

SKRIPSI

PENGARUH AKSESIBILITAS, SOSIALISASI DAN PENDAPATAN TERHADAP NASABAH DALAM MENGUNAKAN TABUNGAN *MUDHARABAH* (STUDI BANK SYARIAH MANDIRI KCP ULEE KARENG, KOTA BANDA ACEH)



Disusun oleh :

Ulyana Arif
NIM. 150603112

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M / 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ulyana Arif

NIM : 150603112

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 mempertanggung jawabkan.*
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 bertanggung jawab atas karya ini.*

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.



Banda Aceh 19 Desember 2022

Yang Menyatakan,


Ulyana Arif

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

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

Dengan Judul:

**Pengaruh Aksesibilitas, Sosialisasi, dan Pendapatan Terhadap Nasabah dalam Memilih
Tabungan *Mudharabah* (Studi Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng)**

Disusun Oleh:

Ulvana Arif
NIM: 150603112

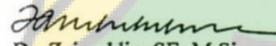
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,



Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP: 19643141992031003

Pembimbing II,



Dr. Zainuddin, SE., M.Si
NIDN: 0108107105

AR - RANIRY

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

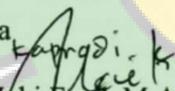
**PENGARUH AKSESIBILITAS, SOSIALISASI DAN
PENDAPATAN TERHADAP NASABAH DALAM
MENGUNAKAN TABUNGAN *MUDHARABAH*
(STUDI BANK SYARIAH MANDIRI KCP ULEE KARENG,
KOTA BANDA ACEH)**

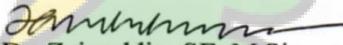
Ulyana Arif
NIM. 150603112

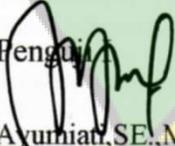
Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam
Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal : Selasa , 26 Juli 2022 M
27 Dzulhijah 1444

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

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

Sekretaris

Dr. Zainuddin, SE., M.Si
NIP. 197101042006042001

Penguji I

Ayuurniat, SE., M.Si
NIP. 197806152009122002

Penguji II

Riza Aulia, S.E.I., M. Sc
NIP. 198801302018031001

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


Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



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

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

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ulyana Arif
NIM : 150603112
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : ulyanaarif@gmail.com

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

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh Aksesibilitas, Sosialisasi Dan Pendapatan Terhadap Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Mudharabah (Studi Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng, Kota Banda Aceh)

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

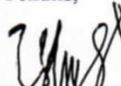
secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Banda Aceh

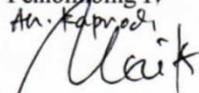
Pada Tanggal: 26 Juli 2022

Penulis,


Ulyana Arif
NIM. 150603112

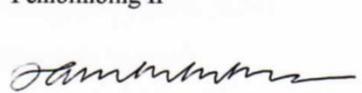
Mengetahui:

Pembimbing I,



Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 19643141992031003

Pembimbing II



Dr. Zainuddin, SE., M.Si
NIP. 197101042006042001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّؤُوفِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“PENGARUH AKSESIBILITAS, SOSIALISASI DAN PENDAPATAN TERHADAP NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH (STUDI PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP ULEE KARENG KOTA BANDA ACEH)”**

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata-1 di jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-raniry.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, nasehat dan bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof, Dr. Hafaz Furqani, M.Ec, selaku Dekan Falkultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar- raniry.
2. Ibu Dr. Nevi Hasnita, S.Ag selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan ibu Ana Fitria, SE, M.Sc, RSA selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah
3. Bapak Hafiizh Maulana, S.P., S.Hi.M.E sebagai ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN

Ar-raniry.

4. Bapak Alm. Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag selaku pembimbing I dan bapak Dr. Zainuddin, SE.,M.Si selaku pembimbing II yang dengan sangat sabar dalam membimbing saya agar terselesaikannya skripsi ini, dan tak pernah henti-hentinya memberikan dorongan dan nasehat serta dukungan bagi peneliti demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Ibu Ayuniati, SE., M.Si, CTTRr dan Bapak Riza Aulia, SE.I., M.Sc. Sebagai penguji I dan II yang telah memberikan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.
6. Bapak Muhammad Arifin, Ph. D. Selaku penasehat akademik. Dosen-dosen dan parastaf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya seluruh dosen Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Ayahanda tercinta Alm Setiadi Arif dan ibunda tercinta Ariati yang selama ini selalu memberikan doa terbaiknya tanpa henti, memberikan semangat dan motivasi yang tiada habisnya kepada ananda, sehingga ananda dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih juga kepada suami tercinta Takdir Maulana yang selalu memberikan doa terbaiknya, ridhonya dan

selalu memberikan semangat agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk anak saya yang tercinta Muhammad Thoha Ramadhan, terima kasih nak untuk segala pengertian dan segalanya kita lalui bersama sampai umma bisa menyelesaikan skripsi ini.

9. Terima kasih kepada abang ipar terbaik saya Dede Juanda, Fahrol Lazi, dan untuk kakak tercinta saya Khurfah Arif dan Afriana Arif yang selalu mendoakan, mendukung, serta selalu menyemangati dan mempercayai saya sampai saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih juga kepada sahabat tersayang Zawir Rahmi, Mahdati, Madinatul Munawwarah, Hafnizar, Yuni Zahrina, Rizki Putri Utami, Anggun Sukmawati, Nurul Janati, yang selalu memberikan semangat, meluangkan waktu untuk bertukar pikiran dan tenaganya serta saling memberikan dukungan dan doanya, sampai saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang peneliti berikan. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan banyak terima kasih untuk semua pihak yang telah membantu peneliti selama ini semoga Allah SWT membalas semua kebaikannya dan semoga

Tugas Akhir ini bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya.

Banda Aceh, 24 juni 2022
Peneliti,

Ulyana Arif



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	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

kaifa : كيف

hauula : 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
أَ / آ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
إِ / إ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
وِ / و	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qīla : قِيلَ

yaqūlu : يَقُولُونَ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

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

b. Ta *marbutah* (ة) mati

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

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

Contoh:

raudāh al-atfāl/ raudatul atfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

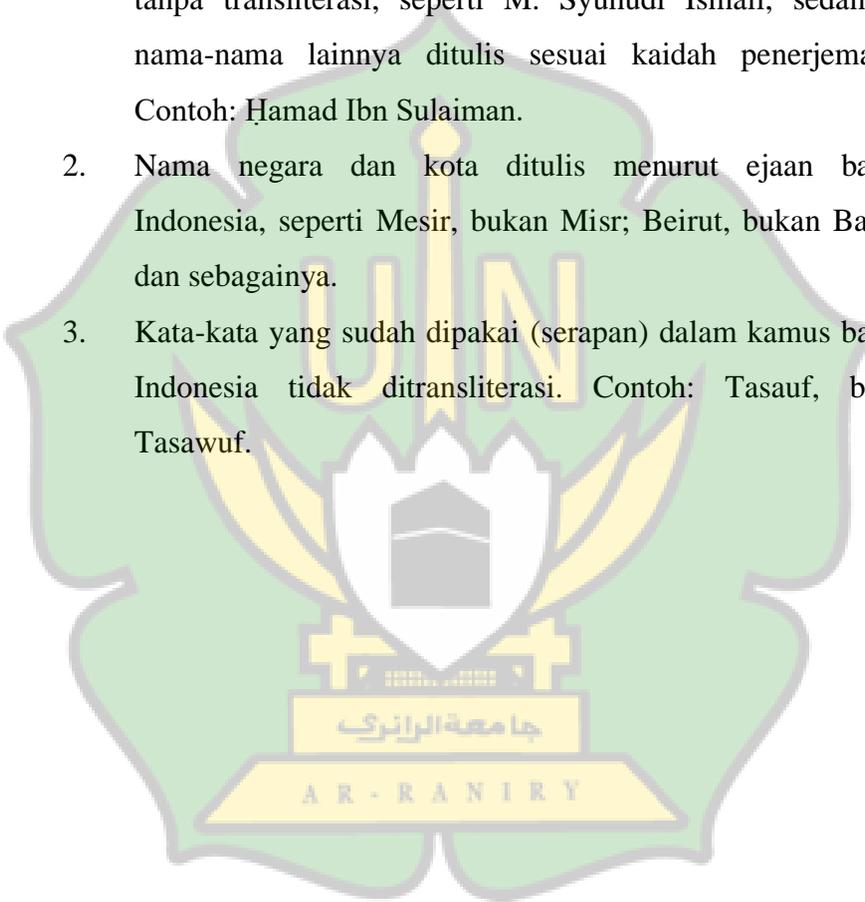
al-Madīnatul Munawwarah

Ṭalḥah : طَلْحَةُ

Catatan:

Modifikasi

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



ABSTRAK

Nama : Ulyana Arif
NIM : 150603112
Fakultas/program studi : FEBI/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Aksesibilitas, Sosialisasi dan Pendapatan Terhadap Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng kota Banda Aceh
Tebal : 168 lembar
Pembimbing I : Dr. Zaki Fuad., M.Ag
Pembimbing II : Dr. Zainuddin, SE.,M.Si

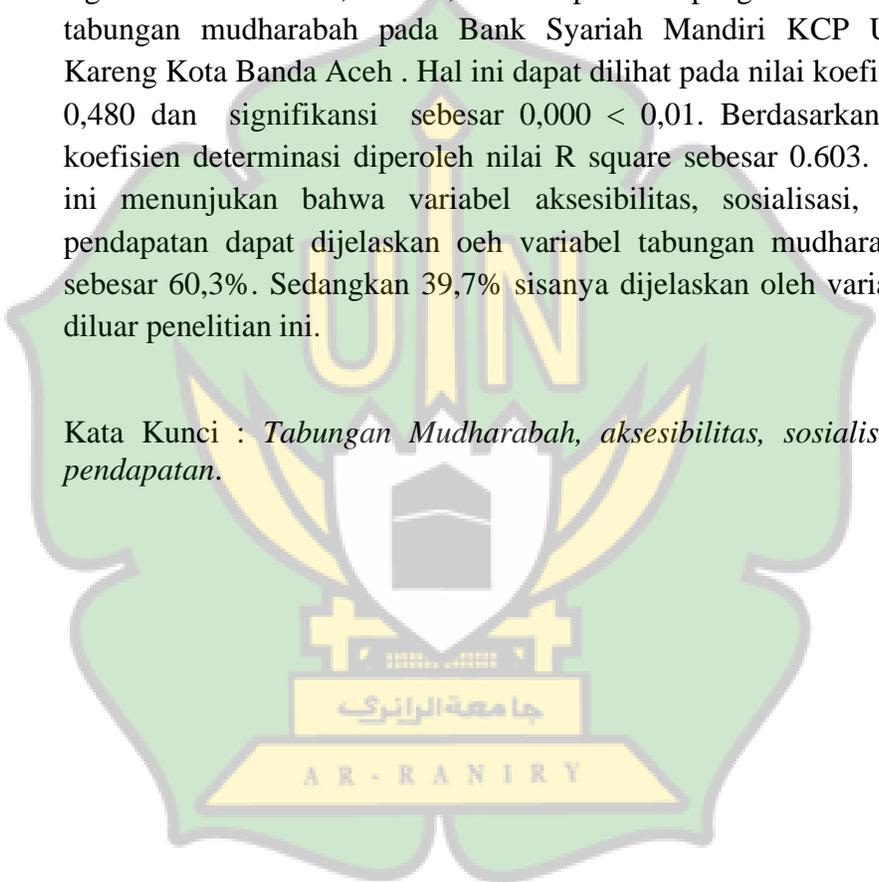
Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas, sosialisasi dan pendapatan dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Banda Aceh. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner dengan populasi seluruh nasabah tabungan mudharabah menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan *Random sampling*. Maka, didapat sampelnya sebanyak 93 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian SPSS versi 25, didapatkan hasil sebagai berikut:

Berdasarkan uji F (simultan) aksesibilitas, sosialisasi dan pendapatan berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari pada nilai probabilitas 0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan uji parsial aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

Hal ini dapat dilihat pada nilai koefisien X_1 sebesar $-0,22$ dan nilai Signifikansi untuk variabel X_1 yaitu sebesar $0,857 > 0,01$.

Sosialisasi berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh. Hal ini dapat pada nilai koefisien sebesar $0,596$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,01$. Pendapatan berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh . Hal ini dapat dilihat pada nilai koefisien $0,480$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,01$. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh nilai R square sebesar 0.603 . Hal ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas, sosialisasi, dan pendapatan dapat dijelaskan oleh variabel tabungan mudharabah sebesar $60,3\%$. Sedangkan $39,7\%$ sisanya dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini.

