal. Ada faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi,

yaitu faktor perhatian yang meliputi faktor eksternal dan internal, faktor fungsional dan faktor struktural (Novinggi, 2019).

Proses persepsi didahului dengan proses penerimaan stimulus pada reseptor, yaitu indera. Fungsi indera manusia sendiri tidak langsung berfungsi setelah ia lahir, akan tetapi ia akan berfungsi sejalan dengan perkembangan fisiknya. Sehingga ia dapat merasa atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh eksternal yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang akhirnya membentuk persepsi dan pengetahuannya terhadap alam luar (Najati, 2005).

Proses persepsi dilalui dengan proses penerimaan stimulus pada reseptor yaitu indera, yang tidak langsung berfungsi setelah dia lahir, tetapi akan berfungsi sejalan dengan perkembangan fisiknya. Didalam Al-Qur'an terdapat beberapa ayat yang maknanya berkaitan dengan panca indera yang dimiliki manusia, antara lain:

QS. An-Nahl ayat 78:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ
وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾
جامعة الرانيري
AR-RANIRY

Artinya: “Dan allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, dan Dia memberimu pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, agar kamu bersyukur”. (Q.S An-Nahl : 78)

QS. As-Sajdah ayat 9, yaitu:

ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِنْ رُوحِهِ ۚ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا

تَشْكُرُونَ ﴿٩﴾

Artinya: “Kemudian dia menyempurnakannya dan meniupkan roh (ciptaan)-Nya ke dalam (tubuh) nya dan Dia menjadikan pendengaran, penglihatan, dan hati bagimu, (tetapi) sekali kamu bersyukur” (Q.S As-Sajdah : 9).

Ayat tersebut memberikan gambaran bahwa manusia dilahirkan dengan tidak mengetahui sesuatu apapun, maka Allah melengkapi manusia dengan alat indera untuk manusia sehingga manusia dapat merasa atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh luar yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang berbeda sifatnya antara satu dengan yang lainnya. Dengan alat indera tersebut, manusia akan mengenali lingkungannya dan hidup di dalam lingkungan tersebut.

Dalam pemasaran, persepsi lebih penting daripada realitas, karena persepsi nasabah mempengaruhi perilaku aktual nasabah. Pemahaman terhadap persepsi dan proses yang mempengaruhi sangat penting bagi pemasar dalam upaya membentuk persepsi yang tepat. Terbentuknya persepsi yang tepat pada nasabah menyebabkan mereka mempunyai kesan dan memberikan penilaian yang tepat. Jika nasabah mempersepsikan bahwa produk kita memiliki keunggulan yang berbeda dengan produk lain dan

keunggulan itu sangat berarti, maka mereka akan memilihnya, meskipun sebenarnya produk tersebut relatif mirip dengan yang lainnya (Oktaviana, 2020).

2.4 Minat Nasabah

2.4.1 Pengertian Minat

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan. Minat adalah sebagai suatu keadaan dimana seseorang memiliki perhatian yang besar terhadap objek yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari hingga akhirnya membuktikan lebih lanjut tentang objek tersebut (Rahma, 2017).

Menurut Nurfitriani & Ulfa (2021) minat adalah ketertarikan yang mampu menciptakan perasaan senang, tertarik, dan kebahagiaan. Minat dapat mengungkapkan dirinya dalam berbagai bentuk, seperti membangkitkan perasaan positif terhadap hal tertentu. Minat berasal pada diri seseorang dan juga melibatkan penghayatan, yang mendorong keinginan dan tindakan untuk meraih apa yang diinginkan.

Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan atau menjadi pelanggan bank dalam hal keuangan (Nasution, 2015). Arti nasabah pada lembaga perbankan sangat penting. Nasabah itu sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. Oleh karena itu bank harus dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat diputar oleh bank yang

nantinya disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank.

2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Menurut David (2020) Faktor yang mempengaruhi minat seseorang adalah:

1. Pengetahuan, yaitu segala sesuatu yang dipelajari dan dipahami oleh seseorang yang dapat memberikan pengaruh dalam mengambil keputusan.
2. Promosi, merupakan faktor penting bahkan dominan menentukan minat seorang calon nasabah. Bank syariah belum dikenal oleh masyarakat luas seluruhnya seperti Bank Konvensional, maka dari itu penyampaian informasi dari promosi yang dilakukan harus efektif dan efisien serta memiliki ciri khusus keunggulan agar warga masyarakat dapat tertarik untuk menjadi nasabah.
3. Jenis produk, misalnya apakah produk yang disediakan sudah tepat dengan keinginan dan kebutuhan calon nasabah atau tidak, maka hal ini juga dikatakan faktor yang cukup berpengaruh terhadap minat atau tidaknya seorang calon nasabah menjadi nasabah.
4. Reputasi, biasanya diperoleh dari informasi yang didapatkan dari orang lain (nasabah) yang pada akhirnya akan menjadi referensi seseorang dalam mengambil keputusan (calon nasabah).

2.4.3 Indikator Minat Menabung

Menurut Maharani (2020) indikator – indikator yang digunakan untuk mengukur minat adalah:

a. Ketertarikan

Dalam hal ini ketertarikan menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.

b. Keinginan

Ditujukan dengan adanya dorongan unuk memiliki.

c. Keyakinan

Ditunjukkan dengan adanya rasa percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan.

Selain itu menurut A Guntara (2020) adapun beberapa indikator minat menabung adalah sebagai berikut :

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk
2. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
4. Minat eksploratif, minan ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.5 Minat dalam islam

Hurlock (2004) Berpendapat bahwa minat merupakan sumber motivasi yang mendorong untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, minat pun berkurang. Setiap minat memuaskan suatu kebutuhan dalam kehidupan seseorang, walaupun kebutuhan ini tidak segera tampak bagi orang lain. Semakin kuat kebutuhan ini, semakin kuat dan bertahan pada minat tersebut.

Minat dalam perspektif Islam adalah Al-Qur'an dalam bagian utama dari Surah Al-Alaq yang berarti "Bacalah" yang mengajarkan kita untuk membaca, pentingnya membaca tidak hanya membaca sebuah buku atau dari perspektif berbasis teks, namun di samping itu, semua sudut pandang apakah itu meneliti cakrawala jasad yang merupakan indikasi kekuasaannya kita bisa memahami apa yang benar-benar menarik minat kita dalam hidup ini.

Pandangan lain tentang minat adalah suatu keadaan di mana seseorang tertarik pada sesuatu dan berkeinginan untuk belajar lebih banyak, mengetahui, dan terus membuktikan diri. Oleh karena itu, minat adalah dorongan seseorang untuk melakukan sesuatu atau menggunakannya tanpa dorongan orang lain.

2.6 Penelitian Terkait

Dalam studi literatur ini penulis mencantumkan beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh beberapa pihak, sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh penulis.

Tabel 2. 1
Penelitian terdahulu

No	Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1.	Nurul Fijriah (2018) <i>"Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah"</i>	Kuantitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya berdasarkan hasil uji R^2 , 69,2% variabel persepsi (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y) mahasiswa menabung di bank syariah.
2.	Syahrizal (2020) <i>"Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat menabung Di BRI Syariah KCP Ponorogo"</i>	Kuantitatif	Secara parsial diperoleh hasil variabel Kualitas Produk (X1) thitung sebesar 4,141 > ttabel 1,984. Hal ini berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap minat menabung nasabah. Variabel kualitas pelayanan (X2) diperoleh thitung sebesar 5,666 > ttabel 1,984, hal ini berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah. Hasil dari Uji Ftest menunjukkan bahwa Fhitung (34,689) > Ftabel (3,09), hal ini berarti bahwa kualitas produk dan

			kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo.
3.	<p>Sarah Mardhatillah (2022)</p> <p><i>"Pengaruh pengetahuan produk tabungan easy (Wadiah & Mudharabah) Bank Syariah Indonesia terhadap keputusan menabung masyarakat RT 002/002 kelurahan gandaria selatan."</i></p>	Kuantitatif	<p>Penentuan sampel penelitian dengan teknik purpose sampel yaitu sebanyak 77 responden. setelah diketahui dari Hasil Uji Parsial menerangkan bahwa ada pengaruh signifikan antara Respon Pengetahuan Produk Tabungan Easy Bank Syariah Indonesia dan Keputusan Menabung Masyarakat RT. 002 / 02 Kelurahan Gandaria Selatan, Jakarta Selatan. Telah dihasilkan pula dalam analisis regresi sederhana Uji Determinasi R^2 sebesar 43,6% dan sisanya 56,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.</p>
4.	<p>RA Fitriyani (2023)</p> <p><i>"Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah wilayah sragen dalam penggunaan produk tabungan easy wadiah pada bank syariah Indonesia"</i></p>	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Word of mouth berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah wilayah Sragen dalam penggunaan produk tabungan Easy Wadi'ah pada Bank Syariah Indonesia. Secara simultan Digital Marketing, Brand Image, Word of Mouth, dan Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah wilayah Sragen dalam penggunaan produk tabungan Easy Wadi'ah Pada</p>

			Bank Syariah Indonesia.
5.	Dwi, S. (2023) <i>"Pelayanan, promosi, dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung produl al-wadi'ah di Bank Syariah (studi pada nasabah di BSI KCP kedaton Bandar Lampung)"</i>		Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara persial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah, Sedangkan variabel Promosi dan Pengetahuan tidak memiliki pengaruh secara Parsial. Dan Variabel Kualitas Pelayanan Promosi dan Pengetahuan tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung produk Al-Wadi'ah di Bank Syariah.

Dari penelitian di atas terdapat kesamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan karakteristik yang *relative* sama dalam hal tema, kajian, meskipun bebrbda dalam kriteria subjek, jumlah, posisi, variabel penelitian, dan metode analisis. Seperti penelitian yang dilakukan oleh:

1. Nurul Fajriah (2018) yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu dari segi pengambilan variabel pengaruh persepsi dan minat. Adapun yang membedakan dengan penelitian ini terletak pada variabel Y, dan perbedaan selanjutnya lokasi tempat penelitian.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Syahrizal (2020) kita bisa melihat bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas

layanan terhadap minat menabung. persamaan pada penelitian ini terletak pada minat menabung.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Sarah Mardhatillah memiliki kesamaan pengaruh signifikan antara Respon Pengetahuan Produk Tabungan Easy Bank Syariah Indonesia dan Keputusan Menabung Masyarakat RT. 002.
4. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh RA Fitriyani menyatakan bahwa Word of mouth berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah ,
5. Sedangkan penelitian oleh Dwi. S (2023) mempunyai kesamaan bahwa pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan menabung.