Kata Kunci : *Tabungan Mudharabah, aksesibilitas, sosialisai , pendapatan.*



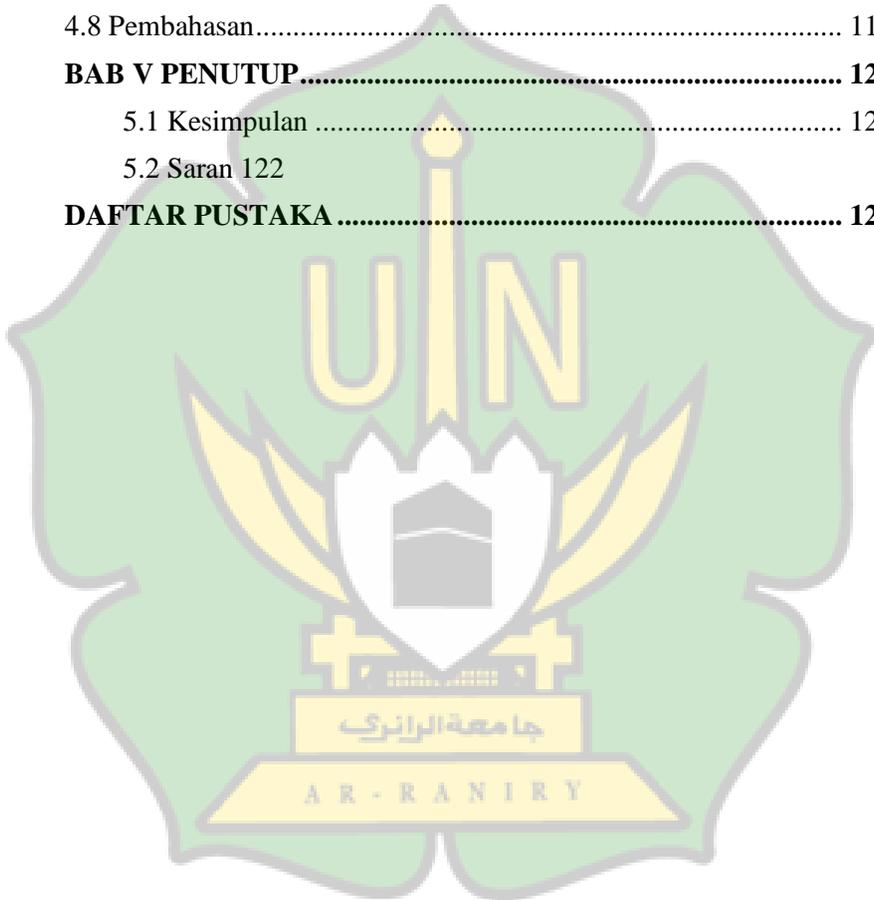
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR TABEL	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tabungan <i>Mudharabah</i>	14
2.1.1 Akad <i>Mudharabah</i>	16
2.1.2 Dasar Hukum <i>Mudharabah</i>	17
2.1.4 Syarat <i>Mudharabah</i>	21
2.1.5 Jenis-jenis akad <i>mudharabah</i>	22
2.1.6 Manfaat Tabungan <i>Mudharabah</i>	24
2.1.7 Pengukuran Tabungan <i>Mudharabah</i>	25
2.2 Aksesibilitas	26
2.2.1 Manfaat Aksesibilitas.....	28
2.2.2 Pengukuran Aksesibilitas.....	29
2.3 Sosialisasi.....	32
2.3.1 Jenis Sosialisasi	35
2.3.2 Agen Sosialisasi	37
2.3.3 Manfaat Sosialisasi.....	37
2.3.4 Pengukuran Sosialisasi.....	39
2.4 Pendapatan	41

2.4.1 Manfaat Pendapatan	43
2.4.2 Pengukuran Pendapatan.....	45
2.5 Penelitian Sebelumnya	46
2.6 Kerangka Berfikir.....	53
2.6.1 Pengaruh Aksesibilitas terhadap nasabah dalam memilih produk tabungan <i>mudharabah</i>	53
2.6.2 Pengaruh Sosialisasi terhadap nasabah dalam memilih produk tabungan <i>mudharabah</i>	54
2.6.3 Pengaruh Pendapatan terhadap nasabah dalam memilih produk tabungan <i>mudharabah</i>	56
BAB III METODE PENELITIAN.....	59
3.1 Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian	59
3.2 Jenis Penelitian	59
3.3 Sumber Data.....	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data	60
1. Kuesioner	60
3.5 Populasi dan Sampel	60
1. Populasi.....	60
2. Sampel.....	61
3.5.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	62
3.6 Skala Pengukuran.....	63
3.7 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	64
3.7.1 Teknik Analisis Data.....	71
3.8 Uji Validitas dan Realibilitas.....	71
1. Uji Validitas	71
2. Uji Reliabilitas	72
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	72
1. Uji Normalitas	72
2. Uji Multikolinieritas	73
3. Uji heteroskedastisitas	73

4. Uji autokorelasi	74
3.10 Uji Hipotesis.....	75
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	78
4.1 Gambaran Umum Penelitian	78
4.1.1 Profil Bank Syariah Mandiri.....	78
4.1.2 Visi dan misi Bank Syariah Mandiri.....	81
4.1.3 Produk dan Jasa Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng	82
4.2 Deskripsi Responden Penelitian	85
4.2.1 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	85
4.2.2 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....	86
4.2.4 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan pendidikan terakhir	88
4.2.5 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan lama waktu menabung di bank	90
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	91
4.3.1 Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel Aksesibilitas (X_1)	91
4.3.2 Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel Sosialisasi (X_2)	94
4.3.3 Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel pendapatan (X_3)	97
4.3.4 Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel Memilih Tabungan <i>Mudharabah</i>	100
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	102
4.4.1 Uji Validitas	102
4.4.2 Uji reliabilitas	105
4.5 Uji Asumsi Klasik	106
4.5.1 Uji Normalitas	106
4.5.2 Uji Multikolinearitas	108
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	109

4.5.4 Uji Autokorelasi	111
4.6 Uji regresi Berganda.....	112
4.6.1 Uji F (Uji Simultan).....	113
4.6.2 Uji t (Uji parsial)	114
4.7 Koefisien Determinasi (R^2)	115
4.8 Pembahasan.....	116
BAB V PENUTUP.....	121
5.1 Kesimpulan	121
5.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 skema tabungan <i>mudharabah</i>	23
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	57
Gambar 4.1 Hasil Uji Scatterplot	109

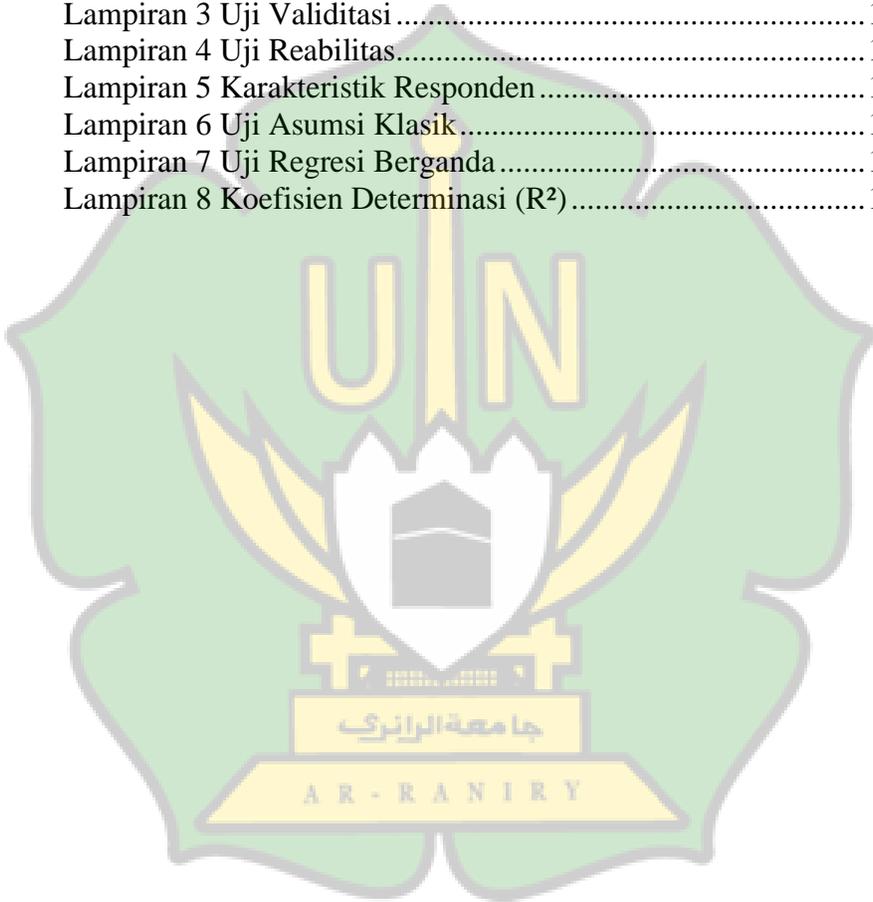


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah nasabah tabungan <i>mudharabah</i>	9
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	49
Tabel 3.1 Jumlah Sampel.....	62
Tabel 3.2 Pengukuran Skala <i>Likert</i>	63
Tabel 3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	67
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	86
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Berdasarkan Jenis Kelamin	86
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan	87
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir	89
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Waktu Menabung di Bank.....	90
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel Aksesibilitas (X1).....	91
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel Sosialisasi (X2).....	94
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel Pendapatan (X3)	97
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Penelitian Variabel Memilih Tabungan Mudharabah	100
Tabel 4.10 Uji Validitas.....	103
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Data	105
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	107
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	108
Tabel 4.14 Uji Glajser	110
Tabel 4.15 Hasil Uji Durbing-Waston.....	111
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Berganda	112
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi	113
Tabel 4.18 Uji F.....	115

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	133
Lampiran 2 Jawaban Responden	138
Lampiran 3 Uji Validitasi	144
Lampiran 4 Uji Reabilitas	145
Lampiran 5 Karakteristik Responden	146
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	149
Lampiran 7 Uji Regresi Berganda	152
Lampiran 8 Koefisien Determinasi (R^2)	153



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di Era abad ke-20 ini perkembangan perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah di Indonesia berkembang dengan sangat pesat, perkembangan perbankan syariah diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991 dan beroperasi secara efektif pada bulan Mei 1992. Keunggulan penerapan konsep Islam dalam sistem perbankan sudah terbukti, terutama disaat terjadinya krisis ekonomi yang melanda Indonesia. Pada saat itu, banyak Bank Konvensional bangkrut dan sangat membutuhkan bantuan oleh Negara atau bahkan di bubarkan, Bank Muamalat masih bertahan dan tetap unggul dan tidak mengalami kerugian yang besar dampak dari *negative spread*. Berdasarkan pengalaman dari Bank muamalat tersebut, saat ini sudah banyak Bank-bank syariah baru pada dunia perindustrian perbankan Indonesia. (Sari 2015:161)

PT Bank Syariah Mandiri hadir sebagai Bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai syariah yang melandasi operasinya. Bank syariah mandiri awalnya merupakan Bank konvensional, yaitu PT Bank Susila Bakti yang dimiliki oleh yayasan kesejahteraan pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi berupaya keluar dari krisis 1997-1999 dengan berbagai cara. Mulai dari langkah menuju merger sampai

pada akhirnya memilih konversi menjadi Bank Syariah. Pada 1 November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT Bank Syariah Mandiri, dan yang pertama menerapkan prinsip-prinsip syariah sejak tahun 2000 di Aceh.

Pasca bencana tsunami Bank Syariah Mandiri menjadi Bank pertama yang beroperasi yaitu pada awal Januari 2005. Pada 28 Oktober 2011 Bank Syariah Mandiri meresmikan pembukaan empat kantor cabang pembantu (KCP) baru di Aceh, diantaranya KCP Sabang, KCP Keutapang, KCP Ulee Kareng dan KCP Panton Labu (Bank Syariah Mandiri, 2017). Dalam pelaksanaannya Bank Syariah Mandiri menyediakan banyak produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, baik itu produk penghimpun dana, penyaluran dana, maupun produk jasa perbankan lainnya. Salah satu jenis tabungan pada Bank Mandiri Syariah tabungan *mudharabah*.

Menurut Antonio (2001:156) tabungan *mudharabah* yang menerapkan akad *mudharabah* mengikuti prinsip-prinsip *mudharabah*. Diantaranya: pertama, keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara *shahibul maal* (dalam hal ini nasabah) dan *mudharib* (dalam hal ini Bank). Kedua, adanya tenggang waktu antara dana yang diberikan dan pembagian keuntungan, karena untuk melakukan investasi dengan dana itu diperlukan waktu yang cukup. Tabungan *mudharabah* merupakan tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter Bank

Syariah Mandiri atau melalui ATM (*Automated Teller Machine*). (Bank Syariah Mandiri, 2017).

Operasinya dilakukan oleh Bank berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*. Setoran awal minimum Rp. 80.000, minimum setoran selanjutnya Rp. 10.000 dan saldo minimum Rp. 50.000. Terdapat beberapa manfaat pada produk ini salah satu diantaranya adalah aman dan terjamin, kemudian bagi hasil yang diperoleh bersifat kompetitif. Terdapat juga fasilitas yang diberikan pada tabungan *mudharabah* ini yaitu mendapatkan *mudharabah card* yang berfungsi sebagai kartu ATM dan debit. Tabungan *mudharabah* juga memiliki karakteristik tersendiri dimana ini menjadi daya tarik yang dapat mempengaruhi calon nasabah untuk memilih menyimpan pendapatannya pada tabungan *mudharabah*, diantaranya dalam hal *mudharabah* ini, Bank Syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kekuasaan penuh untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya.

Berdasarkan pengelolaan dana *mudharabah*, Bank Syariah membagi hasilkan oleh pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati serta yang telah dijelaskan dalam akad pembukaan rekening. Ketika mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab atas kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Tetapi, apabila yang terjadi adalah *mismanagement* (salah urus), bank akan bertanggung jawab penuh terhadap kerugian yang terjadi. Dalam memilih produk tabungan *mudharabah* ini, terdapat

beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih produk tersebut. diantaranya dipengaruhi oleh aksesibilitas, sosialisasi dan pendapatan (Maysaroh 2014, As'ad 2012 dan Azizah 2016).

Aksesibilitas adalah hak atas akses yang merupakan layanan kebutuhan melakukan perjalanan yang mendasar. Dalam hal ini aksesibilitas harus disediakan oleh pemerintah terlepas dari digunakannya moda transportasi yang disediakan tersebut oleh masyarakat. Kemudian aksesibilitas merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai tujuan dalam suatu perjalanan. Karakteristik sistem transportasi ditentukan oleh aksesibilitas. Aksesibilitas memberikan pengaruh pada beberapa lokasi kegiatan atau tata guna lahan. Lokasi kegiatan juga memberikan pengaruh pada pola perjalanan untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Pola perjalanan ini kemudian mempengaruhi jaringan transportasi dan akan pula memberikan pengaruh pada sistem transportasi secara keseluruhan (Susantono 2004:24).

Aksesibilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih produk, dimana aksesibilitas adalah jangkauan yang dapat dijangkau oleh masyarakat sehingga masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya. Semakin mudah akses yang ditempuh nasabah, baik itu lokasi, jarak yang dilalui, kemudian keadaan jalan yang dapat mempermudah masyarakat menjangkauinya, maka hal ini dapat membuat nasabah tertarik untuk memilih produk Bank. Begitu juga

dalam memilih produk tabungan *mudharabah*. Dengan aksesibilitas yang baik, maka masyarakat akan tertarik untuk membuka tabungan *mudharabah*. Dengan akses yang mudah ditempuh juga akan mempengaruhi masyarakat dalam memilih produk. Seperti yang dinyatakan oleh Maysaroh (2014) indikator paling dominan dari variabel ini adalah mudah dijangkau.

Mudah dijangkau berkaitan dengan letak suatu bangunan yang memiliki akses yang cukup mudah dilalui. dan ternyata pusat keramaian dan mudah dijangkau dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah. Siregar (2012) juga menyatakan faktor lokasi juga mempunyai pengaruh penting terhadap kemudahan dan kenyamanan dalam berhubungan dengan Bank. Semakin strategis letak lokasi suatu Bank, maka hal ini akan lebih memudahkan nasabah dan calon nasabah untuk menggunakan jasa bank tersebut, sehingga akan meningkatkan jumlah nasabah. Selanjutnya tabungan *mudharabah* dipengaruhi oleh sosialisasi.

Sosialisasi merupakan proses kompleks yang melibatkan banyak pihak yakni masyarakat pada umumnya. Sosialisasi umumnya muncul atas inisiatif orang-orang yang telah lama menjadi anggota masyarakat tertentu. Mereka disebut *agen* sosialisasi. Sebagai makhluk sosial. Manusia pasti berinteraksi dengan orang di sekitarnya. Saat berinteraksi tersebut manusia juga mengalami proses sosialisasi. Oleh sebab itu, sosialisasi dalam dunia perbankan syariah juga sangatlah penting, untuk itu diperlukan usaha-usaha yang nyata. Untuk mencapai tujuan yang

diinginkan perlu dilakukan perbaikan-perbaikan dalam mensosialisasikan perbankan syariah di masyarakat. (Santoso:2018).

Sosialisasi bisa terjadi dengan berbagai cara yang berbeda pada setiap orang dan dalam konteks sosial. Sosialisasi bisa dilakukan dengan cara sengaja atau tidak, baik bersifat formal maupun tidak. Sosialisasi dapat dilakukan secara tatap muka atau secara langsung, dapat juga dilakukan dengan jarak tertentu, seperti : melalui surat, buku dan media massa. (Effendi, 2016:100). Orang yang disosialisasi bisa aktif ataupun pasif, hal ini tergantung seberapa jauh mereka dapat memengaruhi orang yang melakukan sosialisasi atau menuntun sosialisasi diri mereka sendiri. Oleh sebab itu sosialisasi merupakan hal yang sangat diutamakan. Semakin baik sosialisasi yang dilakukan, maka ini dapat mempengaruhi masyarakat dalam memilih suatu produk. Dengan adanya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak perbankan mengenai tabungan *mudharabah* maka masyarakat akan lebih tau makna dan manfaat dari produk tabungan *mudharabah* tersebut. Hal ini tentu sangat berpengaruh bagi masyarakat dan masyarakat tertarik untuk memilih membuka tabungan *mudharabah* di Bank Syariah.

Hal ini dinyatakan oleh As'ad (2012) Tingkat sosialisasi perbankan syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih Bank Syariah. Sosialisasi memiliki peran yang cukup tinggi. Sifat pemasaran Bank Syariah tidak hanya menunjukkan sebatas produk-produk saja, melainkan layanan yang dapat

menjadikan pertukaran informasi antara Bank Syariah dengan nasabah maupun anggota masyarakat yang belum menjadinya nasabahnya. Apriliana (2017) sosialisasi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik minat dan mempertahankan nasabah. Karena salah satu tujuan sosialisasi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan Bank dan berusaha untuk menarik calon nasabah. Kemudian tabungan *mudharabah* juga dipengaruhi oleh pendapatan.

Menurut Suroto (2000) dalam Yuhansyah dan Iskandar (2018:12) Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Pendapatan berasal dari penyerahan barang atau jasa serta aktivitas usaha lainnya dalam suatu periode. Pendapatan dan beban sehubungan dengan suatu transaksi atau peristiwa tertentu diakui secara bersamaan, proses ini mengacu pada pengaitan pendapatan.

Beban termasuk jaminan dan beban lain yang terjadi setelah pengiriman barang, biasanya dapat diukur dengan andal jika kondisi lain untuk pengakuan pendapatan yang berkaitan dapat dipenuhi. Semakin meningkatnya pendapatan, maka hal ini akan mempengaruhi masyarakat untuk menabung agar dapat memenuhi

kebutuhan yang telah direncanakan untuk masa yang akan datang. Dengan tingginya pendapatan, maka ini akan meningkatkan minat masyarakat untuk membuka rekening tabungan. Seperti produk tabungan *mudharabah*. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh Pratama (2016) Pendapatan menjadi salah satu alasan nasabah untuk menggunakan produk atau jasa perbankan. Jadi, tingkat pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung *mudharabah* di BNI Syariah Yogyakarta.

Harhap (2016) semakin tinggi tingkat pendapatan nasabah yang mencerminkan semakin banyak juga harta yang dimiliki sehingga, semakin maraknya kegiatan tabungan ke Bank Muamalat. Pasrizal (2012) Semakin meningkat kelas sosial pengusaha maka, semakin memperkuat keputusan menjadi nasabah. Kelas sosial nasabah disini tinjau dari Sembilan variabel seperti status pekerja, pendapatan, harta benda, prestis individu, asosiasi, sosialisasi, kekuasaan, kesadaran kelas dan mobilitas. Indikator yang paling kuat dalam mengukur variabel kelas sosial adalah status pekerjaan. Artinya dengan meningkat status pekerjaan, maka keputusan menjadi nasabah Bank Syariah semakin kuat.

KCP Ulee Kareng terletak pada pusat kota dan ditengah keramaian, dimana masyarakat dapat menjangkau dengan mudah lokasi tersebut baik menggunakan alat transportasi maupun dengan prasarana lainnya. hal ini dapat menarik minat nasabah dalam memilih produk tabungan *mudharabah* pada KCP Ulee Kareng

Kota Banda Aceh. Berdasarkan hasil data yang telah diperoleh peneliti pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh, jumlah nasabah yang menggunakan produk tabungan *mudharabah* ini pada rentang tahun 2016 sampai 2018 adalah sebanyak 1.406 nasabah. Berikut jumlah nasabah yang menggunakan produk tabungan *mudharabah* Bank Syari'ah Mandiri Ulee Kareng selama tiga tahun terakhir pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Jumlah Penabung Produk Tabungan *Mudharabah*

Jenis Tabungan	Tahun			Total
	2016	2017	2018	
Tabungan <i>Mudharabah</i>	232 Orang	825 Orang	349 Orang	1.406 Orang

Sumber : Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng

Berdasarkan hasil jumlah nasabah yang terdapat dalam Tabel 1.1 sebelumnya, memberikan sebuah gambaran dimana terjadinya naik turunnya jumlah nasabah yang menggunakan tabungan *mudharabah* pada tahun 2016, 2017 dan 2018.

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Aksesibilitas, Sosialisasi dan Pendapatan Nasabah dalam Menggunakan Tabungan *Mudharabah*”** (studi pada Bank Mandiri Syariah. KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah sebelumnya, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah aksesibilitas, sosialisasi dan pendapatan secara bersama-sama berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Mandiri Syariah KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.
2. Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Mandiri Syariah KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.
3. Apakah sosialisasi berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.
4. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas, sosialisasi dan pendapatan terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

2. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian sebelumnya, maka manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

a. Perbankan

Sebagai saran untuk Bank Syariah bagaimana aksesibilitas, sosialisasi dan pendapatan dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh, dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan preferensi untuk penelitian yang akan datang.

b. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi mengenai produk tabungan *mudharabah* di Bank Syariah

Mandiri. Sehingga masyarakat memiliki gambaran atau pengetahuan dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah*.

2. Manfaat teoritis

a. Akademisi

Akademisi diharapkan dapat mengetahui wawasan di bidang perbankan syariah mengenai pengaruh aksesibilitas, sosialisasi dan pendapatan terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

b. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan di bidang ekonomi dan lembaga keuangan syariah, khususnya perbankan syariah.

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian, uraian sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang dari masalah yang ingin penulis teliti, kemudian rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian tentang pengaruh aksesibilitas, sosialisasi dan pendapatan terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh serta sistematika yang berisi uraian setiap bab.

BAB II Landasan Teori

Bab ini menjelaskan mengenai teori pada masing-masing variabel yang digunakan oleh peneliti yaitu akad *mudharabah*, tabungan *mudharabah*, aksesibilitas, sosialisasi, pendapatan serta membahas penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, Teknik memperoleh data, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan pembahasan hasil pengujian.

BAB V Kesimpulan dan Saran.

Berisi kesimpulan terkait mengenai ringkasan hasil penelitian yang sudah diteliti. Dan berisi saran untuk peneliti yang ingin meneruskan permasalahan ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *Mudharabah* merupakan tabungan yang dijalankan sesuai dengan akad *mudharabah*, jenis akad *mudharabah* ada dua, yakni *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyah*, perbedaan utama di antara keduanya jenis kad tersebut terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya. Dari hasil pengelolaan dana *mudharabah*, bank syariah akan membagikan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dijelaskan dalam akad pembukaan rekening. Dalam mengelola dana tersebut, Bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan atas kelalaiannya. (Karim, 2015:359)

Namun, apabila yang terjadi adalah mismanagement (salah urus) bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut. Perhitungan bagi hasil *mudharabah* dilakukan berdasarkan saldo rata-rata harian yang dihitung di tiap akhir bulan dan di buku awal bulan berikutnya. Menurut Ismail (2011:89) Tabungan *mudharabah* merupakan produk penghimpunan dana oleh Bank Syariah yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Bank Syariah bertindak sebagai *mudharib* dan nasabah sebagai *shahibul maal*. Nasabah menyerahkan pengelolaan dana tabungan *mudharabah* secara mutlak kepada *mudharib* (Bank Syariah), tidak

ada batasan baik dilihat dari jenis investasi, jangka waktu, maupun sektor usaha dan tidak boleh bertentangan dengan prinsip Syariah Islam.

Tabungan yang menerapkan akad *mudharabah* yaitu mengikuti prinsip-prinsip akad *mudharabah*. Diantaranya pertama, keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara *shahibul maal* dan *mudharib*. Kedua, adanya tenggang waktu antara dana yang diberikan dan pembagian keuntungan. Karena, untuk melakukan investasi dengan memutar dana itu diperlukan waktu yang cukup. (Antonio, 2001:150)

Tabungan *Mudharabah* (Bank Syariah Mandiri, 2017) merupakan salah satu produk pada Bank Syariah Mandiri, tabungan *mudharabah* adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang mana penarikan dan setorannya bisa dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM. Tabungan *Mudharabah* ini menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Akad *mudharabah mutlaqah* adalah akad antara pihak pemilik modal (*sahibul maal*) dengan pengelola modal (*mudharib*) untuk memperoleh keuntungan yang kemudian akan dibagikan sesuai nisbah yang di sepakati. Dalam hal ini pengelola (Bank) diberikan kuasa penuh untuk mengelola modal atau menentukan arah investasi dana sesuai syariah. Pihak bank berhak mengelola dana nasabah yang disimpan (Ascarya :2011:52).