2.7 Keterkaitan Antar Variabel

2.7.1 Pengaruh persepsi terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah

Pengaruh adalah upaya sadar untuk memanipulasi atau membujuk orang lain agar bersedia melakukan sesuatu yang sebelumnya tidak mereka lakukan (Robbins et al., 2009). Sedangkan persepsi adalah tanggapan atau gambaran langsung dari suatu serapan seseorang dalam mengetahui beberapa hal melalui panca indera. Dalam pengertian ini jelas, bahwa persepsi adalah kesan gambaran atau tanggapan yang dimiliki seseorang setelah orang tersebut menyerap untuk mengetahui beberapa hal (objek), melalui panca indera (Rofiq, 2015).

Menurut Schiffman dan Leslie (2004), menyatakan bahwa proses keputusan penggunaan adalah ketika individu berada pada pilihan antara membeli atau tidak membeli, memilih antara merek X atau merek Y, atau menggunakan barang A atau barang B, maka individu tersebut dikatakan dalam keadaan proses pengambilan keputusan. Sedangkan, menurut Kotler dan Kevin dalam Burhanuddin (2010:32), keputusan konsumen untuk membeli produk dipengaruhi oleh persepsi yang dimiliki terhadap produk yang akan dibelinya.

2.7.2 Pengaruh minat terhadap keputusan penggunaan tabungan easy wadiah

Minat adalah keadaan emosi yang ditujukan kepada sesuatu, yaitu kondisi kejiwaan seseorang untuk dapat menerima atau melakukan sesuatu objek atau kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan (Anwar 2008).

Minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Ini memperlihatkan bahwa minat sangat menentukan bagi konsumen untuk menggunakan atau tidak. Menurut Maghfiroh (2016) tahap kecenderungan responden untuk melakukan suatu tindakan sebelum benar-benar memutuskan untuk melakukan penggunaan disebut dengan minat. Minat untuk melakukan penggunaan dapat muncul akibat dari adanya rangsangan (stimulus) yang ditawarkan oleh perusahaan. Masing-masing stimulus tersebut dirancang untuk mempengaruhi tindakan penggunaan oleh konsumen.

2.7.3 Pengaruh persepsi dan minat terhadap keputusan penggunaan tabungan easy wadiah

Persepsi yang dibentuk oleh konsumen mendorong konsumen untuk memilih dan melakukan proses pengambilan keputusan. Jika konsumen memiliki kesan positif terhadap produk yang ditawarkan perusahaan maka hal tersebut akan mendorong seseorang untuk menggunakan jasa tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktavianus Taroreh, Rotinsulu Jopie Jorie dan Rudy Wenas tahun 2015, dengan judul “Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Jasa Asuransi Jasindo Manado”, dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

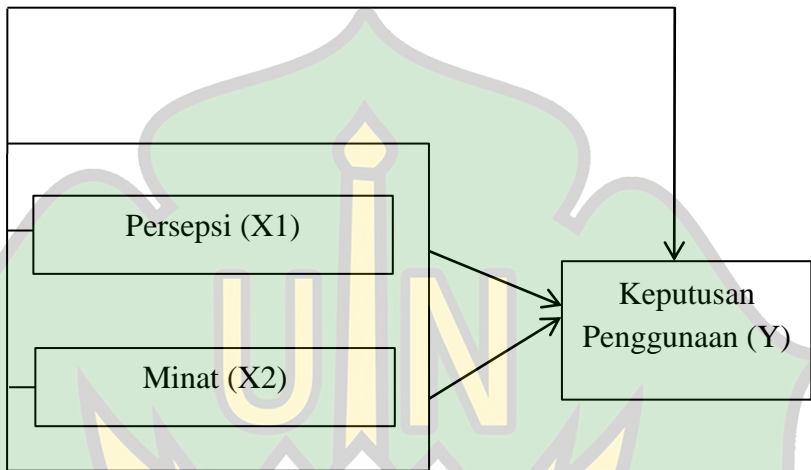
Peter & Olson (2010) menjelaskan bahwa keputusan penggunaan adalah proses dilakukannya kombinasi menyeluruh mengenai pengetahuan yang sudah didapatkan oleh konsumen sebagai pertimbangan untuk memilih dua atau lebih alternatif yang nantinya bisa memutuskan suatu produk untuk digunakan. Kaitan minat beli terhadap keputusan penggunaan didukung dengan penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Sari (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa minat beli memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan.

2.8 Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah

diidentifikasi sebagai masalah yang penting, berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini (Sugiyono, 2019).

Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran



Sumber : Data Diolah (2023)

2.9 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang anda berikan baru didasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum

jawaban yang empiris. (Sugiyono 2019). Hipotesis yang di ajukan penelitian ini adalah:

1. H_0 = Persepsi (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie.

H_a = Persepsi (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie.

2. H_0 = Minat (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie.

H_a = Minat (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie.

3. H_0 = Persepsi (X_1) dan Minat (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie.

H_a = Persepsi (X_1) dan Minat (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Asosiatif kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, untuk melihat pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat positivistic digunakan pada populasi atau sampel tertentu.

3.1.2 Lokasi dan Tempat

Penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie yang berlokasi di Jl. Persada, Kedai Sibbleh, Kecamatan Blangpidie, Kabupaten Aceh Barat Daya. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie.

3.1.3 Waktu

Waktu penelitian pada penelitian ini dilakukan dari bulan April sampai dengan bulan Mei 2024.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini merupakan wilayah yang ini diteliti oleh peneliti. Sugiyono (2017) menjelaskan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie sebanyak 9.745 orang, sedangkan nasabah yang menggunakan tabungan Easy Wadiah berjumlah 2.640 Orang (BOSM Cabang Blangpidie). Jadi, yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah 2.640 orang nasabah yang menggunakan tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan Quota sampling. Menurut (Sugiyono, 2013) *Quota sampling* merupakan metode pengambilan sampel dari kelompok orang atau yang memiliki karakteristik khusus hingga mencapai

jumlah yang diinginkan (kuota). Adapun karakteristik yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Nasabah Bank Syariah Indonesia.
- b. Nasabah yang menggunakan tabungan Easy Wadiah.

Dalam menentukan ukuran sampel, peneliti akan menggunakan pendekatan Slovin yaitu:

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

Keterangan rumus slovin:

- n : Ukuran sampel/jumlah responden
N : Ukuran populasi
e : error level (tingkat kesalahan)

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

Jumlah populasi penelitian ini adalah 2.640 nasabah sehingga persentase kelonggarannya adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian dengan perhitungan ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{2.640}{1+2.640 \cdot (10\%)^2} = \frac{2.640}{1+2.640 \cdot (0,01)} = \frac{2.640}{1+26,4} = 96,35 = 96$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka banyaknya sampel dalam penelitian ini dibulatkan 100 nasabah yang akan dijadikan responden dalam penyebaran kuesioner.

3.3 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer yaitu data yang berasal dari sumber pertama, baik individu maupun perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasanya dilakukan oleh seorang peneliti (Sugiyono, 2018). Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang digikan kepada seluruh responden. Secara langsung dari sumber datanya. Data primer penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yaitu Nasabah yang menggunakan tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia cabang Blangpidie.

3.4 Tehnik Pengumpulan data

3.4.1 Kuesioner

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan kuesioner, Sugiyono (2017) mendefinisikan kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tau apa yang bisa diharapkan dari responden. Pada penelitian ini peneliti akan menyebar kuesioner tersebut pada responden dengan elektronik, yaitu *google form*. Maka peneliti akan menyebar *link google form* pada nasabah melalui *social media* yaitu *Whatsapp* secara personal maupun Grup *Whatsapp* kepada responden yang telah ditentukan jumlahnya.

3.4.2 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan upaya yang dilakukan dalam penelitian untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan dokumen-dokumen yang tersedia sebagai sumber informasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Safitri, 2022). Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah. Dokumen yang dilakukan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie.

3.4.3 Skala Pengukuran

Pengukuran instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pengukuran skala likert, yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberi

skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (*item positif*) atau tidak mendukung pernyataan (*item negative*). Dengan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2019).

Tabel 3. 1
Skala pengukuran Data

N0	Pilihan jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2017)

3.5 Operasional Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Terikat (dependen)

Variabel terikat (dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Keputusan Penggunaan tabungan Easy Wadiah (Y).

3.5.2 Variabel Independen

Variabel independen yaitu variabel bebas yang dapat mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau munculnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini peneliti menjabarkan dua variabel independen yaitu: Persepsi (X1), Minat (X2)

Tabel 3. 2
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi variabel	Indikator	Skala
1.	Persepsi (XI)	Persepsi adalah suatu proses kognitif yang memungkinkan kita untuk menginterpretasikan dan memahami lingkungan sekitar kita. Dalam konteks lembaga keuangan, terutama perbankan, persepsi yang dimiliki oleh nasabah terhadap kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan oleh bank, ketika nasabah merasa puas, mereka cenderung akan kembali menggunakan layanan dari bank tersebut, baik dalam bentuk simpanan maupun pembiayaan (Harun et al., 2022).	Adapun indikator dari persepsi adalah sebagai berikut: a. Tanggapan (respon) b. Pendapat c. Penilaian	Interval
2.	Minat (X2)	Menurut Nurfitriani & Ulfa Hidayati (2021) minat adalah	Menurut Maharani (2020) indikator – indikator yang	Interval

		<p>ketertarikan yang mampu menciptakan perasaan senang, tertarik, dan kebahagiaan. Minat dapat mengungkapkan dirinya dalam berbagai bentuk, seperti membangkitkan perasaan positif terhadap hal tertentu. Minat berasal pada diri seseorang dan juga melibatkan penghayatan, yang mendorong keinginan dan tindakan untuk meraih apa yang diinginkan.</p>	<p>digunakan untuk mengukur minat adalah:</p> <p>a. Ketertarikan b. Keinginan c. Keyakinan</p>	
3.	Keputusan Penggunaan (Y)	<p>Jamilah dan Hadi (2018) menyatakan bahwa keputusan penggunaan merupakan proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk menggunakan salah satu produk atau jasa diantara berbagai macam alternatif pilihan.</p>	<p>Menurut (Kloter & Armstrong, 2013) indikator keputusan penggunaan adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan menggunakan setelah mengetahui informasi produk. 2. Memutuskan menggunakan karena produk paling disukai 3. Menggunakan 	Interval

			karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Menggunakan karena mendapat rekomendasi dari orang lain.	
--	--	--	--	--

Sumber Data diolah, 2023

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen

Pada dasarnya peneliti akan melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrument penelitian. Jadi instrument yang digunakan mengukur alam maupun sosial yang diamati (sugiyono, 2018)

3.6.2 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2017) Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validasi dilakukan dengan membandingkan nilai r -hitung dari hasil output dengan r -tabel yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25, dimana jika r -hitung $>$ r table maka dinyatakan tidak valid.

3.6.3 Uji Realibilitas

Menurut Ghozali (2017) Realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel atau kongsruk. Suatu kuesioner dikatakan relibel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dan stabil. Butir kuesioner dikatakan relibel (layak) jikan croncbach'alpha > 0,60 dan dikatakan tidak relibel jika croncbach' alpha < 0,60 .

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki distribusi normal baik variabel terikat maupun variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Penelitian ini melakukan uji normalitas data dengan melihat nilai signifikan di bagian Kolmogorov-Smirmov atau Shapiro-Wilk dari dalam tabel Test Of Normality. Dalam uji normalitas, peneliti menggunakan nilai signifikan di bagian Kolmogorov-Smirmov karena data yang diuji lebih kecil dari 50, peneliti menggunakan nilai signifikan di bagian Shapiro-Wilk (Ghozali,2018).

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi diantara variabel bebas (Independent) pada model regresi yang ditentukan. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk

mengetahui apakah terdapat variabel dependent yang menunjukkan kemiripan antar variabel dependen dalam satu model. Kesamaan antar variabel Independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel Independent terhadap variabel dependen. Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila terdapat nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) > 10 (Ghozali, 2018).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menunjukkan bahwa varians dari setiap variable sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Metode uji yang digunakan adalah metode Glejser. Metode tersebut dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya (e) dimana:

1. Nilai probabilitas signifikansi < 0.05 , maka terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Nilai probabilitas signifikan $> 0,05$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah alat statistik yang digunakan untuk menyelidiki hubungan antara dua atau lebih variabel independen dan variabel dependen. Model regresi linier berganda dapat digunakan untuk menguji hipotesis tentang hubungan antar variabel independen dan variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linear berganda (multiple regression). Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y). bentuk matematisnya secara umum adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y : Keputusan Penggunaan

a : Konstanta dari Persamaan Regresi

b₁, b₂ : Koefisien Regresi

X₁ : Persepsi

X₂ : Minat

e : Nilai Error

3.8 Uji Hipotesis

Hipotesis dapat menjadi jawaban sementara atas pertanyaan dalam penelitian ini, tetapi kebenarannya masih lemah dan harus diuji secara empiris. Pengujian hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Hipotesis merupakan jawaban sementara untuk masalah penelitian yang diajukan sehingga dapat diuji. Setiap hipotesis penelitian berbentuk satu pernyataan yang dibuat peneliti ketika mereka bersepekulasi pada hasil penelitian (Ghozali, 2018).

3.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual (parsial) berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji parsial atau uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji parsial (individu) dilakukan dengan cara membandingkan T hitung dan T tabel dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan, yaitu:

1. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
2. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ atau $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual.

3.8.2 Uji simultan (Uji F)

Uji simultan ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas yang dimasukkan dalam model

regresi mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2018).

Uji simultan dilakukan dengan cara membandingkan F hitung dan F dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = n-k-1 dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 23 dan memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas (signifikansi) < 0,05 atau F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti berpengaruh secara simultan.
2. Jika probabilitas (signifikansi) > 0,05 atau F hitung < F tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti tidak berpengaruh secara simultan.

3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui persentase variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinasi (R^2) memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai (R^2) semakin mendekati 1 menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai (R^2) semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Sujarweni, 2015).

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan

variasi dari variabel dependen atau variabel terikat. 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 (Ghozali, 2018).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Hasil Penelitian

3.1.1 Sejarah Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (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 2021, 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% (Bank Syariah Indonesia, 2023).

Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, 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, BSI 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 BSI juga

menjadi cermin wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin) (Bank Syariah Indonesia, 2023).

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 (Bank Syariah Indonesia, 2023).

3.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

1. Visi Bank Syariah Indonesia

Menjadikan Bank Syariah Indonesia sebagai Top 10 Global Islamic Banking

2. Misi Bank Syariah Indonesia

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia dengan melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham dengan top 5 bank yang paling

profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3.1.3 Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia mempunyai beragam konsep operasional untuk menjalankan fungsinya yakni penghimpunan dan penyalur dana serta menyuguhkan pelayanan jasa perbankan. Konsep operasional Bank Syariah Indonesia yakni:

1. Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana merupakan aktivitas usaha Lembaga keuangan untuk memikat serta melakukan pengumpulan dana dari masyarakat berupa giro, tabungan, deposito maupun surat berharga lainnya.

- a. Prinsip Wadiah
Prinsip wadiah yang diaplikasikan dalam penghimpunan dana berupa *wadi'ah yad dhamamah*. *Wadi'ah yad dhamamah* yakni pihak yang menitipkan ke bank dan bank bertanggung jawab mengenai harta yang sudah dititipkan dan boleh dimanfaatkan. Adapun wadiah Amanah yakni harta tidak boleh dimanfaatkan oleh pihak yang dititipi.

b. Prinsip Mudharabah

Prinsip mudharabah merupakan penyimpanan dalam bentuk shahibul maal (pemilik modal) serta bank sebagai mudharib (pengelola). Biasanya mudharabah diterapkan dalam produk tabungan berjangka seperti deposit.

2. Penyaluran Dana

Proses penyaluran dana nasabah sebagai produk pembiayaan syariah meliputi empat kriteria dengan dasa tujuannya yakni:

a. Prinsip Jual Beli (Ba'i)

Dilaksanakan saat terdapat pindah kepemilikan barang. Taraf untung bank ditetapkan di awal sebagai bagian biaya dari barang yang dijual. Pembeda transaksi jual beli dengan dasar pembiayaan serta waktu pemindah tanganan barang yakni:

1) Pembiayaan murabahah

Murabahah merupakan transaksi jual beli, bank menyebutkan nilai untung sekaligus penjual sedangkan nasabah bertindak sebagai pembeli. Harga beli bank dari pemasok dengan tambahan untung (margin) merupakan harga jual. Kedua belah pihak wajib bersepakat atas harga jual serta kurun waktu pembayarannya. Harga disepakati di awal akad dan tanpa perubahan selama berlakunya akad.

2) Pembiayaan Salam

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum ada. Barang diserahkan secara Tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank

bertindak sebagai pembeli sementara nasabah sebagai penjual. Ketika barang diserahkan kepada bank maka bank akan menjual kepada nasabah secara tunai maupun cicilan. Harga jual ditetapkan oleh bank adalah harga beli bank dari nasabah ditambah keuntungan.

3) Pembiayaan Istisna'

Istisna' menyerupai salam, tetapi dalam istisna' pembayaran dilakukan oleh bank dalam berbagai kali (termin) pembayaran. Biasanya pembiayaan istisna' dalam bank syariah diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur atau konstruksi.

4) Prinsip Sewa (Ijarah)

Transaksi ijarah dilandasi adanya pemindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama dengan jual beli, tapi perbedaannya terletak pada obyek transaksinya. Bila jual beli obyeknya transaksi adalah barang apabila ijarah transaksinya jasa.

5) Prinsip Bagi Hasil (Syirkah)

a. Pembiayaan musyarakah

Transaksi musyarakah berlandaskan harapan beberapa pihak untuk kerja sama dalam menambah nilai asset yang dimiliki bersama. Segala wujud usaha dengan pelibatan dua belah pihak. Secara spesifik kontribusinya berupa dana perdagangan, kepemilikan, kewirausahaan serta ragam barang lain yang bernilai uang.

b. Pembiayaan mudharabah

Mudharabah merupakan wujud kerja sama diantara dua ataupun lebih pihak dimana pemilik modal dan pengelola melalui sebuah kesepakatan bagi utnng. Hal ini menjelaskan kerja sama dengan pedoman kontribusi 100% modal. Sebagai pengelola wajib waspada serta bertanggung jawab dalam setiap rugi sebab lalai. Musyarakah dan mudharabah dalam literatur fiqih harus mengutamakan jujur demi kepentingan bersama serta usaha disetiap pihak melaksanakan curang maupun ketidakadilan pembagian penghasilan tertuang dalam islam

Tabel 4. 1
Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia

Individu	Layanan Jasa
Tabungan:	Pembiayaan:
1) BSI Tabungan Bisnis	1) Bilateral Financing
2) BSI Tabungan Classic	2) BSI Cash Collateral
3) BSI Tabungan Easy Mudharabah	3) BSI Distributor Financing
4) BSI Tabungan Easy Wadiah	4) BSI KPR Sejahtera
5) BSI Tabungan Efek Syariah	5) BSI KUR Kecil
6) BSI Tabungan Mahasiswa	6) BSI KUR Mikro
7) BSI Tabungan Payroll	7) BSI KUR Super Mikro
8) BSI Tabungan Pendidikan	8) BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh)
9) BSI Tabungan Pensiun	9) BSI Mitraguna Berkah
10) BSI Tabungan Haji Indonesia	10) BSI Multiguna Hasanah
11) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia	11) BSI Pensiun Berkah

Layanan Jasa	
Digital Banking: 1) BSI Mobile 2) Buka Rekening Online 3) Solusi Emas 4) BSI QRIS 5) BSI Cardless Withdrawal 6) BSI Debit Card 7) BSI ATM CRM 8) BSI Merchant Business 9) BSI API Platform	Kartu Pembiayaan 1) BSI Hasanah Card Classic 2) BSI Hasanah Card Gold 3) BSI Hasanah Card Platinum Kartu Debit 1) BSI Debit GPN 2) BSI Debit OTP 3) BSI Debit Visa 4) Kartu BSI Debit Sabi 5) Kartu Debit BSI SimPel

Sumber: Bank Syariah, 2023

3. Tabungan Easy Wadi'ah

a. Pengertian Tabungan Easy Wadi'ah Bank Syariah Indonesia

Tabungan Easy Wadi'ah BSI adalah produk tabungan dari Bank Syariah Indonesia (BSI) yang menggunakan prinsip Wadi'ah, yaitu titipan murni dari nasabah yang dapat diambil kapan saja. Produk ini biasanya tidak memberikan imbal hasil atau bunga kepada nasabah, tetapi memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan akses ke berbagai layanan perbankan syariah. Tabungan Easy Wadi'ah cocok untuk nasabah yang menginginkan produk tabungan yang sesuai dengan prinsip syariah dan fleksibel dalam penggunaannya.

b. Fitur Tabungan Easy Wadi'ah Bank Syariah Indonesia

Tabungan Easy Wadi'ah BSI adalah produk tabungan syariah yang menawarkan sejumlah fitur unggulan yang menarik.