2.1.1 Akad *Mudharabah*

Menurut Antonio (2001:95) *Mudharabah* berasal dari kata *dharb*, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usahanya. Secara teknis, *al-mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal. Sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, maka si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

Mudharabah dapat didefinisikan sebagai sebuah perjanjian di antara paling sedikit dua pihak dimana satu pihak, pemilik modal (*shahibul al-mal* atau *rabb al-mal*), mempercayakan sejumlah dana kepada pihak lain, pengusaha (*mudharib*), untuk menjalankan suatu aktivitas atau usaha. Keistimewaan dari sebuah *mudharabah* adalah pada peran ganda dari *mudharib*, yakni sebagai wakil (agen) sekaligus mitra. *Mudharib* adalah wakil dari *rabb al-mal* dalam setiap transaksi yang ia lakukan pada harta *mudharabah*. *Mudharib* kemudian menjadi mitra dari *rabb al-mal* ketika ada keuntungan, karena *mudharabah* adalah sebuah kemitraan dalam keuntungan, dan seorang wakil tidak berhak mendapatkan keuntungan atas dasar

kerja dia setelah munculnya keuntungan, tetapi ia menjadi seorang mitra dalam situasi ini disebabkan oleh perjanjian kemitraan (Algaoud, 2001: 66).

Mudharabah menurut Ascarya (2011:60) merupakan akad bagi hasil ketika pemilik dana/modal (*shahibul maal/rabbu maal*, menyediakan modal 100% kepada pengusaha sebagai pengelola (*mudharib*) untuk melakukan aktivitas produktif dengan syarat bahwa keuntungan yang dihasilkan akan dibagi diantara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad. Pengelola (*mudharib*) tidak ikut menyertakan modal, tetapi menyertakan tenaga dan keahliannya dan juga tidak meminta gaji atau upah dalam menjalankan usahanya. Pemilik dana (*shahibul maal*) hanya menyediakan modal dan tidak dibenarkan untuk ikut campur dalam manajemen usaha yang dibiayainya.

2.1.2 Dasar Hukum *Mudharabah*

Akad *mudharabah* juga dilakukan oleh Nabi Muhammad Saw dengan Khadijah ketika ia berprofesi sebagai pedagang, dengan demikian, ditinjau dari segi hukum Islam, maka praktik *mudharabah* ini dibolehkan, baik menurut Al-quran, Sunnah maupun Ijma'. Dalam praktik *mudharabah* antara Khadijah dengan Nabi, saat itu khadijah mempercayakan barang dagangannya untuk dijual oleh Nabi Muhammad Saw keluar Negeri. Dalam kasus ini, Khadijah berperan sebagai pemilik modal sedangkan, Nabi Muhammad Saw. berperan sebagai pelaksana usaha, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan disebut akad *mudharabah*. Atau

singkatnya, akad *mudharabah* adalah persetujuan kongsi antara harta dari salah satu pihak dengan kerja dari pihak lain (Karim, 2014:204)

Terdapat landasan dasar syariah yang mencermikan anjuran untuk berserikat. Menurut Ismail (2011:170), dasar hukum akad *mudharabah* terdapat dalam firman Allah SWT (Q.S As-Sad [38]:24)

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا
مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا
وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّهٗ
فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ ۗ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ۗ ﴿٢٤﴾

Artinya: “ Dia (Daud) berkata, “ Sungguh, dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak di antara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan dan hanya sedikitlah mereka yang begitu.” Dan Daud menduga bahwa kami mengujinya. Maka, dia memohon ampunan kepada Tuhannya lalu menyunjungkur sujud dan bertobat”. (Q.S As-Sad [38]:24)

Menurut Antonio (2001:95) landasan syariah *al-mudharabah* lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha. Firman Allah SWT (Q.S Al-Jumu'ah[62]:10)

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah SWT...” (Q.S Al-Jumu'ah[62]:10)

firman Allah SWT (Q.S Al-Baqarah[2]:198)

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَتٍ فَأَذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾

Artinya: “Tidak ada dosa (halangan) bagi kamu untuk mencari karunia Tuhanmu...” (Q.S Al-Jumu'ah[2]:198)

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa, pada surah Al-Jumu'ah:10 dan Al-Baqarah:1989 sama-sama mendorong kaum

muslimin untuk melakukan upaya perjalanan usaha. Hal ini, berguna untuk mencari karunia Allah SWT. Salah satu bentuk usaha tersebut adalah dengan melakukan kerja sama dalam kontrak/akad *mudharabah*, sebagaimana yang pernah dilakukan oleh Rasulullah SAW dengan Khadijah. Khadijah memberikan modal, kemudian Rasulullah pergi ke Syam dengan membawa modal tersebut untuk diperdagangkan. Perniagaan itu mendapatkan keuntungan yang banyak dan Rasulullah mendapatkan bagian dari keuntungan itu.

Hadits tentang *mudharabah*, Dari Shahih bin Shuhaib r.a bahwa Rasulullah SAW bersabda, “ Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkatan: jual beli secara tangguh, *muqaradhah*(*mudharabah*) dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual.” (HR Ibnu Majah no.2280, kitab At-Tijarah). Kemudian, hadits Rasulullah SAW mengenai akad *mudharabah*, dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW bersabda: “ Sesungguhnya Allah Azza wa Jalla berfirman, Aku pihak ketiga dari du orang yang berserikat seklama salah satunya tidak mengkhianati lainnya.” (HR. Abu Dawud dalam kitab Al-Buyu’ dan Al-Hakim).2.1.3 Rukun Mudharabah

Menurut Ismail (2011:178) rukun *mudharabah* adalah :

- a. Pihak yang melakukan akad (*shahibul maal dan mudharib*) harus mengetahui hukum

- b. Modal yang diberikan *shahibul maal* yaitu sejumlah uang atau aset untuk tujuan usaha yang mana terdapat beberapa syarat yakni:
 1. Modal harus jelas jumlah dan jenisnya.
 2. Dapat berbentuk uang atau barang yang dapat dinilai pada waktu akad.
 3. Modal tidak berbentuk piutang. Modal harus dibayarkan kepada *mudharib*, bisa secara bertahap maupun sekaligus, sesuai dengan kesepakatan pada akad *mudharabah*.
- c. Pernyataan ijab Kabul, dijelaskan secara tertulis yang menyangkut semua ketentuan yang disepakati dalam akad.
- d. Keuntungan *mudharabah* merupakan jumlah yang didapat sebagai kelebihan dari modal yang telah diserahkan oleh *shahibul maal* kepada *mudharib*.

Menurut Karim (2014:205) dan Ascarya (2011:62) terdapat beberapa rukun yang harus ada dalam akad *mudharabah* yaitu:

1. Pelaku (pemilik modal maupun pelaksana usaha)
2. Objek *mudharabah* (modal dan kerja)
3. Persetujuan kedua belah pihak (*ijab-qabul*)
4. Nisbah keuntungan

2.1.4 Syarat *Mudharabah*

Menurut Ascarya (2011:62), Sumitro (2004:31) dan Rasiem (2012:95) syarat-syarat khusus yang harus dipenuhi dalam

mudharabah terdiri dari syarat modal dan keuntungan. Syarat modal yaitu:

- 1) Modal harus berupa uang.
- 2) Modal harus jelas dan diketahui jumlahnya.
- 3) Modal harus tunai bukan hutang.
- 4) Modal harus diserahkan kepada mitra kerja.

Sementara itu, syarat keuntungan yaitu, keuntungan harus jelas ukurannya dan keuntungan harus dengan pembagian yang disepakati kedua belah pihak.

2.1.5 Jenis-jenis akad *mudharabah*

Menurut Karim (2014:212), Ismail (2011:86) dan Nurdin (2010:75) terdapat dua jenis akad *mudharabah* yaitu sebagai berikut:

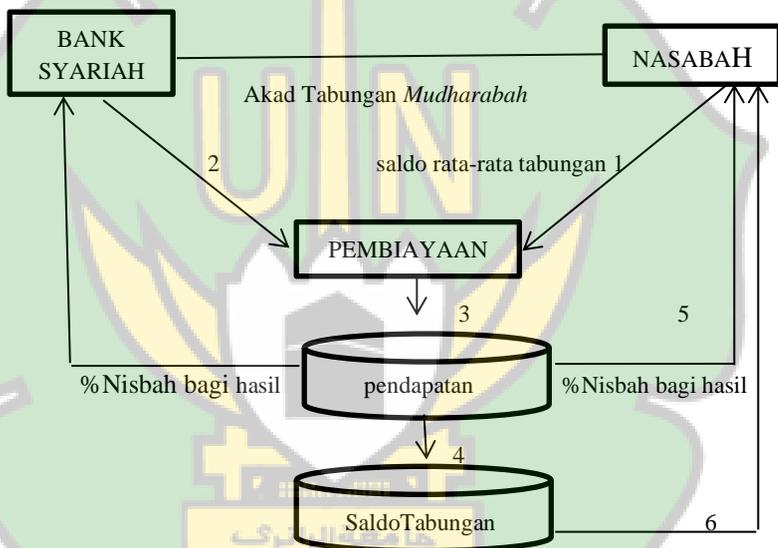
a). *Mudharabah Mutlaqah*

Pada akad *mudharabah mutlaqah* pemodal (shahibul maal) tidak mensyaratkan kepada pengelola (mudharib) untuk melakukan jenis usaha tertentu. Jenis usaha yang akan dijalankan oleh mudharib secara mutlak diputuskan oleh mudharib yang dirasa sesuai sehingga, disebut *mudharabah* tidak terikat atau tidak terbatas. Hal yang tidak boleh dilakukan oleh pengelola tanpa seizin pemodal antara lain: meminjam modal, meminjamkan modal dan me-*mudharabah*-kan lagi dengan orang lain. *Mudharabah mutlaqah* biasa diaplikasikan dalam pendanaan.

b). *Mudharabah Muqayyadah*

Pada akad *mudharabah muqayyah* pemodal (*shahibul maal*) mensyaratkan kepada pengelola (*mudharib*) untuk melakukan jenis usaha tertentu pada tempat dan waktu tertentu sehingga, disebut *mudharabah* terikat atau terbatas. Akad *mudharabah muqayyah* biasa diaplikasikan dalam pendanaan maupun pembiayaan.

Menurut Ismail (2011:173) Skema tabungan *mudharabah* seperti terlihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1: Skema Tabungan Mudharabah

Berdasarkan skema tabungan *mudharabah* diatas, berikut penjelasan dari skema tersebut:

1. Nasabah investor memberikan dananya dalam bentuk tabungan *mudharabah*.
2. Bank syariah akan menyalurkan semua dana nasabah penabung dalam bentuk pembiayaan

3. Bank syariah memperoleh pendapatan atas pembiayaan yang telah disalurkan.
4. Bank syariah akan menghitung bagi hasil atas dasar *revenue sharing*, yaitu pembagian bagi hasil atas dasar pendapatan sebelum dikurangi biaya. Jumlahnya disesuaikan dengan saldo rata-rata tabungan dalam bulan laporan.
5. Pada akhir bulan, nasabah penabung akan mendapatkan bagi hasil dari Bank syariah sesuai dengan nisbah yang telah diperjanjikan.
6. Ketika nasabah membutuhkan dana, maka dana nasabah akan dikembalikan sesuai dengan jumlah penarikannya.

2.1.6 Manfaat Tabungan *Mudharabah*.

Muhammad Syafii Antonio (dalam Shomad, 2012:152) mengidentifikasi manfaat *mudharabah* sebagai berikut:

1. Bank akan merasakan peningkatan bagi hasil ketika keuntungan usaha nasabah meningkat.
2. Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah pendanaan secara tetap, namun, harus disesuaikan dengan pendapatan hasil usaha Bank, sehingga Bank tidak akan pernah mengalami *negative spread*.

3. Pengembalian pokok pembiayaan disesuaikan dengan *cash flow*/ arus kas usaha nasabah dengan demikian tidak memberatkan nasabah.
4. Bank akan lebih selektif dan berhati-hati (*prudent*) dalam mencari usaha yang benar-benar halal, aman dan menguntungkan, karena keuntungan yang konkret dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan.
5. Dalam hal *mudharabah* ini tidak sama dengan prinsip bunga tetap yang mana pada saat Bank akan menagih penerima pembiayaan (nasabah) suatu jumlah bunga tetap berapapun keuntungan yang dihasilkan nasabah, sekalipun merugi maupun terjadinya krisis ekonomi.