Dengan menggunakan akad Wadiah Yad Dhamanah, tabungan ini memungkinkan nasabah untuk menitipkan dana mereka kepada bank dengan hak untuk menariknya kapan saja tanpa imbal hasil yang mengandung unsur riba. Produk ini juga bebas dari biaya administrasi bulanan, sehingga saldo nasabah tetap utuh setiap bulannya. Nasabah akan mendapatkan kartu ATM/Debit yang dapat digunakan untuk bertransaksi di mesin ATM BSI serta jaringan ATM lainnya seperti ATM Bersama dan Prima. Selain itu, layanan e-banking seperti internet banking dan mobile banking juga tersedia, memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi non-tunai, pembayaran tagihan, dan pembelian. Tidak ada batasan saldo minimum yang harus dipertahankan, memberikan fleksibilitas penuh bagi nasabah dalam mengelola dana mereka. Selain itu, rekening ini juga dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sesuai dengan ketentuan yang berlaku, memberikan jaminan keamanan terhadap dana yang disimpan.

c. Mekanisme Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia

Mekanisme Tabungan Easy Wadiah BSI dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah. Pembukaan rekening dapat dilakukan dengan mudah melalui kunjungan ke kantor cabang BSI terdekat atau menggunakan aplikasi BSI Mobile, dengan persyaratan umum seperti KTP dan NPWP (jika ada). Dana yang ditempatkan di rekening ini bersifat titipan berdasarkan akad Wadiah, sehingga tidak mendapatkan

imbal hasil atau bunga, meskipun BSI dapat memberikan bonus atau hibah sebagai bentuk apresiasi tanpa janji sebelumnya. Nasabah memiliki fleksibilitas penuh untuk melakukan transaksi penarikan atau penyetoran dana kapan saja melalui berbagai saluran, termasuk kantor cabang, ATM, atau layanan e-banking. Kartu ATM/Debit yang diberikan memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan, seperti penarikan tunai, transfer, dan pembayaran di merchant yang bekerja sama dengan jaringan BSI. Selain itu, penutupan rekening juga bisa dilakukan kapan saja tanpa dikenakan biaya penalti, dan dana yang tersisa di rekening akan dikembalikan kepada nasabah dengan mudah.

3.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah kriteria apa saja yang diberikan kepada subjek penelitian agar sumber informasi pada penelitian. Karakteristik responden dapat dikelompokkan atas dasar 5 karakteristik yaitu:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penelitian dilakukan kepada 100 responden yang menjadi nasabah Tabungan Easy Wadiah pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie. Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin masyarakat dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	50	50%
2	Perempuan	50	50%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa karakteristik responden masyarakat berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 50 orang laki-laki dengan persentase sebesar 50% dan 50 orang perempuan dengan persentase sebesar 50%. Untuk lebih jelasnya besaran persentase responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 4.2 .

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Penelitian dilakukan kepada 100 responden yang menjadi nasabah Tabungan Easy Wadiah pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie. Adapun karakteristik responden berdasarkan usia masyarakat dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Kategori Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 tahun	14	14%
2	20-30	71	71%
3.	30-40	8	8%
4.	>40 tahun	7	7%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan data karakteristik responden berdasarkan usia, mayoritas responden berada dalam rentang usia 20-30 tahun, yaitu sebanyak 71 orang atau 71% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia ini paling dominan dan mungkin paling mudah diakses atau paling tertarik untuk berpartisipasi dalam survei. Sementara itu, responden yang berusia di bawah 20 tahun merupakan kelompok terbesar kedua, dengan jumlah 14 orang atau 14%. Partisipasi dari kelompok usia 30-40 tahun dan di atas 40 tahun relatif kecil, masing-masing sebanyak 8 orang (8%) dan 7 orang (7%). Secara keseluruhan, survei ini didominasi oleh responden berusia 20-30 tahun, dengan partisipasi yang relatif lebih kecil dari kelompok usia yang lebih muda (< 20 tahun) dan yang lebih tua (> 40 tahun).

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Penelitian dilakukan kepada 100 responden yang menjadi nasabah Tabungan Easy Wadiah pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie. Adapun karakteristik responden berdasarkan status pernikahan masyarakat dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

No	Kategori Usia	Jumlah	Persentase
1	Menikah	23	23%
2	Belum Menikah	77	77%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan data karakteristik responden berdasarkan status pernikahan, mayoritas responden belum menikah, dengan jumlah 77 orang atau 77% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang berpartisipasi dalam survei ini belum menikah. Sementara itu, responden yang sudah menikah berjumlah 23 orang atau 23% dari total responden

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Penelitian dilakukan kepada 100 responden yang menjadi nasabah Tabungan Easy Wadiah pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie. Adapun karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan masyarakat dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Status Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMP	2	2%
2	SMA	4	4%
3	D3	35	35%
4	S1	57	57%
5	S2	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan data karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas responden memiliki pendidikan S1, dengan jumlah 57 orang atau 57% dari total responden. Ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah dari total responden adalah lulusan S1. Selanjutnya, sebanyak 35 responden atau 35% memiliki

pendidikan D3, yang merupakan kelompok terbesar kedua. Responden dengan tingkat pendidikan SMA berjumlah 4 orang atau 4%, sementara responden dengan pendidikan SMP dan S2 masing-masing berjumlah 2 orang atau 2%. Secara keseluruhan, survei ini didominasi oleh responden dengan pendidikan S1, dengan partisipasi yang signifikan dari lulusan D1, sementara responden dengan tingkat pendidikan SMP, SMA, dan S2 memiliki persentase yang relatif kecil.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Penelitian dilakukan kepada 100 responden yang menjadi nasabah Tabungan Easy Wadiah pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie. Adapun karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

No	Status Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/mahasiswa	29	29%
2	Wiraswasta	18	18%
3	PNS	15	15%
4	Lainnya	38	38%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan data karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan, kelompok terbesar adalah responden dengan status pekerjaan "Lainnya", yang berjumlah 38 orang atau 38% dari total responden. Ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai jenis

pekerjaan lain yang signifikan di luar kategori yang disebutkan secara spesifik. Selanjutnya, sebanyak 29 responden atau 29% adalah pelajar atau mahasiswa, menunjukkan partisipasi yang cukup besar dari kelompok yang masih dalam tahap pendidikan. Responden dengan status pekerjaan wiraswasta berjumlah 18 orang atau 18%, sementara responden yang bekerja sebagai PNS berjumlah 15 orang atau 15%.

3.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Data hasil penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner teradap 100 orang sampel dengan 18 butir pertanyaan, yang terdiri dari variable dependen yaitu Keputusan Penggunaan sebagai variable Y, dan dua variabel independent yaitu, Viral Persepsi (X1) dan Minat Nasabah (X2). seluruh responden telah menjawab pertanyaan untuk variabel dependen dan independent dengan pernyataan Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N) Tidak Setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Hasil penyebaran kuesioner dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Variabel Persepsi (X1)

Tabel 4. 7
Deskripsi Variabel Persepsi

No	Pertanyaan	Penilaian					Mean
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Saya Memahami Dan Mengetahui Tentang Produk Tabungan Easy Wadiah	0	78	0	20	2	3.54
2.	Saya Merasa Mudah Untuk Berkomunikasi Dengan Petugas Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie	4	41	0	53	2	2.92
3.	Menurut Saya Tabungan Easy Wadiah Merupakan Pilihan Yang Tepat Untuk Menabung	15	52	0	33	0	3.94
4.	Saya Percaya Bahwa Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie Memberikan Layanan Yang Berkualitas	8	50	1	40	1	3.24
5.	Saya Menilai Bahwa Produk Tabungan Easy Wadiah Merupakan Produk Terbaik Pada Bank Syariah Blangpidie Memberikan Layanan Yang Berkualitas	13	58	0	28	1	3.54
6.	Saya Memberikan Penilaian Positif Terhadap Kemudahan Menggunakan Tabungan Easy Wadiah Di Bank Syariah Cabang Blangpidie	12	63	1	22	2	3.61
<i>Total Mean</i>							3,47

Berdasarkan data variabel persepsi (X1), responden memiliki persepsi yang cukup positif terhadap produk tabungan Easy Wadiah dan layanan Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie, dengan total rata-rata sebesar 3.47. Mayoritas responden memahami dan mengetahui produk tabungan Easy Wadiah dengan

baik, ditunjukkan oleh rata-rata sebesar 3.54. Namun, kemudahan berkomunikasi dengan petugas bank memperoleh mean terendah sebesar 2.92, menunjukkan bahwa beberapa responden merasa ada kesulitan dalam berkomunikasi dengan petugas bank. Tabungan Easy Wadiah dianggap sebagai pilihan yang tepat untuk menabung dengan rata-rata tertinggi sebesar 3.94, menandakan bahwa banyak responden merasa produk ini adalah pilihan yang baik. Kepercayaan responden terhadap layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie cukup baik, dengan rata-rata sebesar 3.24. Responden juga memberikan penilaian positif terhadap produk tabungan Easy Wadiah sebagai produk terbaik di bank, dengan rata-rata sebesar 3.54. Selain itu, kemudahan penggunaan tabungan Easy Wadiah di bank dinilai cukup positif, dengan rata-rata sebesar 3.61. Secara keseluruhan, persepsi responden terhadap produk dan layanan bank adalah cukup baik, meskipun ada beberapa area seperti kemudahan komunikasi yang perlu ditingkatkan.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

2. Variabel Minat (X2)

Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Minat

No	Pertanyaan	Penilaian					Mean
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Saya tertarik untuk menggunakan Tabungan Easy Wadiah pada bank Syariah Cabang Blangpidie	11	41	0	45	2	3.14
2.	Saya tertarik menggunakan Tabungan Easy Wadiah Karena mudah dan aman	13	51	0	34	2	3.39
3.	Saya merasa penting menggunakan Tabungan Easy Wadiah ini	11	54	0	34	0	3.42
4.	Saya ingin produk tabungan Easy Wadiah ini tetap konsisten dengan keunggulannya	13	54	0	33	0	3.47
5.	Setelah mengetahui produk Tabungan EasyWadiah dan saya yakin dapat memberikan mamfaat bagi saya	7	52	3	38	0	3.28
6.	Saya yakin menggunakan produk tabungan easy wadiah karena bebas biaya bulanan	9	43	0	47	1	3.12
Total Mean							3,30

Mayoritas responden menunjukkan tingkat minat yang cukup baik terhadap penggunaan produk Tabungan Easy Wadiah. Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka tertarik menggunakan produk ini setelah mengetahui keunggulan produknya dan yakin dengan akad Tabungan Easy Wadiah. Mereka juga merasa produk ini dapat mempermudah transaksi mereka dan memberikan kepuasan dalam penggunaannya. Selain itu, sebagian

besar responden percaya bahwa produk ini tidak merugikan penggunaannya. Hasil rata-rata yang tinggi pada beberapa pertanyaan, seperti yang menunjukkan bahwa produk sesuai dengan kebutuhan mereka, mencerminkan adanya kepercayaan yang kuat terhadap produk ini sebagai solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan pribadi mereka.

3. Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

Tabel 4. 9
Deskripsi Variabel Keputusan Penggunaan

No	Pertanyaan	Penilaian					Mean
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Setelah mengetahui informasi keunggulan produk Tabungan Easy Wadiah saya berminat untuk menggunakannya	12	50	0	35	1	3.37
2.	Saya mengetahui akad Tabungan Easy Wadiah saya semakin yakin dengan produk ini	13	61	0	26	0	3.61
3.	Saya memutuskan menggunakan Tabungan Easy Wadiah karena produk tersebut dapat mempermudah transaksi saya	9	64	0	27	0	3.55
4.	Saya merasa puas menggunakan tabungan easy wadiah	12	61	1	26	0	3.59
5.	Saya merasa produk Tabungan Easy Wadiah Tidak merugikan penggunaannya	9	54	0	36	1	3.34
6.	Saya menggunakan produk Tabungan Easy Wadiah karena sesuai dengan kebutuhan saya	15	78	0	7	0	4.01
Total Mean							3.57

Berdasarkan hasil penilaian dari enam pertanyaan yang diajukan kepada responden terkait dengan keputusan penggunaan Tabungan Easy Wadiah, dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari mereka menunjukkan minat dan kepuasan yang tinggi terhadap produk ini. Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka tertarik untuk menggunakan Tabungan Easy Wadiah setelah mengetahui keunggulan produk dan merasa semakin yakin dengan akad yang digunakan. Mereka juga menilai bahwa produk ini dapat mempermudah transaksi keuangan mereka dan memberikan kepuasan dalam penggunaannya. Selain itu, persepsi bahwa produk ini tidak merugikan penggunaanya juga cukup kuat di antara responden. Namun, nilai tertinggi diberikan pada pertanyaan yang menunjukkan bahwa produk ini sesuai dengan kebutuhan pribadi mereka, dengan rata-rata mencapai 4.01. Ini menunjukkan bahwa faktor kebutuhan personal menjadi faktor dominan dalam keputusan mereka untuk menggunakan Tabungan Easy Wadiah.

3.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sah atau tidaknya sebuah kuesioner. Uji validitas merupakan ketepatan alat ukur penelitian terhadap sebuah objek yang diteliti dari data yang diperoleh. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, diketahui nilai tabel = $n - k = 100 - 2 = 98 = 0.1966$ (dilihat dalam r -tabel) dengan tingkat signifikan 0,05 atau 5%. Keterangan: n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel

bebas. Instrumen kuesioner dikatakan baik apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
(X1)	X1.1	0.285	0.1966	Valid
	X1.2	0.403	0.1966	Valid
	X1.3	0.387	0.1966	Valid
	X1.4	0.371	0.1966	Valid
	X1.5	0.412	0.1966	Valid
	X1.6	0.406	0.1966	Valid
(X2)	X2.1	0.544	0.1966	Valid
	X2.2	0.448	0.1966	Valid
	X2.3	0.412	0.1966	Valid
	X2.4	0.470	0.1966	Valid
	X2.5	0.421	0.1966	Valid
	X2.6	0.407	0.1966	Valid
(Y)	Y1	0.488	0.1966	Valid
	Y2	0.447	0.1966	Valid
	Y3	0.433	0.1966	Valid
	Y4	0.480	0.1966	Valid
	Y5	0.488	0.1966	Valid
	Y6	0.447	0.1966	Valid

Berdasarkan pada tabel diketahui bahwa nilai yang didapatkan dari 18 item pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid. Hasil yang didapatkan menunjukkan nilai *pearson correlation* (r hitung) lebih besar daripada nilai r tabel sehingga hasilnya adalah valid

3.3.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala dan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *cronbach's alpha* melalui program SPSS. Reliabilitas variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60 (Ghozali, 2013). Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Reabilitas

VARIABEL	Minimal Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha
Persepsi (X1)	0,60	0,752
Minat (X2)	0,60	0,701
Keputusan Penggunaan (Y)	0,60	0,706

Hasil pengujian reabilitas terhadap semua variabel menunjukkan Cronbach'alpha sebagai mana terlihat di atas menunjukkan bahwa nilai alpha lebih dari 0,60.

3.3.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data model regresi mempunyai distribusi normal sehingga dapat digunakan dalam statistik. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode *kolmogorov-smirnov* (K-S). Pengambilan keputusan dapat digunakan jika Sig. < 0,05 maka tidak berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai Sig.>0,05 maka data berdistribusi normal (Sujarweni, 2015).

Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.38215581
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.056
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Berdasarkan Uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual

ataupengamatan yang lain. Beberapa cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedastisitas dalam model regresi, namun pada penelitian ini menggunakan uji Glejser.

Tabel 4. 13 Uji Heteroskedasititas

Variabel	Hasil Pengujian	Nilai Signifikan	Keterangan
X1	0,669	0,05	Bebas Heterokedastisitas
X2	0,081	0,05	Bebas Heterokedastisitas

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa pengujian ini menggunakan metode uji Glejser yang nilainya dilihat dari nilai signifikan. Pada variabel X1 dan X2 memiliki nilai signifikan lebih besar daripada 0,05 maka dapat dikatakan data tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Uji Multikolenoritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel bebas yang memiliki kemiripan antar variabel bebas dalam suatu model. Kemiripan antar variabel bebas akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel bebas. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinearitas (Sujarweni, 2015).

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolenoritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi	0,943	1,061	Bebas Multikolinearitas
Minat	0,943	1,061	Bebas Multikolnearitas

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel (X1) mempunyai nilai *tolerance* sebesar $0,943 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,061 < 10$ sehingga pada variabel ini bebas dari multikolinearitas.
2. Variabel (X2) mempunyai nilai *tolerance* sebesar $0,943 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,061 < 10$ sehingga pada variabel ini bebas dari multikolinearitas.

3.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menguji berapa besar pengaruh variabel bebas meliputi variabel persepsi, dan minat terhadap variabel terikat yaitu keputusan penggunaan tabungan easy wadiah dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.016	2.350		4.262	.000
	Persepsi	.090	.104	.076	.861	.391
	Minat	.486	.083	.518	5.881	.000

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari hasil uji regresi berganda, maka dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y=10,016(X) + 0,090(X1) + 0,486(X2)$$

1. Konstanta dalam persamaan regresi ini adalah 10.016, yang berarti bahwa ketika persepsi dan minat nasabah bernilai nol, keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah diperkirakan bernilai 10.016.
2. Hasil uji variabel persepsi nasabah menunjukkan angka positif sebesar 0.090, yang berarti bahwa setiap peningkatan setiap satu satuan dalam persepsi nasabah akan meningkatkan keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah sebesar 0.090, dengan asumsi faktor lainnya konstan.
3. Hasil uji variabel minat nasabah menunjukkan angka positif sebesar 0.486, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu unit dalam minat nasabah akan meningkatkan keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah sebesar 0.486 (48,6%), dengan asumsi faktor lainnya konstan.

3.3.5 Pengujian Hipotesis

1. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah dengan tingkat signifikansi 0,05. Kriteria uji t adalah:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak (variabel bebas X berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y).
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak dapat menolak H_0 diterima (variabel bebas X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y).

Tabel 4. 16 Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
Persepsi	0.861	1.984	0.391
Minat	5.881		0.000

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan untuk menganalisis pengaruh variabel persepsi dan minat terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie, diperoleh hasil berupa variabel persepsi dengan nilai t_{hitung} sebesar 0.861 lebih kecil dari t_{tabel} yang sebesar 1.984, serta nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.391 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0.05. Ini menunjukkan bahwa persepsi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah, sehingga hipotesis nol tidak dapat ditolak. Artinya, perubahan dalam persepsi

nasabah tidak cukup kuat untuk mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan produk tabungan ini.

Sebaliknya, variabel minat menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan dengan t_{hitung} sebesar 5.881 dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000 yang jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa minat memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah. Dengan kata lain, peningkatan minat nasabah secara substansial meningkatkan kemungkinan mereka untuk memutuskan menggunakan produk tabungan tersebut.

2. Uji Simulthan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat apakah variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini berpegaruh secara simultan terhadap variabel dependen dengan melihat pada F_{hitung} dan F_{tabel} . dan jika signifikan lebih kecil dari tingkat kesalahan/standarerror (α) 0,05 maka dapat diestimasi layak, sedangkan jika nilai signifikan lebih besar dari tingkat kesalahan (α) 0,05 maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi tidak layak. F_{tabel} diperoleh dari $df = k-1$ maka $df = 2-1 = 1$ dan $df_2 = n - k$ maka $100-2=98$ (dimana k adalah jumlah variabel bebas maupun terikat dan n adalah jumlah sampel). Dari uji F tersebut menghasilkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 17 Hasil Uji F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	234.609	2	117.305	20.093	.000
	Residual	566.301	97	5.838		
	Total	800.910	99			

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil pengujian secara simultan (Uji F) yang dapat dipergunakan untuk memprediksi aspek-aspek variabel Persepsi dan Minat terhadap Minat nasabah menggunakan tabungan Easy Wadiah. Perbandingan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} didapatkan hasil adalah F_{hitung} memiliki nilai sebesar 20,093 dan F_{tabel} memiliki nilai sebesar 3,94, artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang diperoleh dari $df_1 = k - 1$ maka $df_1 = 2 - 1 = 1$ dan $df_2 = n - k$ maka $100 - 2 = 98$ (dimana k adalah jumlah variabel bebas maupun terikat dan n adalah jumlah sampel) dapat dilihat pada F_{tabel} dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($20,093 > 3,94$) dan besarnya signifikan $0,000 < 0,05$, maka hal ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka artinya variabel independen (X_1 dan X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi adalah suatu uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variasi pengaruh variabel bebasterhadap variabel terikat.

Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefesien Determenasi (R-Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541	0.293	0.278	2.416

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa Nilai R Square sebesar 0.293 menunjukkan bahwa sekitar 29.3% variasi dalam keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah dapat dijelaskan oleh model regresi yang mencakup persepsi dan minat nasabah. Dengan kata lain, 29.3% dari perubahan dalam keputusan penggunaan tabungan dapat dijelaskan oleh perubahan dalam persepsi dan minat nasabah, sementara 70.7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini.

3.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel Persepsi (X1) dan Minat (X2) terhadap Keputusan Penggunaan tabungan Easy Wadiah (Y), berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini sebagai berikut:

3.4.1 Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Easy Wadiah

Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh persepsi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan Easy Wadiah di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil uji t memperlihatkan bahwa variabel

persepsi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0.861, yang lebih kecil daripada t_{tabel} sebesar 1.984. Selain itu, nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.391 jauh lebih besar dari pada tingkat signifikansi yang ditetapkan (0.05). Ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap produk tabungan Easy Wadiah tidak secara signifikan mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan produk tersebut.

Persepsi nasabah terhadap suatu produk atau layanan keuangan sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengalaman pribadi, informasi yang diperoleh dari media, dan rekomendasi dari pihak lain. Menurut teori perilaku konsumen, persepsi adalah proses dimana individu memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk membentuk gambaran yang bermakna tentang dunia mereka (Schiffman & Kanuk, 2018). Persepsi yang positif tentang suatu produk dapat meningkatkan minat dan keputusan pembelian atau penggunaan produk tersebut. Namun, dalam konteks tabungan Easy Wadiah, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi saja tidak cukup kuat untuk mempengaruhi keputusan nasabah.