2.1.7 Pengukuran Tabungan *Mudharabah*

Pengukuran pada tabungan *mudharabah* ini dapat dilihat dari jumlah masyarakat yang telah menggunakan tabungan *mudharabah* ini atau yang telah menjadi nasabah tabungan tersebut. Memilih tabungan *mudharabah* adalah pengambilan keputusan yang dilakukan nasabah. menurut Maski (2010) keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian yaitu: ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, ada tujuan yang ingin dicapai dan kepuasan diambil semakin mendekati tujuan tersebut. Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau *problema* untuk menjawab pertanyaan apakah harus diperbuat untuk

mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Sejalan dengan perilaku konsumen.

Pengambilan keputusan konsumen (*customer decision making*) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan. Dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Memilih tabungan *mudharabah* adalah pengambilan keputusan yang dilakukan nasabah yang melalui berbagai tahapan seperti pengenalan masalah dimana masalah akan kebutuhan yang harus dipenuhi, tingkat pendapatan yang mencukupi, mudahnya akses pencarian informasi terhadap jasa yang digunakan.

Indikator keputusan memilih produk tabungan *mudharabah* adalah:

1. Pertimbangan pengetahuan
2. Pertimbangan lokasi
3. Pertimbangan kualitas pelayanan
4. Pertimbangan bagi hasil

2.2 Aksesibilitas

Menurut Kencawati dalam Pohan (2016) asal kata aksesibilitas atau *accessibility* ini berasal dari Bahasa Inggris yaitu hal yang dapat masuk atau hal yang mudah dicapai serta hal yang mudah dijangkau. Aksesibilitas bisa juga diartikan sebagai

kemudahan atau keterjangkauan pada suatu objek yang ada di permukaan bumi. Tingkat aksesibilitas dapat ditentukan oleh jarak, keadaan sarana dan prasarana perhubungan seperti kondisi jalan dan lebar jalan, ketersediaan berbagai sarana penghubung termasuk frekuensinya dan taraf keamanan dan kenyamanan untuk mencapai jalur tersebut.

Menurut Black (1981) dalam Tamin (2002:32) Aksesibilitas adalah konsep yang menggabungkan sistem peraturan tata guna lahan secara geografis dengan sistem jaringan transportasi yang menghubungkannya. Aksesibilitas adalah suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan “mudah” atau “susah”nya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Pernyataan mudah atau susah merupakan hak yang sangat subjektif dan kualitatif. Mudah bagi seseorang belum tentu mudah bagi orang lain, begitu juga dengan pernyataan susah. Oleh karena itu diperlukan kinerja kuantitatif (terukur) yang dapat menyatakan aksesibilitas atau kemudahan.

Aksesibilitas dapat dinyatakan dengan jarak. Jika suatu tempat berdekatan dengan tempat lainnya, dikatakan aksesibilitas antara kedua tempat tersebut tinggi. Sebaliknya, jika kedua tempat itu sangat berjauhan, aksesibilitas antara keduanya rendah. Jadi, tata guna lahan yang berbeda pasti mempunyai aksesibilitas yang berbeda pula karena aktivitas tata guna lahan tersebut tersebar dalam ruang secara tidak merata (heterogen). Aksesibilitas menurut Sheth dan Sisodia (2012:15) adalah sejauh mana pelanggan dapat

dengan mudah memperoleh dan menggunakan produk. Aksesibilitas memiliki dua dimensi, yaitu:

- a. ketersediaan : ditunjukkan oleh faktor-faktor seperti pasokan relative terhadap permintaan, sejauh mana produk disimpan di penyimpanan, terkait produk dan layanan.
- b. kenyamanan : ditunjukkan oleh faktor-faktor seperti waktu dan upaya yang diperlukan untuk memperoleh produk, kemudahan yang produk dapat ditemukan di dalam dan berbagai lokasi, kemasan dalam ukuran nyaman.

Aksesibilitas yang didefinisikan oleh Warpani (2002:171) adalah sebagai tingkat kemampuan untuk mencapai atau mendapatkan barang dan jasa yang diperlukan. Menurut Parkesit, akses adalah tingkat kesulitan atau kemudahan masyarakat untuk memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan. Aksesibilitas mengacu sejauh mana perangkat, produk, perangkat, layanan atau lingkungan yang tersedia untuk orang sebanyak mungkin. Hal ini dapat didefinisikan sebagai “kemampuan untuk mengakses” ketika mengambil manfaat dari setiap entitas atau sistem. Namun, makna aksesibilitas dapat bervariasi dari pelanggan ke konsumen, hal itu perlu dioperasionalkan secara berbeda (Baker, 2002 dalam Miro, 2009:13).

2.2.1 Manfaat Aksesibilitas

Aksesibilitas menyediakan ukuran kinerja antara tata guna lahan dengan sistem transportasi. Penghuni perumahan lebih

tertarik dengan aksesibilitas menuju tempat kerja, sekolah, toko, pelayanan kesehatan dan tempat rekreasi. Pedagang lebih memperhatikan aksesibilitas menuju konsumen sedangkan pemilik industri bergantung dengan aksesibilitas ke pasar tenaga kerja dan penyedia bahan baku transportasi (Black, Urban Transport Planning 1998 dalam Miro, 2009:15).

Menurut Kartono (2001) dalam Sulistyawati, dkk (2016), dengan adanya aksesibilitas ini diharapkan dapat mengatasi beberapa hambatan mobilitas, baik berkaitan dengan mobilitas fisik, misalnya mengakses jalan raya, pertokoan, gedung perkantoran, sekolah, pusat kebudayaan, lokasi industri dan rekreasi baik aktivitas non fisik seperti kesempatan bekerja, memperoleh pendidikan, mengakses informasi, mendapat perlindungan dan jaminan hukum. Untuk mengembangkan prasarana dan sarana yang dimiliki suatu daerah yang akhirnya akan dikembangkan pula oleh daerah dengan peningkatan taraf pembangunan yang merata, perkembangan suatu wilayah harus diteliti secara seksama prasarana dan sarana transportasi dan komunikasi apa yang paling cocok untuk dikembangkan. Perkembangan daerah dengan kesejahteraan penduduknya dapat meningkat.

2.2.2 Pengukuran Aksesibilitas.

Ukuran aksesibilitas (kemudahan) yang meliputi waktu, biaya dan usaha dalam melakukan perpindahan antara tempat-tempat atau kawasan dari sebuah sistem. Salah satu variabel yang dapat

dinyatakan apakah tingkat aksesibilitas itu tinggi atau rendah dapat dilihat dari banyaknya sistem jaringan yang tersedia pada suatu daerah. Semakin banyak sistem jaringan yang tersedia pada daerah tersebut, maka semakin mudah aksesibilitas yang didapat. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah tingkat aksesibilitas yang didapat, maka semakin sulit daerah itu dijangkau dari daerah lainnya.

Aksesibilitas dapat diukur menurut Black (1981) dalam Miro (2009:17) :

1. Ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan mudah atau susahnya lokasi tersebut dicapai melalui system jaringan transportasi.
2. Merupakan suatu konsep yang menggabungkan (mengkombinasikan) system tata guna lahan secara geografis dengan system jaringan transportasi yang menghubungkan, di mana perubahan tata guna lahan, yang menimbulkan zona-zona dan jarak geografis di suatu wilayah atau kota, akan mudah dihubungkan oleh penyediaan prasarana atau sarana angkutan.
3. Mudahnya suatu lokasi dihubungkan dengan lokasi yang lainnya lewat jaringan transportasi yang ada, berupa prasarana jalan dan alat angkut yang bergerak diatasnya. Dengan perkataan lain: suatu ukuran kemudahan dan kenyamanan mengenai cara lokasi petak (tata) guna lahan

yang saling berpencar, dapat berinteraksi (berhubungan) satu sama lain.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat aksesibilitas menurut Miro (2009:20) sebagai berikut:

1. Faktor waktu tempuh sangat tergantung oleh ketersediaannya prasarana transportasi dan sarana transportasi yang dihandalkan (*reliable transportation system*), contohnya pada jaringan jalan yang berkualitas dan terjaminnya armada yang siap melayani kapan saja.
2. Faktor biaya atau ongkos perjalanan, biaya perjalanan ikut berperan dalam menentukan mudah tidaknya tempat tujuan yang ingin dicapai, karena biaya atau ongkos perjalanan yang tidak terjangkau mengakibatkan masyarakat (kalangan menengah kebawah) enggan atau bahkan tidak mau melakukan perjalanan.
3. Faktor intensitas (kepadatan) guna lahan, padat nya kegiatan pada suatu petak lahan yang sudah di isi dengan berbagai macam kegiatan akan berpengaruh pada dekatnya jarak tempuh berbagai kegiatan tersebut dan secara tidak langsung hal tersebut ikut mempertinggi tingkat kemudahan pencapaian tujuan.
4. Faktor pendapatan orang yang melakukan perjalanan. Pada umumnya orang mudah melakukan perjalanan apabila ia

didukung oleh kondisi ekonomi yang mapan, walaupun jarak perjalanan secara fisik jauh.

Tamin (2000:33) mengatakan indikator aksesibilitas secara sederhana dapat dinyatakan dengan jarak. Jika suatu tempat berdekatan dengan tempat lainnya, dikatakan aksesibilitas antara kedua tempat tersebut tinggi. Sebaliknya jika berjauhan aksesibilitas antara keduanya rendah. Selain jarak dan waktu, biaya juga merupakan beberapa indikator aksesibilitas. Apabila antar kedua tempat memiliki waktu tempuh yang pendek maka dapat dikatakan kedua tempat itu memiliki aksesibilitas yang tinggi. Biaya juga dapat menunjukkan tingkat aksesibilitas. Biaya disini dapat merupakan biaya yang menggabungkan waktu dan biaya sebagai ukuran untuk hubungan transportasi.

Indikator aksesibilitas yaitu:

1. Lokasi Bank mudah dijangkau
2. Lokasi menarik dan nyaman
3. Pusat keramaian
4. Transportasi

2.3 Sosialisasi

Istilah ‘sosialisasi’ secara umum berarti proses pewarisan nilai-nilai budaya dari orang tua kepada anak-anak muda agar mereka dapat berperilaku sesuai nilai-nilai sosial masyarakat.

Berikut pendapat para ahli tentang sosialisasi antara lain : Johns mendefinisikan, sosialisasi sebagai proses dimana orang belajar norma dan peran yang diperlukan dalam suatu kelompok atau organisasi. Carlotte Buehler, mendefinisikan sosialisasi sebagai proses yang membantu individu-individu belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana cara hidup dan berpikir kelompoknya agar ia dapat berperan dan berfungsi didalam kelompoknya. Soerjono mendefinisikan sosialisasi adalah proses tempat seorang individu mendapatkan pembentuk sikap untuk berperilaku yang sesuai dengan perilaku orang-orang di sekitarnya. Sosialisasi adalah sebuah proses pemahaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari suatu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat, sejumlah sosiolog menyebut sosialisasi sebagai teori mengenai peranan (*role theory*).

Menurut Musthofa (2007:10) dalam Arif (2015) sosialisasi adalah suatu konsep umum yang dimaknakan sebagai proses dimana kita belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berfikir, merasakan dan bertindak dimana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif. Dalam pandangan Kimball Young, sosialisasi ialah hubungan interaktif yang dengannya seseorang mempelajari keperluan sosial dan kultural, yang menjadikan seseorang sebagai anggota masyarakat. Secara sosiologis, sosialisasi berarti belajar untuk menyesuaikan diri dengan *mores*, *folkways*, tradisi dan kecakapan-kecakapan kelompok. Secara

psikologis, sosialisasi berarti mencakup kebiasaan-kebiasaan, perangai-perangai, ide-ide, sikap dan nilai.

Sosialisasi dikaitkan dengan proses membimbing individu ke dalam dunia sosial. Sosialisasi dilakukan dengan mendidik individu tentang kebudayaan yang harus dimiliki dan diikutinya agar ia menjadi anggota yang baik dalam masyarakat dan dalam berbagai kelompok khusus. Sosialisasi dapat dianggap sama dengan pendidikan. (Rifa'i 2011:46). Seluruh proses sosialisasi berlangsung dalam interaksi individu dengan lingkungannya. Dalam proses sosialisasi dianjurkan peran-peran yang harus dijalani oleh individu. Secara umum sosialisasi adalah suatu proses belajar yang dilakukan oleh seorang individu untuk bertingkah laku berdasarkan batasan-batasan yang telah ada dan diakui di dalam masyarakat.

Sosialisasi dapat juga didefinisikan yaitu suatu proses dalam hidup seorang individu untuk mempelajari berbagai macam kebiasaan seperti cara hidup, nilai-nilai dan norma-norma sosial yang terdapat dalam masyarakat dengan maksud supaya dapat diterima oleh masyarakat. Jadi, sosialisasi adalah suatu proses yang dapat membantu individu dalam penyesuaian diri agar dapat berperan dan berfungsi didalam kelompoknya.