Penelitian empiris mendukung hasil ini. Misalnya, seperti penelitian Ahmad dan Haron (2022) menemukan bahwa meskipun persepsi nasabah terhadap produk perbankan syariah positif, faktor lain seperti fitur produk, kemudahan akses, dan pelayanan yang ditawarkan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan nasabah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian ini yang

menunjukkan bahwa persepsi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah. Sebaliknya, minat nasabah, yang mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kebutuhan finansial, manfaat produk, dan promosi, menunjukkan pengaruh yang lebih signifikan.

Hasil ini memiliki implikasi penting bagi manajemen PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie. Meskipun penting untuk menjaga dan meningkatkan persepsi positif nasabah terhadap produk tabungan Easy Wadiah, fokus yang lebih besar mungkin perlu diberikan pada aspek-aspek lain yang dapat meningkatkan minat dan akhirnya keputusan nasabah untuk menggunakan produk tersebut. Strategi pemasaran yang efektif mungkin termasuk edukasi yang lebih baik tentang manfaat tabungan Easy Wadiah, peningkatan fitur produk, dan pelayanan yang lebih baik.

Dengan demikian, manajemen bank perlu mengidentifikasi dan menangani faktor-faktor yang lebih langsung mempengaruhi keputusan penggunaan tabungan. Hal ini dapat mencakup program promosi yang menarik, peningkatan aksesibilitas layanan, serta penekanan pada keunggulan kompetitif dari produk tabungan Easy Wadiah dibandingkan produk tabungan lainnya di pasar.

3.4.2 Pengaruh Minat Terhadap keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Easy Wadiah

Berdasarkan hasil penelitian, minat memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan Easy Wadiah di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang

Blangpidie. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel minat memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5.881, dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000. Nilai ini jauh lebih kecil daripada tingkat signifikansi yang ditetapkan (0.05), menunjukkan bahwa minat nasabah secara signifikan mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan produk tabungan Easy Wadiah.

Minat adalah salah satu faktor kunci dalam menentukan perilaku konsumen. Menurut teori perilaku konsumen, minat mencerminkan tingkat perhatian dan ketertarikan individu terhadap suatu produk atau layanan. Minat yang tinggi terhadap suatu produk biasanya diikuti oleh perilaku pembelian atau penggunaan produk tersebut. Dalam konteks perbankan syariah, minat nasabah bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kesesuaian produk dengan nilai-nilai syariah, manfaat ekonomi, dan keunggulan kompetitif yang ditawarkan oleh produk tersebut.

Penelitian empiris mendukung temuan ini. Sebagai contoh, seperti penelitian Amin et al. (2021) menunjukkan bahwa minat nasabah terhadap produk perbankan syariah sangat dipengaruhi oleh pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip syariah, keuntungan produk, dan reputasi bank. Studi lain oleh Hassan dan Ali (2022) menemukan bahwa minat nasabah merupakan prediktor kuat dari keputusan pembelian produk perbankan syariah, mengalahkan faktor-faktor lain seperti harga dan lokasi.

Dalam penelitian ini, pengaruh signifikan dari minat terhadap keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah menunjukkan bahwa

nasabah yang memiliki minat tinggi cenderung lebih berkomitmen untuk memilih produk tabungan ini. Minat ini mungkin dipicu oleh faktor-faktor seperti fitur dan manfaat produk, kepercayaan pada bank syariah, serta kampanye promosi yang efektif.

Hasil ini memberikan implikasi praktis penting bagi manajemen PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie. Bank perlu fokus pada strategi untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan Easy Wadiah. Ini dapat mencakup peningkatan kesadaran dan pemahaman nasabah tentang manfaat dan keunggulan tabungan Easy Wadiah melalui berbagai media komunikasi. Menggunakan kampanye promosi yang menarik dan relevan, seperti penawaran bonus, hadiah, atau program loyalitas yang menarik minat nasabah. Menyediakan fitur-fitur produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah, serta memastikan bahwa produk tersebut mudah diakses dan digunakan. Memperkuat reputasi bank sebagai institusi keuangan syariah yang terpercaya dan inovatif, yang dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan.

Dengan demikian, bank dapat meningkatkan jumlah nasabah yang memilih tabungan Easy Wadiah dengan menargetkan strategi yang secara langsung meningkatkan minat nasabah. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan pangsa pasar produk tabungan ini, tetapi juga memperkuat posisi PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie dalam industri perbankan Syariah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh, terkait Pengaruh Persepsi Dan Minat Nasabah Menabung Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Easy Wadiah (Study Pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie) maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Persepsi tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan Variabel persepsi menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 0.861, yang lebih kecil dari t_{tabel} yang sebesar 1.984, serta memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.391 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0.05.
2. Minat (interest) secara signifikan mempengaruhi keputusan penggunaan tabungan Easy Wadiah. Hal ini dibuktikan dengan variabel minat menunjukkan t_{hitung} sebesar 5.881, yang jauh lebih besar dari t_{tabel} yang sebesar 1.984, dan memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000 yang jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05.
3. Persepsi dan minat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Easy Wadiah. Hal ini dibuktikan dengan Nilai F-hitung sebesar 20.093, yang lebih besar dari nilai F-tabel sebesar 3.94. Selain itu, nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000, yang jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, terkait Pengaruh Persepsi Dan Minat Nasabah Menabung Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Easy Wadiah (Study Pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie) maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Diharapkan pihak Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie untuk meningkatkan strategi pemasaran yang fokus pada edukasi untuk memperjelas manfaat dan keunggulan tabungan Easy Wadiah.
2. Kembangkan program-program inovatif dan insentif yang dapat meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan tersebut. Seperti program loyalitas, edukasi keuangan, bagi hasil yang lebih tinggi untuk saldo tertentu, bonus referral, diskon mitra bisnis, cashback untuk transaksi tertentu.
3. Untuk peneliti selanjutnya Lakukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor tambahan yang mempengaruhi keputusan penggunaan produk. Seperti kualitas layanan, kepercayaan, dan promosi untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim, Bank Islam, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004) hal 291
- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2 (1): 67–83.
- Ahsan, Z. (2012). *Hubungan minat fotografi dengan motivasi bekerja pada anggota organisasi jhepret club Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Alhusain, achmad Sani. 2021. *Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional*. *Jurnal Info Singkat*, Vol. XII, No, 3/I/Puslit.
- Al-Husairi, M. H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Nasabah Menabung pada Tabungan Easy Wadiah di BSI KCP Ulee Kareng* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Amir, M. F. (2020). Peran dan Fungsi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Dalam Sistem Keuangan di Indonesia (Perspektif Hukum Islam). *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 5(1), 59-71. RANIRY
- Artianingsih, D. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan Financial technology Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2017-2019)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).

Bank Syariah Indonesia, “Tabungan Easy Wadiah”,
https://www.bankBankSyariah
Indonesia.co.id/produk&layanan/individu/
1622101375Tabungan/1619952368Bank Syariah Indonesia-
tabungan-easy-wadiah.

Basri, J., Dewi, A. K., & Iswahyudi, G. (2022). Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah Dalam Perspektif Hukum Di Indonesia. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 375-380.

Daddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT Rosda Karya Offset, 2015), h.184.

Darnil Muqaddas, 190603380 (2023) *Pengaruh Pengetahuan dan Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Santri Menggunakan Bank Syariah (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Ar-raudhatun Nabawiyah)*. Other thesis, UIN Ar-raniry Banda Aceh.

Fatwa DSN-MUI No: 02/DSN-MUI/IV/2000

Fijriah, N. (2021). *Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Metro)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).

Heri Sudarsono. 2004. *Bank Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.

Herman Kartajaya & Muhammad Syakir sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006) hal. 140

Irsyad, B. M., & Sukma, R. P. (2023). Intermediasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Dan Citra Merek. *Eduturisma*, 7(2).

- Juliana, H. (2021). *Analisis faktor terhadap minat nasabah menggunakan tabungan wadiah barokah di bank syariah adam kota bengkulu* (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).
- Kasmir, Bank & Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi, (Jakarta: PT Nainggolan, B. (2023). *Perbankan Syariah di Indonesia*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Novinggi, V. (2019). Sensasi dan Persepsi Pada Psikologi Komunikasi. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 10(1), 40-51.
- Nugroho, L., Suganda, A. D., Febrianty, F., Labetubun, M. A. H., Ihwanudin, N., Trimulato, T., ... & Anwar, A. (2020). Pengantar Perbankan Syariah.
- Oktaviana, E. W. (2020). *Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Pada Konsumen Di Toko Zoya Kediri* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Pahlevi, A. R. (2022). *Pengaruh Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah pada Prudential RBT Team Jepara* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Putri, D. A. R., & Rachmawati, L. (2022). Analisis Tingkat Pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 1-12.
- Raja Grafindo Persada, 2001) hal 74-75
- Ramadhan, R. (2023). *Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Qris Bank Aceh Syariah dan Bank Syariah Indonesia Pada Masyarakat Kota Sabang* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).

Rismanto “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pada CV. Rabbani Asysa Kota Bengkulu”“Skripsi IAIN Bengkulu 2016.

SALSABILA, A. S. (2023). *Pengaruh Advertising dan Sales Promotion Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Easy Wadiah PT. Bank Syariah Indonesia, TBK Kc Cirebon Dr Cipto (Penelitian Pada Mahasiswa/i Jurusan Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)* (Doctoral dissertation, S1 Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati).

Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.

Schiffmen, Leon dan Leslie Lazar Kanuk, 2004, *Perilaku Konsumen*, Edisi ke-7, Jakarta: Indeks.

Setia Budhi Wilardjo, “pengertian, peranan, dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia”, *Vallue Added*, 2.1 (2005), h. 5.

Sultoni, H., & Basuki, A. (2020). Bank Syariah di Dunia Internasional. *EKSYPAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam (e-Journal)*, 7(2), 35-51.

Susanto, N. M. H., & Setyowati, R. D. (2023). Analisis Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Soetta Ponorogo. *Wadiah*, 7(1), 1-20.

Syahputro, D., Lie, D., Butarbutar, M., & Inrawan, A. (2015). Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Harmoni Lestari Pematangsiantar. *Sultanist: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 3(1), 8-15

Tafsir Syeikh. H. Abdul Halim Hasan Binjai.

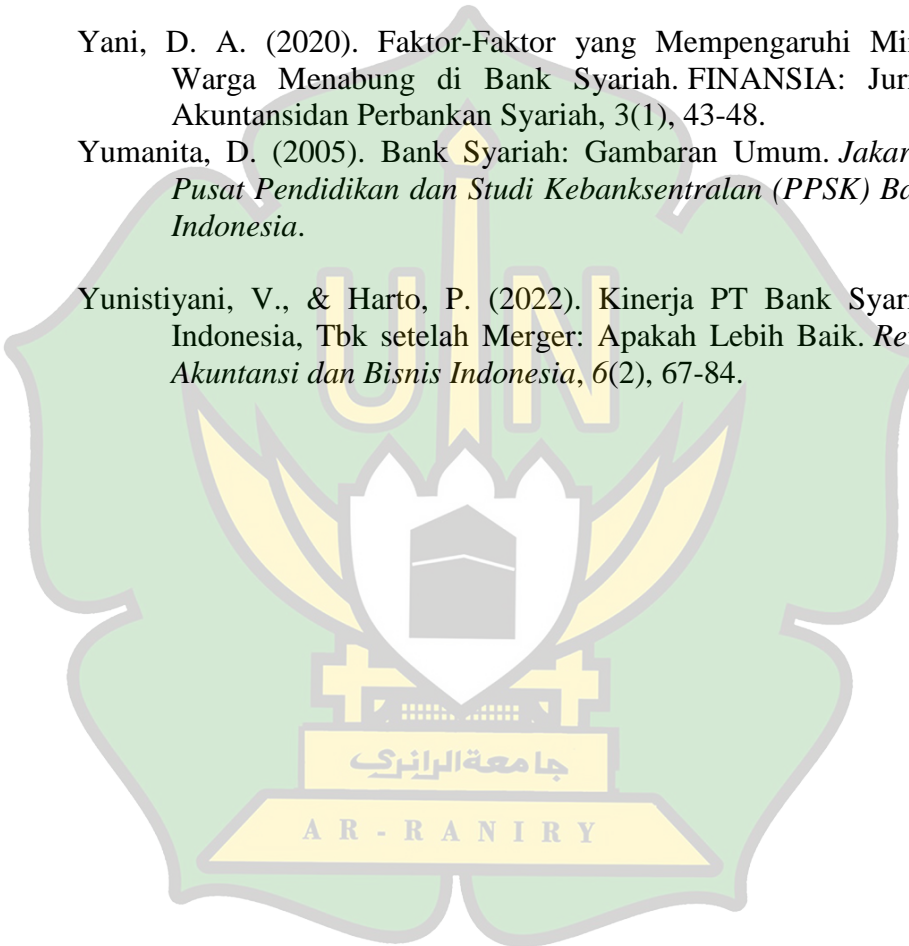
Ulfa, A. (2021). Dampak penggabungan tiga bank syariah di indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1101-1106.

www.bankbsi.co.id. (n.d.).

Yani, D. A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Warga Menabung di Bank Syariah. *FINANSIA: Jurnal Akuntansidan Perbankan Syariah*, 3(1), 43-48.

Yumanita, D. (2005). *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.

Yunistiyani, V., & Harto, P. (2022). Kinerja PT Bank Syariah Indonesia, Tbk setelah Merger: Apakah Lebih Baik. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 67-84.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

PENGARUH PERSEPSI DAN MINAT NASABAH MENABUNG TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TABUNGAN EASY WADIAH (STUDY PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA CABANG BLANGPIDIE)

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : (Tidak wajib)
2. Jenis Kelamin :
 - a) Laki-laki
 - b) Perempuan
3. Usia :
 - a) < 20 tahun
 - b) 20-30 tahun
 - c) 30-40 tahun
 - d) > 40 tahun
4. Status
 - a) Menikah
 - b) Belum Menikah
5. Pendidikan Terakhir
 - a) SMP
 - b) SMA
 - c) Akademi/Diploma
 - d) Strata-1 (S1)
 - e) Strata-2 (S2)/Strata-3 (S3)

6. Pekerjaan

- a) Pelajar/mahasiswa
- b) Wiraswasta
- c) PNS
- d) Petani
- e) Lainnya

7. Jangka Waktu menggunakan Tabungan Easy Wadiah

- a) > 1 Tahun
- b) 1-3 Tahun
- c) 3-5 Tahun
- d) > 5 Tahun

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Mohon Bapak/ibu/saudara/i menjawab seluruh pertanyaan yang ada
2. Setiap pertanyaan cukup diberikan jawaban satu saja yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu, lalu berikan tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia.
3. Setiap jawaban yang dipilih akan diberikan skor sebagai berikut:
 - a. Sangat Setuju = SS (diberi skor 5)
 - b. Setuju = S (diberi skor 4)
 - c. Ragu-Ragu = RG (diberi skor 3)
 - d. Tidak Setuju = TS (diberi skor 2)
 - e. Sangat Tidak Setuju = STS (diberi skor 1)

C. DAFTAR PERTANYAAN

1. Pernyataan Kuesioner Penelitian Terkait Persepsi (X1)

Faktor Persepsi (X1)						
NO	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
		5	4	3	2	1
Tanggapan (Respon)						
1.	Saya memahami dan mengetahui tentang produk Tabungan Easy Wadiah					
2.	Saya merasa mudah untuk berkomunikasi dengan petugas Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie.					
Pendapat						
3.	Menurut saya Tabungan Easy Wadiah merupakan pilihan yang tepat untuk menabung					
4.	Saya percaya bahwa Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie memberikan layanan yang berkualitas					
Penilaian						
5.	Saya menilai bahwa produk Tabungan Easy Wadiah merupakan produk terbaik pada Bank Syariah Indonesia Cabang Blangpidie					
6.	Saya memberikan penilaian positif terhadap kemudahan menggunakan Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Cabang Blangpidie					

2. Pernyataan Kuesioner Penelitian Terkait Minat (X2)

Faktor Minat (X2)						
NO.	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
		5	4	3	2	1
Ketertarikan						
1.	Saya tertarik untuk menggunakan Tabungan Easy Wadiah pada bank Syariah Cabang Bl;angpidie					
2.	Saya tertarik menggunakan Tabungan Easy Wadiah Karena mudah dan aman					
Keinginan						
3.	Saya merasa penting menggunakan Tabungan Easy Wadiah ini					
4.	Saya ingin produk Tabungan Easy Wadiah ini tetap konsisten dengan keunggulannya					
Keyakinan						
5.	Setelah mengetahui produk Tabungan Easy Wadiah dan saya yakin dapat memberikan mamfaat bagi saya					
6.	Saya yakin menggunakan produk Tabungan Easy Wadiah karena bebas biaya bulanan					

3. Pernyataan Kuesioner Penelitian Terkait Keputusan Penggunaan (Y)

Faktor Keputusan Penggunaan (Y)						
NO.	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
		5	4	3	2	1
Kemantapan menggunakan setelah mengetahui informasi produk						
1.	Setelah mengetahui informasi keunggulan produk Tabungan Easy Wadiah saya berminat untuk menggunakannya					
2.	Saya mengetahui akad Tabungan Easy Wadiah saya semakin yakin dengan produk ini.					
Memutuskan menggunakan karena produk paling disukai						
3.	Saya memutuskan menggunakan Tabungan Easy Wadiah karena produk tersebut dapat mempermudah transaksi saya					
4.	Saya merasa puas menggunakan produk Tabungan Easy Wadiah					
Menggunakan karena ingin dan butuh						
5.	Saya merasa produk Tabungan Easy Wadiah Tidak merugikan penggunaannya					
6.	Saya menggunakan produk Tabungan Easy Wadiah karena sesuai dengan kebutuhan saya					

Lampiran 2 Tabulasi data

1. Tabulasi Data Penelitian

a. Variabel Persepsi (X1)

Variabel Persepsi (X1)						
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_X1
4	4	5	2	4	4	23
4	1	5	2	4	4	20
4	5	4	4	4	4	25
4	2	4	3	4	5	22
4	4	2	1	4	1	16
2	4	4	5	5	2	22
4	4	5	4	5	3	25
4	2	5	5	5	5	26
2	5	4	2	4	4	21
4	4	5	2	5	4	24
2	2	5	4	1	4	18
4	4	2	4	5	5	24
4	2	4	5	5	4	24
4	4	5	4	5	2	24
4	2	4	4	2	4	20
4	1	4	4	5	4	22
4	4	5	2	4	4	23
4	4	5	4	5	4	26
2	4	4	4	2	4	20
2	4	2	4	4	5	21
2	4	2	4	2	4	18
4	2	4	4	4	1	19
2	4	2	4	4	4	20
1	2	4	2	4	4	17
4	4	5	4	4	4	25
4	2	4	2	4	4	20
4	4	5	4	2	4	23
4	2	2	2	4	4	18
4	2	4	4	2	2	18

4	2	4	2	5	4	21
2	2	4	4	2	4	18
2	2	4	4	2	4	18
4	4	2	2	4	4	20
4	5	4	5	4	5	27
2	2	5	2	5	5	21
4	4	2	4	2	2	18
4	4	2	4	4	2	20
4	4	4	5	2	4	23
4	2	2	4	4	5	21
1	2	4	4	2	4	17
4	5	4	5	4	5	27
4	2	4	2	4	4	20
4	4	2	4	2	4	20
4	2	4	2	4	4	20
4	2	4	2	4	4	20
4	2	4	2	4	4	20
4	2	4	4	4	5	23
4	2	4	2	4	4	20
4	2	4	2	4	4	20
4	2	4	4	2	4	20
4	2	4	2	4	4	20
4	4	5	5	2	2	22
4	2	2	4	4	5	21
4	2	2	4	4	2	18
4	2	4	4	5	2	21
4	2	4	2	4	4	20
4	2	4	4	2	4	20
4	4	4	2	4	5	23
4	2	4	2	5	2	19
4	4	2	4	4	2	20
4	4	2	5	2	4	21
4	4	5	2	2	4	21
2	4	2	4	4	4	20
4	2	2	2	4	4	18
4	4	2	2	4	4	20

4	2	4	2	4	4	20
4	2	2	4	4	2	18
4	2	4	2	2	4	18
2	2	2	4	4	4	18
4	2	4	2	4	4	20
4	2	4	2	4	4	20
4	2	4	4	2	4	20
4	4	2	4	2	4	20
4	4	2	2	4	4	20
4	2	2	4	4	4	20
4	2	2	4	4	2	18
2	4	4	2	4	4	20
2	4	4	2	4	2	18
2	4	4	4	4	2	20
2	2	4	4	4	5	21
2	2	2	4	4	4	18
2	2	4	2	4	4	18
4	2	4	4	4	2	20
4	4	2	2	2	4	18
4	4	2	4	2	4	20
4	4	5	4	4	4	25
2	2	2	4	4	2	16
4	2	4	2	2	2	16
4	4	4	2	2	2	18
4	2	4	4	2	2	18
4	2	4	4	4	4	22
4	2	4	2	4	4	20
4	2	4	4	2	4	20
4	2	2	4	4	4	20
4	4	4	2	2	2	18
4	4	2	2	4	4	20
4	4	2	4	2	4	20
4	4	2	4	4	2	20
4	4	2	2	4	2	18
2	2	4	2	2	4	16

b. Variabel Minat (X2)