Sosialisasi memiliki peran yang cukup tinggi. Sifat pemasaran Bank Syariah tidak hanya menerangkan sebatas produk-produk saja, melainkan layanan yang dapat menjadikan pertukaran informasi Bank Syariah dengan nasabah maupun

anggota masyarakat yang belum menjadinya nasabahnya. Sosialisasi merupakan sarana yang paling ampuh dalam menarik minat dan mempertahankan nasabah. Karena salah satu tujuan sosialisasi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan Bank dan berusaha untuk menarik calon nasabah. Oleh sebab itu, sosialisasi dalam dunia perbankan syariah juga sangatlah penting, untuk itu diperlukan usaha-usaha yang nyata. (Santoso:2018).

2.3.1 Jenis Sosialisasi

Menurut Damsar (2011:66) Terdapat beberapa jenis sosialisasi dari berbagai sisi, yaitu sosialisasi berdasarkan kebutuhan, sosialisasi berdasarkan cara yang dipakai dan sosialisasi berdasarkan keberadaan perencanaan.

1. Sosialisasi berdasarkan kebutuhan.

Berdasarkan kebutuhan, sosialisasi diklasifikasi atas sosialisasi primer dan sekunder. Sosialisasi primer menunjukkan pada suatu proses melaluinya seorang anak manusia mempelajari atau menerima pengetahuan, sikap, norma, perilaku esensial dan harapan agar mampu berpartisipasi efektif dalam masyarakat dan atau menjadi anggota masyarakat. Sedangkan menurut Berger dan Luckman (1990:187) dalam Heslin (2007:79) sosialisasi sekunder adalah setiap proses selanjutnya yang menghimbau individu yang telah disosialisasikan itu kedalam sektor-sektor baru dari dunia objektif masyarakatnya. Sosialisasi sekunder dikenal juga sebagai resosialisasi. Secara harfiah berarti bersosialisasi kembali, yaitu

suatu proses mempelajari norma, nilai, sikap dan perilaku baru agar sepadan dengan situasi baru yang mereka hadapi dalam kehidupan.

2. Sosialisasi berdasarkan cara yang dipakai.

Sunarto (2004:31) menerangkan sosialisasi berdasarkan cara yang digunakan dapat berlangsung dalam dua bentuk : pertama, sosialisasi repesif yaitu sosialisasi yang menekankan pada kepatuhan anak dan penghukuman terhadap perilaku yang keliru. Kedua, sosialisasi partisipasif, yaitu kebalikan dari sosialisasi repesif. Sosialisasi partisipasif sosialisasi yang menekankan pada otonomi anak dan memberikan imbalan terhadap perilaku yang baik. Diantara kedua cara tersebut. Yang baik untuk diterapkan kan adalah sosialisasi partisipasif dimana dengan cara ini akan menghasilkan anaka yang lebih mandiri, tidak tertekan, memiliki kemampuan memimpin dan bekerja sama yang lebih baik dibandingkan dengan sosialisasi yang repesif.

3. Sosialisasi berdasarkan keberaaan perencanaan.

Bila sosialisasi dilihat berdasarkan keberadaan perencanaan, maka sosialisasi dapat mengambil bentuk sosialisasi berdasarkan perencanaan dan tanpa perencanaan. Sosialisasi berdasarkan perencanaan merupakan sosialisasi yang dilakukan atas rencana yang berkelanjutan dan sistematis, dapat ditemukan dalam dunia formal seperti sekolah dan perguruan tinggi sert nonformal seperti kursus dan pelatihan. Sedangkan sosialisasi tanpa perencanaan terjadi dalam suatu proses interaksi yang terjadi dalam

masyarakat, misalnya dalam keluarga, kelompok teman sebaya atau lingkungan tempat tinggal. Sosialisasi tanpa perencanaan dilakukan melalui perilaku, sikap dan struktur aktual dari orang tua atau anggota senior dari masyarakat.

2.3.2 Agen Sosialisasi

Menurut Damsar (2011:45), Padil (2010:98) dan Rifa'I (2011 :115) Dalam sosialisasi, terdapat beberapa agen yang dipandang memegang peranan penting, antara lain yaitu :

1. Keluarga.
2. Sekolah.
3. kelompok teman sebaya (*peer group*)
4. media massa.
5. Agama.
6. lingkungan tempat tinggal.

Agen inilah dipandang yang berperan dalam membentuk pengetahuan atau wawasan, sikap, nilai, norma, perilaku esensial dan harapan-harapan agar mampu berpartisipasi efektif dalam masyarakat.

2.3.3 Manfaat Sosialisasi

Menurut Padil (2011:89) Proses sosialisasi yang dilakukan secara baik, maka akan menghasilkan manfaat yang berguna bagi seseorang yang menerima sosialisasi tersebut. Diantaranya:

1. Individu dapat menahan dan mengubah impuls-impuls dalam dirinya dan mengambil oper cara hidup masyarakatnya
2. Dapat mempelajari dan menyesuaikan kebiasaan, sikap, ide-ide, pola nilai dan tingkah laku dengan standart tingkah laku dimana ia hidup.
3. Dapat mengembangkan dan menyusun semua sifat dan kecakapan yang telah dipelajari dalam proses sosialisasi sebagi suatu kesatuan sistem dalam dirinya.

Rifa'i (2010) sosialisasi tercapai melalui komunikasi dengan anggota masyarakat lainnya. sebagai contoh didalam interaksi anak dengan lingkungan, ia lambat laun mendapatkan kesadaran akan dirinya sebagai pribadi. Ia dapat mengatur kelakuannya seperti yang diharapkan orang dari padanya. Demikianlah akhirnya ia lebih mengenal dirinya dalam lingkungan sosialnya, dapat menyeuaiakan kelakuannya dengan harapan masyarakat dan menjadi anggota masyarakat melalui proses sosialisasi yang dilaluinya. Tujuan sosialisasi pada prinsipnya adalah untuk membentuk kepribadian seseorang agar selaras dengan nilai dan norma, artinya individu menyadari status sosialnya di masyarakat sehinga dapat menjalankan peran sosialnya sebagaimana seharusnya. Selain itu, dengan kepribadian yang selaras, individu dianggap akan mampu hidup bermasyarakat.

Dalam kehidupan ini, bersosialisasi merupakan hal yang sangat penting, dalam agama juga sangat diterapkan agar kita saling bersosialisasi. Hal ini terdapat pada (Q.S An-nisa' [4]:1).

... وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ

عَلَيْكُمْ رَقِيبًا

Artinya: “...dan bertakwalah kepada Allah yang dengan nama-Nya kamu saling meminta dan (peliharalah) hubungan kekeluargaan. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasimu”. (Q.S An-nisa'[4]:1)

Ayat diatas sudah jelas bahwa perintah sosilasisasi/silaturahmi menjadi perintah kedua setelah perintah dari takwa, hal tersebut membuktikan bahwa sosialisasi sangat dibutuhkan dan bermanfaat bagi masyarakat. Karena dengan adanya sosialisasi masyarakat akan menambah wawasan yang belum ia ketahui dan dengan sosialisasi dapat menjaga hubungan kekeluargaan (silaturahmi).

2.3.4 Pengukuran Sosialisasi

Pengukuran dalam sosialisasi dapat dilihat dalam meningkatnya status yang sering kali dengan meningkatnya kepercayaan dan meningkatnya kepercayaan peranan sosial

dilingkungan yang baru. Kemudian, terintegrasi secara kuat dengan masyarakat setempat dalam setiap aktifitas yang ditandai dengan keakraban dan persaudaraan diantara individu tersebut dengan masyarakat lain. Dan juga, dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial maupun lingkungan fisiknya. Sosialisasi bisa terjadi dengan berbagai cara yang berbeda pada setiap orang dan dalam konteks sosial. Sosialisasi bisa dilakukan secara sengaja ataupun tidak, bisa bersifat formal atau tidak. Sosialisasi memerlukan tatap muka, dapat dilakukan dengan jarak tertentu seperti : melalui surat, buku dan media massa. (Effendi, 2016:100).

Penyuluhan dan sosialisasi merupakan salah satu strategi paling penting di dalam memasyarakatkan pengetahuan dan peran suatu lembaga. Menurut Widodo,dkk (2010:168) indikator dalam melakukan sosialisasi perlu adanya strategi dan metode yang dapat diaplikasikan dengan baik dan menjadi indikator dan komponen dalam sosialisasi diantaranya yaitu:

1. Penyuluhan
 - Metode yang digunakan
 - Tempat, fasilitas dan media yang digunakan
 - Materi yang disampaikan
2. Cara sosialisasi
 - Seminar (sosialisasi langsung)
 - Iklan (sosialisasi tidak langsung)
3. Media informasi yang digunakan

Sumber informasi banyak bersumber dari media masa namun media luar ruang juga menjadi sumber yang diperhatikan oleh masyarakat meliputi:

- Media cetak
- Media elektronik

2.4 Pendapatan

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Penjelasan tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya dikonsumsi. Pendapatan ialah arus masuk atau penambahan aktiva atau penyelesaian suatu kewajiban atau gabungan dari keduanya yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atau aktivitas-aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi ini (*major/central operation*) yang berkelanjutan (*regular*) dari suatu perusahaan. (Suparyanto, 2014)

Menurut Munandar (2006:18) pengertian pendapatan adalah suatu pertambahan asset yang mengakibatkan bertambahnya *owners equity*, tetapi bukan karena pertambahan modal baru dari pemiliknya dan bukan pula merupakan pertambahan asset yang

disebabkan karena bertambahnya *liabilities*, pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh, maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Menurut Suroto (2000) dalam Yuhansyah dan Iskandar (2018:12) Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung mau pun tidak langsung. Pendapatan berasal dari penyerahan barang atau jasa serta aktivitas usaha lainnya dalam suatu periode. Pendapatan dan beban sehubungan dengan suatu transaksi atau peristiwa tertentu diakui secara bersamaan, proses ini mengacu pada pengaitan pendapatan.

Pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapat yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun, yang diterima oleh penduduk suatu negara. Dari istilah pendapatan pribadi ini dapat disimpulkan bahwa dalam pendapatan pribadi telah termasuk juga pembayaran pindahan. Pembayaran tersebut merupakan pemberian-pemberian yang dilakukan oleh pemerintah kepada berbagai golongan masyarakat dimana para penerimanya tidak perlu memberikan

suatu balas jasa atau usaha apapun sebagai imbalannya. (Sukirno, 2015:47).

Pendapatan atau *income* dalam Kamus Bisnis Islam pendapatan disebut juga dengan ratib, salary, reward yang merupakan uang yang diterima seseorang dan perusahaan dalam bentuk gaji (*wage*), upah, sewa, laba dan sebagainya. Sedangkan menurut Kamus istilah Keuangan dan Perbankan, pendapatan merupakan penerimaan uang tunai yang diperoleh selama jangka waktu tertentu baik dari hasil penjualan barang maupun jasa atau piutang ataupun dari sumber-sumber lain. Jadi, menurut istilah, pendapatan adalah uang yang diterima seseorang sebagai hasil penjualan barang atau jasa. (Alimsyah, 2003:456).

2.4.1 Manfaat Pendapatan

Dengan adanya pendapatan, dapat digunakan untuk keberlangsungan usaha. Menurut Kusnadi (2000:19) pendapatan dapat diklasifikasikan berdasarkan sumbernya, yang digunakan untuk menghasilkan informasi yang digunakan perusahaan untuk menyiapkan dan mengontrol anggaran, mengontrol pengumpulan pendapatan, menyiapkan laporan keuangan. Sumber penghasilan perusahaan terbagi menjadi dua bagian yaitu: pendapatan operasional dan pendapatan non operasional. Pendapatan dapat diakui hanya bila besar kemungkinan manfaat ekonomi sehubungan dengan transaksi tersebut akan mengalir kepada perusahaan. Bila suatu ketidakpastian timbul tentang kolektibilitas sejumlah tertentu yang telah termasuk dalam pendapatan, jumlah yang tidak tertagih atau

jumlah pemulihannya (*recovery*) tidak lagi besar kemungkinannya diakui sebagai beban (PSAK No.23 Tahun 2012).

Pendapatan juga merupakan hal sangat penting dalam kehidupan, dimana dengan adanya pendapatan maka masyarakat dapat mencukupi kebutuhan yang di perlukan. Ini terdapat pada firman Allah SWT (Q.S At-Talaq [65]:7)

لِيُنْفِقَ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ ۗ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ
مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَاءً آتَاهَا سَيِّجَعُلُ
اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا

Artinya: “Hendaklah orang yang mempunyai keluasan memberi nafkah menurut kemampuannya, dan orang yang terbatas rezekinya, hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak membebani seseorang melainkan (sesuai) dengan apa yang diberikan Allah kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan setelah kesempitan” (Q.S At-Talaq [65]:7)

Berdasarkan ayat tersebut dapat di ketahui bahwa Allah telah memberikan rezeki sesuai dengan kadar kemampuan yang dimiliki hambanya, dimana dengan rezeki tersebut dapat memberikan kelapangan, kelapangan disini yaitu memberi kemudahan bagi hambanya dalam memenuhi atau mencukupi kebutuhan hambanya.