Minat (X2)						
Minat (X2)	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
2	2	4	4	5	4	21
5	4	5	5	2	4	25
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	5	3	2	20
5	4	5	4	5	5	28
2	5	2	2	5	4	20
5	4	5	5	3	2	24
5	5	5	5	4	5	29
2	5	5	5	2	2	21
4	4	4	5	2	2	21
5	5	4	4	5	2	25
5	4	4	5	2	2	22
4	5	4	5	4	5	27
2	2	4	2	4	4	18
4	2	2	4	2	4	18
5	4	4	4	5	4	26
2	2	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	5	26
2	4	5	5	4	4	24
2	2	4	4	4	5	21
2	4	2	4	4	5	21
4	1	4	2	4	4	19
4	4	4	5	4	5	26
4	5	4	2	4	2	21
4	2	4	2	4	4	20
5	2	4	2	4	4	21
2	2	4	4	2	4	18
2	5	4	4	2	4	21
4	5	2	4	4	4	23
2	4	4	2	4	4	20
2	4	4	4	2	4	20

2	4	2	4	4	4	20
2	4	4	5	2	2	19
4	5	4	4	5	4	26
5	5	5	5	5	4	29
4	2	4	2	4	4	20
5	4	4	2	4	2	21
1	2	4	4	2	4	17
2	4	2	2	2	4	16
2	4	2	4	4	4	20
2	4	2	2	4	2	16
5	2	4	2	4	4	21
4	5	2	4	4	2	21
2	2	5	2	4	4	19
2	2	4	4	4	4	20
4	5	2	2	2	4	19
2	2	4	2	4	2	16
2	4	2	4	4	5	21
2	4	2	4	4	2	18
2	4	4	2	4	2	18
2	4	2	2	2	2	14
4	5	2	4	2	4	21
2	4	2	2	4	4	18
4	4	4	2	2	4	20
4	2	2	4	4	4	20
1	1	4	2	4	5	17
4	2	4	4	4	2	20
4	4	5	2	4	2	21
4	4	2	4	4	2	20
2	4	2	4	2	4	18
4	4	2	4	2	2	18
2	2	2	4	3	2	15
2	4	5	4	4	1	20
4	2	4	4	2	4	20
2	4	2	4	4	2	18
2	4	2	4	4	2	18
2	4	2	2	4	4	18

4	4	2	4	2	4	20
4	2	4	2	4	4	20
2	4	4	2	4	2	18
2	2	4	4	2	2	16
4	2	2	4	2	4	18
2	2	4	4	2	4	18
2	2	2	4	4	2	16
2	2	2	4	4	4	18
2	2	4	4	2	4	18
2	2	4	4	2	4	18
4	2	4	4	2	2	18
2	2	4	2	4	4	18
2	4	4	4	2	2	18
2	2	4	2	4	2	16
4	2	4	4	2	2	18
4	2	4	4	2	2	18
2	4	4	2	4	2	18
2	4	4	2	2	2	16
4	4	5	4	4	2	23
4	4	4	2	2	2	18
4	4	4	4	2	2	20
4	4	2	4	2	2	18
4	4	2	2	4	2	18
4	4	2	2	4	2	18
4	2	2	2	2	2	14
2	4	4	2	4	2	18
2	2	4	4	4	2	18
4	4	4	4	2	2	20
4	4	2	4	2	2	18
4	4	2	4	2	2	18
4	2	4	4	2	2	18
4	4	4	4	2	2	20
4	4	2	4	2	2	18
4	4	2	4	2	2	18
4	2	4	4	2	2	18
4	4	4	4	2	2	20
4	4	2	4	2	2	18
4	2	4	4	2	2	18
4	4	4	4	2	2	20

c. Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

Keputusan Penggunaan (Y)						
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total_Y
5	5	4	5	4	4	27
5	4	4	2	2	4	21
3	4	4	4	4	4	23
3	2	5	4	5	5	24
5	4	5	5	4	5	28
1	4	2	4	2	5	18
4	4	5	3	4	4	24
5	5	4	5	4	5	28
2	5	5	4	4	4	24
4	4	4	4	2	5	23
4	5	4	5	4	4	26
2	5	5	4	4	5	25
4	5	5	4	5	5	28
2	2	4	2	4	2	16
5	2	4	4	5	5	25
2	4	4	4	4	4	22
2	4	2	2	4	4	18
4	5	4	4	5	4	26
5	4	2	2	4	5	22
4	5	4	5	4	5	27
2	4	4	2	4	5	21
2	4	4	4	4	5	23
5	5	4	4	5	4	27
4	4	4	5	4	4	25
4	2	4	2	4	4	20
5	4	2	5	4	4	24
2	4	4	4	4	4	22
2	4	2	4	4	2	18
2	4	4	4	4	4	22
2	4	4	5	2	4	21
4	5	5	5	2	4	25
4	4	4	4	4	4	24

4	4	4	2	4	4	22
4	4	4	5	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	2	4	20
4	4	2	4	2	4	20
4	4	2	4	4	2	20
4	2	4	4	2	4	20
2	4	4	4	4	4	22
4	5	2	4	1	4	20
4	2	2	4	4	4	20
4	4	4	2	4	4	22
4	2	4	2	5	4	21
5	2	4	5	4	4	24
4	2	4	4	4	4	22
4	2	4	4	5	4	23
2	4	2	4	4	4	20
4	4	4	2	4	4	22
4	4	2	4	4	5	23
4	2	4	4	2	4	20
5	2	4	2	4	5	22
5	4	2	4	2	4	21
4	2	4	4	2	4	20
2	4	4	2	4	4	20
4	5	2	2	4	4	21
2	4	4	2	4	4	20
2	2	4	4	4	4	20
4	2	4	4	4	4	22
2	4	2	4	4	4	20
4	4	2	4	4	4	22
2	4	2	4	4	2	18
4	2	5	4	2	2	19
4	2	4	2	4	4	20
4	2	4	4	2	4	20
4	2	4	4	5	4	23
2	4	4	4	4	4	22
2	4	4	4	2	4	20

2	4	2	4	4	4	20
4	4	2	4	2	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	2	2	4	4	20
2	4	4	4	2	4	20
4	4	2	4	2	4	20
2	4	4	4	2	4	20
2	4	4	4	2	4	20
4	4	2	4	2	4	20
4	4	4	2	4	4	22
2	2	4	4	2	4	18
4	4	4	2	2	4	20
2	4	4	4	2	4	20
4	2	4	4	2	2	18
4	4	2	2	4	4	20
4	4	4	4	4	2	22
4	4	4	4	4	4	24
2	4	2	4	2	4	18
4	4	2	2	4	4	20
4	2	2	4	2	4	18
4	2	4	2	2	4	18
4	4	2	4	2	4	20
4	4	4	4	2	4	22
2	4	4	2	4	4	20
4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	2	2	4	18
4	4	4	4	2	4	22
2	2	4	2	2	4	16
2	2	4	2	2	4	16
2	4	4	4	2	4	20
2	2	4	2	2	4	16
2	4	2	4	2	4	18

2. Output SPSS

Jenis_Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	50	50.0	50.0	50.0
Perempuan	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
V < 20 tahun	14	14.0	14.0	14.0
a 20-30 tahun	71	71.0	71.0	85.0
li 30-40 tahun	8	8.0	8.0	93.0
d > 40 tahun	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Status

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Val Menikah	23	23.0	23.0	23.0
id Belum Menikah	77	77.0	77.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	4	4.0	4.1	4.1
	SMA	35	35.0	35.7	39.8
	Strata-1 (S1)	57	57.0	58.2	98.0
	Strata-2 (S2)/Strata-3 (S3)	2	2.0	2.0	100.0
	Total	98	98.0	100.0	
Missing	System	2	2.0		
Total		100	100.0		

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/mahasiswa	29	29.0	29.0	29.0
	Wiraswasta	18	18.0	18.0	47.0
	PNS	15	15.0	15.0	62.0
	Lainnya	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 3 Hasil Olah Data

1. Hasil Uji Validitas

		Total_X1	Total_X2	Total_Y
X1.1	Pearson Correlation	.331**	-.126	-.126
	Sig. (2-tailed)	.001	.212	.210
	N	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.388**	.045	-.066
	Sig. (2-tailed)	.000	.660	.514
	N	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.407**	.223*	.199*
	Sig. (2-tailed)	.000	.026	.047
	N	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.357**	.086	.086
	Sig. (2-tailed)	.000	.397	.394
	N	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.403**	.233*	.095
	Sig. (2-tailed)	.000	.019	.346
	N	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.411**	.059	.247*
	Sig. (2-tailed)	.000	.563	.013
	N	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	1	.244*	.202*
	Sig. (2-tailed)		.015	.044

	N	100	100	100
X2.1	Pearson Correlation	.029	.545**	.198*
	Sig. (2-tailed)	.771	.000	.048
	N	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.072	.448**	.216*
	Sig. (2-tailed)	.475	.000	.031
	N	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.135	.430**	.199*
	Sig. (2-tailed)	.179	.000	.047
	N	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.127	.471**	.281**
	Sig. (2-tailed)	.206	.000	.005
	N	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.197*	.402**	.289**
	Sig. (2-tailed)	.050	.000	.004
	N	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.114	.422**	.282**
	Sig. (2-tailed)	.260	.000	.005
	N	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.244*	1	.536**
	Sig. (2-tailed)	.015		.000
	N	100	100	100
Y.1	Pearson Correlation	.065	.175	.517**

	Sig. (2-tailed)	.518	.081	.000
	N	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.133	.312**	.453**
	Sig. (2-tailed)	.186	.002	.000
	N	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.069	.246*	.414**
	Sig. (2-tailed)	.494	.014	.000
	N	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.054	.211*	.488**
	Sig. (2-tailed)	.594	.035	.000
	N	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.167	.314**	.559**
	Sig. (2-tailed)	.098	.001	.000
	N	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.093	.325**	.450**
	Sig. (2-tailed)	.356	.001	.000
	N	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.202*	.536**	1
	Sig. (2-tailed)	.044	.000	
	N	100	100	100

2. Hasil Uji Realibilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Total_X1	102.9200000	153.100	.407	.756
Total_X2	103.4400000	130.022	.636	.731
Total_Y	101.7900000	123.429	.817	.704

3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardize d Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.39169558
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.044
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

4. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.016	2.350		4.262	.000
Total_X1	.090	.104	.076	.861	.391
Total_X2	.486	.083	.518	5.881	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

5. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	234.609	2	117.305	20.093	.000 ^b
Residual	566.301	97	5.838		
Total	800.910	99			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

6. Hasil Uji R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 ^a	.293	.278	2.416

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Lampiran 4
Foto Dokumentasi



AR-RANIRY