Menurut pemikiran Ibnu Sina (Avicenna 370-428 H / 980-1037 M) menurutnya harta didapat dari dua sumber yakni warisan dan kerja. Islam memerintahkan umat untuk memproduksi dan menekuni aktifitas ekonomi dalam segala bentuk seperti, pertanian, pengembalaan, berburu, industri, perdagangan dan bekerja dalam berbagai bidang keahlian. (Al-kaaf, 2002:175)

Islam sangat mengatur segala hal berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan seorang muslim. Dalam pemasukan pendapatan harus diawali dengan bekerja. Pendapatan yang dimiliki harus halal dan baik dari usaha yang baik. Pengeluaran sehari-hari juga harus ditur agar tidak teradinya pemborosan. Islam mendorong agar setiap amal perbuatan yang menghasilkan benda atau pelayanan yang bermanfaat bagi manusia atau yang membuat kehidupan mereka menjadi lebih makmur dan sejahtera. Dengan bekerja masyarakat dapat memenuhi keinginan dan dapat memenuhi hajat hidupnya. Hajat hidup keluarganya, berbuat baik antar kerabatnya, memberikan pertolongan kepada yang membutuhkan, ikut serta bagi kemaslahatan umat, berinfaq dijalan Allah dan menegakkan kalimah-Nya. (Qardhawi, 2001:151).

2.4.2 Pengukuran Pendapatan

Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (Samuelson dan Nordhaus, 2002 dalam Hanum, 2017).

Dalam pandangan Keynes tabungan bukan ditentukan oleh suku bunga, tetapi oleh tingkat pendapatan masyarakat. Makin tinggi pendapatan, makin tinggi pula tabungan. (Sukirno, 2015:101). Dalam teori ekonomi Islam, motif yang dapat mempengaruhi manusia untuk mendapatkan dan memiliki uang adalah untuk transaksi dan berjaga-jaga. Secara nyata, seseorang dalam kehidupan sehari-hari perlu menyimpan uang untuk menghadapi hal-hal yang tidak dapat diduga, baik disimpan di rumah untuk menghadapi kebutuhan jangka pendek, maupun disimpan di bank atau diinvestasikan dalam bentuk saham. Seperti yang dikutip Ahmad Hasan, menurutnya menyimpan uang (menabung) dianjurkan. Setiap apa yang lebih dari kebutuhan setelah menunaikan hak Allah adalah tabungan (*saving*). Oleh sebab itu, Islam mendorong untuk berinvestasi pendapatan atau uang yang dimiliki bukan untuk menimbun uang (Rozalinda, 2015:285)

Indikator pendapatan :

1. Penghasilan tetap perbulan
2. Pemenuhan kebutuhan hidup
3. Tabungan
4. Pengembangan usaha

2.5 Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, diantaranya :

Penelitian yang dilakukan oleh Ikhsan (2016) yang membahas mengenai Pengaruh Akseptabilitas, Afordabilitas, Aksesibilitas dan Kesadaran Terhadap Niat Beli Layanan 4G Telkomsel di Bandar Lampung. Hasil penelitian ditemukan bahwa ada tiga variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap niat beli layanan 4G Telkomsel di Bandar Lampung, yaitu akseptabilitas, aksesibilitas dan kesadaran. Variabel afordabilitas tidak berpengaruh secara signifikan dalam penelitian ini. Diketahui bahwa besar nilai R square (R^2) adalah 61% dimana faktor akseptabilitas, afordabilitas, aksesibilitas dan kesadaran memiliki pengaruh terhadap niat beli layanan 4G Telkomsel.

As'ad (2012) membahas tentang Tingkat Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah di Kotagede Yogyakarta. Hasil dari analisis regresi linier didapatkan menunjukkan satu diantara tiga variabel pada penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih Bank Syariah (variabel efektivitas), dan penelitian ini bisa menjelaskan pengaruh sosialisasi (variabel bebas) terhadap minat masyarakat (variabel terikat) sebesar 26,69%, sedangkan sisanya sebesar 73,31% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari penelitian. Dari ketiga indikator yang ada, ditunjukkan dari hasil uji t, variabel efektivitas sosialisasi yang dilakukan merupakan indikator yang paling besar pengaruhnya, dengan koefisien sebesar 4,909 dengan taraf signifikan 0,000.

Azizah (2016) yang membahas tentang Pengaruh Pendapatan dan Pendidikan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas di BSM KC Warung Buncit. Hasil penelitian berdasarkan hasil analisi berganda menunjukkan bahwa variabel pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah investasi emas dengan nilai beta dalam uji t sebesar 0,150 atau sebesar 15% dan variabel pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah investasi emas dengan nilai beta dalam uji t sebesar 0,684 atau sebesar 68,4%. Variabel pendapatan dan pendidikan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap minat nasabah investasi emas dengan prosentase pengaruh sebesar 60,1% dan sisanya 39,9% dipengaruhi faktor variabel lain yang tidak diteliti.

Harhap (2016). Membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung pada tabungan *mudharabah* di Bank Muamalat cabang Balai Kota Medan. Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan nasabah yang mencerminkan semakin banyak juga harta yang dimiliki maka, semakin maraknya kegiatan tabungan ke Bank Muamalat.

Yogiarto (2015) dalam penelitian ini membahas mengenai pengaruh bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*. Adapun hasil dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan bagi hasil, promosi, kualitas

pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah bagi nasabah Bank Muamalat Pekalongan.

Yossiana (2018) membahas mengenai pengaruh bagi hasil produk tabungan *mudharabah* terhadap minat menabung nasabah. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar mengetahui pengaruh bagi hasil produk tabungan *mudharabah* terhadap minat nasabah menabung. Adapun hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa variabel bagi hasil produk tabungan mudharabah sebesar 56,6% sedangkan 43,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian. Ringkasan hasil penelitian sebelumnya seperti pada Table 2.1

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Ikhsan (2016)	Pengaruh Akseptabilitas, Afordabilitas, Aksesibilitas dan Kesadaran Terhadap Niat Beli Layanan 4G Telkomsel di Bandar Lampung .	Analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif .	Terdapat tiga variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap niat beli layanan 4G Telkomsel di Bandar Lampung, yaitu akseptabilitas	Terdapat salah satu variabel independen yang sama yaitu variabel aksesibilitas.	Variabel dependen.

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
				, aksesibilitas dan kesadaran.		
2.	Syarif As'ad (2012)	Tingkat Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah di Kotagede Yogyakarta.	Pendekatan kuantitatif dan kualitatif	Berdasarkan uji t, variabel efektifitas sosialisasi yang dilakukan adalah indikator yang sangat berpengaruhnya.	Terdapat variabel independen yang sama yaitu sosialisasi pada Bank Syariah.	Variabel independen
3.	Moena Azizah (2016)	Pengaruh Pendapatan dan Pendidikan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas di BSM KC Warung Buncit	Deskripsi kuantitatif.	variabel pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah investasi emas.	Terdapat variabel independen yang sama yaitu pada variabel pendapatan	Variabel dependen
4.	Raja Sakti	Faktor-	Kuantitatif.	Semak	Terdapat	Beberapa

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	Putra Harhap (2016)	faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung pada tabungan <i>mudharabah</i> di Bank Muamalat cabang Balai Kota Medan.		tinggi tingkat pendapatan nasabah yang mencekungan semakin banyak juga harta yang dimiliki maka, semakin maraknya kegiatan tabungan ke Bank Muamalat.	variabel independen dan variabel independen yang sama yaitu pendapatan dan akad <i>mudharabah</i>	variabel independen
5.	Atanasius Hardian Permana Yogiarto (2015)	pengaruh bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan <i>mudharabah</i> .	Kuantitatif	Terdapat pengaruh positif dan signifikan bagi hasil, promosi, kualitas pelayanan secara bersama	Variabel dependen.	Variabel independen.

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
				a-sama terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah pada nasabah Bank Muamalat		
6.	Ayu Aulia Yossiana (2018)	pengaruh bagi hasil produk tabungan mudharabah terhadap minat menabung	Metode penelitian adalah analisis regresi sederhana dengan menggunakan bantuan software IBM SPSS versi 25.	Variabel bagi hasil produk tabungan mudharabah sebesar 56,6% sedangkan 43,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.	Variabel dependen.	Variabel independen.

Sumber : (Data sudah diolah sendiri)

2.6 Kerangka Berfikir

2.6.1 Pengaruh Aksesibilitas terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah*

Jangkauan yang akan dijangkau dimana mudah atau sulitnya nasabah dalam mengakses dan menempuh perjalanan untuk memperoleh sebuah produk, jasa, atau layanan yang tersedia dan dibutuhkan oleh nasabah. Ada beberapa faktor yang dapat diukur dalam aksesibilitas diantaranya yaitu waktu yang ditempuh, biaya yang dihabiskan dan tata guna lahan atau lokasi yang mudah dijangkau. Dengan Jauh dan dekat nya suatu jarak sangat berpengaruh bagi nasabah dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin mudah nasabah dalam memperoleh produk yang diinginkan maka ini akan menimbulkan kenyamanan bagi nasabah.

Nasabah memiliki porsi kenyamanan yang berbeda-beda, seperti merasa nyaman dengan lokasi yang mudah dicapai. Hal ini dinyatakan juga pada penelitian yang dilakukan oleh Maysaroh (2014) dimana pada penelitian ini variable lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Indikator yang paling dominan dari variable ini adalah mudah dijangkau. Mudah dijangkau berkaitan dengan letak suatu bangunan yang memiliki akses yang cukup mudah dilalui. Siregar (2012) juga menyatakan semakin strategis letak lokasi suatu Bank, maka hal ini akan lebih memudahkan nasabah dan calon nasabah untuk menggunakan jasa bank tersebut, sehingga akan meningkatkan jumlah nasabah.

Nopitasari (2017) menyatakan bahwa kemudahan pencapaian lokasi Bank Syariah di picu dengan sarana dan prasarana untuk mencapai dimana Bank Syariah beroperasi. Lokasi juga dikarenakan oleh kedekatan antara tempat tinggal nasabah dengan lokasi Bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan, karena semakin jauh lokasi Bank, maka biaya untuk menuju Bank juga semakin besar. Dengan demikian terlihat bahwa dengan adanya aksesibilitas, maka dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih produk tabungan *mudharabah*.

2.6.2 Pengaruh Sosialisasi terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah*.

Sosialisasi yang berarti pemahaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari suatu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Begitu juga dengan pihak perbankan. Semakin baik sosialisasi yang dilakukan maka semakin tertarik juga nasabah dengan yang disosialisasikan dan nasabah mendapatkan wawasan baru. Dari kegiatan sosialisasi yang dilakukan, kemudian nasabah dapat bersosialisasi kembali lagi mengenai wawasan baru yang didapatkan kepada masyarakat lainnya. seperti penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2016) menyatakan bahwa persepsi nasabah dalam produk yang ada di BSM dipengaruhi oleh informasi dari saudara/teman yang paling dominan. Hal ini dikarenakan memudahkan nasabah untuk cepat mengetahui produk-produk BSM yang biasa digunakan dari mulut kemulut.

Walaupun nasabah hanya memahami produk yang mereka gunakan saja dan kurang mengetahui produk-produk lainnya yang dimiliki BSM, ini lah yang membuat nasabah kurang berminat dalam memilih produk-produk lainnya karena disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan pemahaman nasabah terhadap produk-produk yang ada di Bank Syariah. As'ad (2012) Tingkat sosialisasi perbankan syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih Bank Syariah.

Sosialisasi memiliki peran yang cukup tinggi. Karakter pada pemasaran Bank Syariah bukan hanya menampilkan pada sebatas produk-produk saja, melainkan layanan yang bisa menjadikan pertukaran informasi antara Bank Syariah dengan nasabah maupun anggota masyarakat yang belum menjadinya nasabahnya.

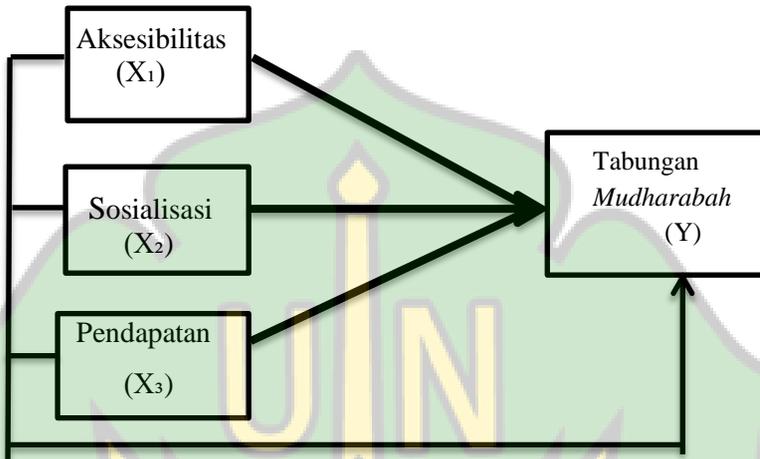
Apriliana (2017) sosialisasi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik minat dan mempertahankan nasabah. Karena salah satu tujuan sosialisasi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan Bank dan berusaha untuk menarik calon nasabah. Dengan demikian, terlihat bahwa dengan adanya sosialisasi yang baik dan benar ini dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih produk tabungan *mudharabah*.

2.6.3 Pengaruh Pendapatan terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah*.

Untuk membuka tabungan, ini sangat identik oleh kelebihan pendapatan dari masyarakat itu sendiri. Semakin tinggi pendapatan masyarakat, maka masyarakat akan mencari tempat untuk menyimpan uangnya. Seperti masyarakat yang ada di Aceh, dimana dalam menjalankan kehidupan sehari-harinya dengan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Begitu juga untuk menyimpan uang mereka, maka mereka akan mencari lembaga yang dapat menghimpun dana mereka secara syariah, maka masyarakat Aceh akan memilih produk penghimpun dana yang sesuai dengan syariah seperti tabungan *mudharabah*. Hal ini dinyatakan Purwanto (2016) bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Boyolali.

Dinyatakan juga oleh Pratama (2016) bahwa pendapatan merupakan faktor yang dapat keputusan masyarakat untuk menabung *mudharabah* di Bank BNI Syariah Yogyakarta. Munthe (2014) dengan tingkat pendapatan yang diperoleh tinggi, maka pendapatan mempengaruhi minat masyarakat menabung pada tabungan *mudharabah* di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan. Dengan demikian, terlihat bahwa dengan adanya pendapatan, maka dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih produk tabungan *mudharabah*.

Berdasarkan uraian tinjauan teoritis dan kerangka pemikiran sebelumnya. Maka, dapat digambarkan skema kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti pada Gambar 2.2



Gambar 2.2: Kerangka Pemikiran

2.7 Hipotesis

Hipotesis adalah (Irianto, 2004:97) jawaban yang bersifat sementara dan perlu diuji kebenarannya dengan adanya fakta-fakta. Pengujian hipotesis dengan menggunakan dasar fakta diperlukan suatu alat bantu, dan yang sering digunakan adalah menggunakan analisis statistik.

Berdasarkan kerangka berpikir pemikiran teoritis dan hasil penemuan beberapa penelitian, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

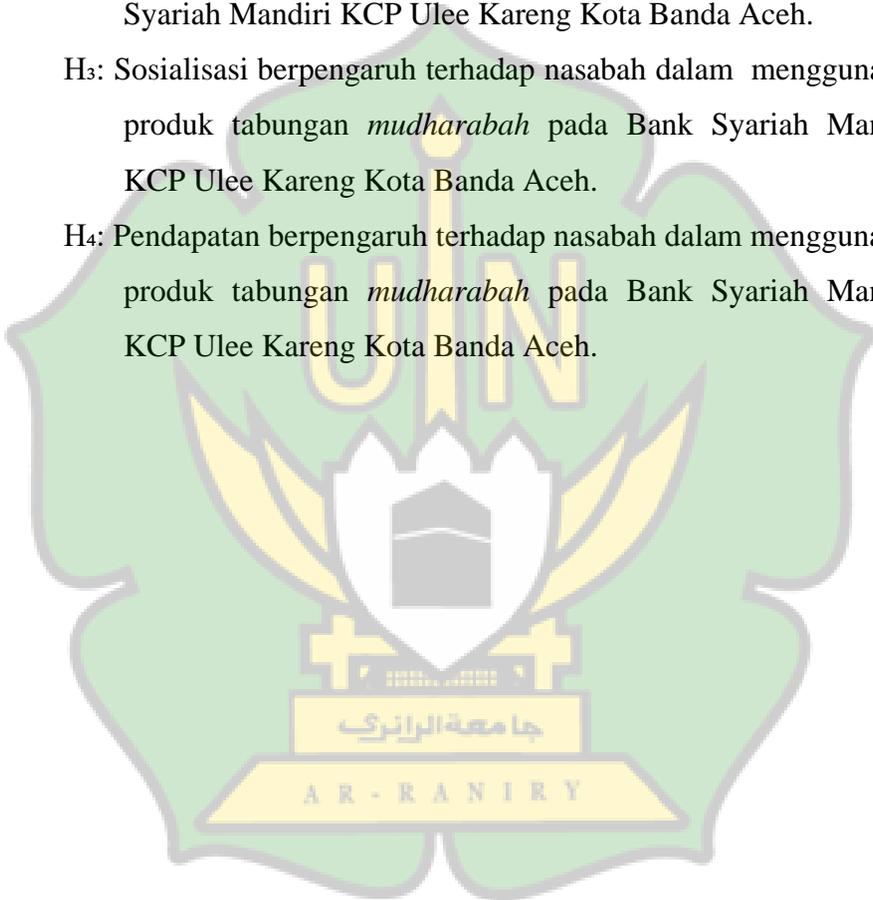
H₁: Aksesibilitas, sosialisasi dan pendapatan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap nasabah dalam

menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Banda Aceh.

H₂: Aksesibilitas berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

H₃: Sosialisasi berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

H₄: Pendapatan berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan produk tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilakukan di Gedung Bank Syariah Mandiri. PT, JL Teuku Iskandar, No. 333 A-B, Lam Glumpang Ulee Kareng Kota Banda Aceh. Sedangkan, objek penelitian ini adalah nasabah tabungan *mudharabah*.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses penelitian yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. (Kasiram, 2008:149)

3.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Sumber data primer adalah data-data yang didapatkan dari sumber utama. Dalam penelitian ini sumber utamanya yaitu pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng.
- b. Sumber data sekunder adalah sumber data yang didapatkan dari bacaan yang relevan terhadap penelitian ini, dengan tujuan dapat memperkuat data utama (primer). Baik yang

berupa manusia atau benda (buku-buku, majalah, koran, jurnal, artikel, dan *situs web*).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mempermudah dalam mengumpulkan data dan untuk mendapatkan fakta kebenaran yang terjadi dan terdapat pada kajian penelitian ini. Maka, metode yang digunakan yaitu:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014:199). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono,2014:115). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng yang menggunakan yang menggunakan tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:116). Melihat luasnya populasi nasabah tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng dalam jumlah besar 1.406 orang maka, perlu untuk membatasi dalam pengambilan sampel. Penentuan sampel dipenelitian ini menggunakan rumus Slovin (Sarjono, 2013: 30) sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e2 = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) (10%)

Sehingga, dalam penelitian ini jumlah sampel dapat ditentukan dengan :

$$n = \frac{1.406}{1 + 1.406(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.406}{15.06}$$

$$n = 93,3$$

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 93 orang.

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini terdapat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1
Tabel Jumlah Sampel

No	Pekerjaan	Jumlah
1.	PNS	31
2.	Wiraswasta	31
3.	Mahasiswa/i	31
	Total	93

3.5.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan teknik *random sampling*. Menurut Sugiyono (2007:118), *random sampling* adalah metode pengambilan sampel secara sederhana kerana pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi yang selanjutnya akan dijadikan sebagai responden.

3.6 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran yaitu dengan skala ordinal. Skala ordinal adalah (Narimawati, 2010:53) skala pengukuran yang menjelaskan tentang informasi mengenai jumlah *relative*. Oleh karena itu, skala dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal dengan tujuan agar dapat memberikan informasi berupa nilai pada jawaban. Variabel-variabel tersebut diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuesioner berskala ordinal yang memenuhi persyaratan-persyaratan tipe skala *likert*. Skala *likert* (sugiyono,2013: 132) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam menjawab skala *likert* ini, responden hanya memberi tanda, misalnya *checklist* atau tanda silang pada jawaban yang dipilih sesuai pernyataan. Kuesioner yang telah diisi responden perlu dilakukan penyekoran. Skala pengukuran dalam penelitian ini terdapat dalam Tabel 3.2

Tabel 3.2
Tabel Skala Likert

Jawaban	Keterangan	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2

STS	Sangat Tidak Setuju	1
-----	---------------------	---

3.7 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel terikat (variabel dependen) dan variabel bebas (variabel independen). (Sugiyono 2013:38). Berikut ini adalah pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel dependen

Menurut Sugiyono (2014:59) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, variabel ini dinyatakan dalam tanda Y. Pada penelitian ini adalah memilih tabungan *mudharabah*. Tabungan *Mudharabah* menurut Karim (2015:359) merupakan tabungan yang dilakukan menggunakan akad *mudharabah*, *mudharabah* memiliki 2 jenis, yaitu *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyah*, yang menjadi perbedaan utama pada kedua jenis akad ini adalah terdapat pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya. Dari hasil pengelolaan dana *mudharabah*, bank syariah akan membagikan 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 atas kelalaiannya. Maski (2010) keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian yaitu: ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, ada tujuan yang ingin dicapai dan kepuasan diambil semakin mendekati tujuan tersebut. Memilih tabungan *mudharabah* adalah pengambilan keputusan yang dilakukan nasabah yang melalui berbagai tahapan seperti pengenalan masalah dimana masalah akan kebutuhan yang harus dipenuhi, tingkat pendapatan yang mencukupi, mudahnya akses pencarian informasi terhadap jasa yang digunakan.

2. Variabel independen

Menurut Sugiyono (2014:61) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), variabel ini dinyatakan dalam tanda X. Variabel independen dalam penelitian ini ada tiga yaitu:

a. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah konsep yang menggabungkan sistem peraturan tata guna lahan secara geografis dengan sistm jaringan transportasi yang menghubungkannya. Aksesibilitas adalah suatu ukuran nyaman atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan “mudah” atau “susah”nya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Pernyataan mudan atau susah merupakan hak yang sangat subjektif

dan kualitatif. Mudah bagi seseorang belum tentu mudah bagi orang lain, begitu juga dengan pernyataan susah. Oleh karena itu diperlukan kinerja kuantitatif (terukur) yang dapat menyatakan aksesibilitas atau kemudahan. (Black ,1981 dalam Tamin, 2002:32)

b. Sosialisasi

Sosialisasi adalah sebuah proses pemahaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari suatu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat, sebagai proses dimana orang belajar norma dan peran yang diperlukan dalam suatu kelompok atau organisasi. Sosialisasi juga proses tempat seorang individu mendapatkan pembentuk sikap untuk berperilaku yang sesuai dengan perilaku orang-orang di sekitarnya. sosialisasi dapat tercapai melalui komunikasi dengan anggota masyarakat lainnya. Sosialisasi memerlukan tatap muka, dilakukan dengan jarak tertentu, melalui surat, buku dan media massa. (Effendi, 2016:100). Penyuluhan dan sosialisasi merupakan salah satu strategi paling penting di dalam memasyarakatkan pengetahuan dan peran suatu lembaga. (Widodo, 2010:168).

c. Pendapatan

Menurut Suroto (2000) dalam Yuhansyah dan Iskandar (2018:12). Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan

seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung mau pun tidak langsung. Pendapatan berasal dari penyerahan barang atau jasa serta aktivitas usaha lainnya dalam suatu periode. Pendapatan dan beban sehubungan dengan suatu transaksi atau peristiwa tertentu diakui secara bersamaan, proses ini mengacu pada pengaitan pendapatan.

Ringkasan definisi dan operasionalisasi variabel dapat dilihat pada Tabel 3.3

Tabel 3.3
Ringkasan Definisi dan Operasi

NO	VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	SKALA
1	Aksesibilitas (X ₁)	Aksesibilitas adalah konsep yang menggabungkan sistem peraturan tata guna lahan secara geografis dengan sistm jaringan transportasi yang menghubungkan nya. Aksesibilitas adalah suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan	Adapun indikator Aksesibilitas menurut (Tamin, 2002:32) antara lain: -Lokasi mudah dijangkau. -Lokasi menarik dan nyaman -Pusat keramaian T-transportasi	Likert

		<p>“mudah” atau “susah”nya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Pernyataan mudah atau susah merupakan hak yang sangat subjektif dan kualitatif. Mudah bagi seseorang belum tentu mudah bagi orang lain, begitu juga dengan pernyataan susah. Oleh karena itu diperlukan kinerja kuantitatif (terukur) yang dapat menyatakan aksesibilitas atau kemudahan. (Black, 1981 dalam Tamin 2002:32)</p>		
2.	Sosialisasi (X ₂)	Sosialisasi adalah sebuah proses pemahaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari suatu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat,	Adapun indikator Sosialisasi menurut Widodo, dkk (2010:168) antara lain: -Penyuluhan -Iklan -Media cetak -Media elektronik	Likert

Lanjutan Tabel 3.3

		<p>sebagai proses dimana orang belajar norma dan peran yang diperlukan dalam suatu kelompok atau organisasi. Sosialisasi dapat dilakukan dengan sengaja atau tidak, bersifat formal atau tidak. Sosialisasi memerlukan tatap muka, dilakukan dengan jarak tertentu, melalui surat, buku dan media massa. Penyuluhan dan sosialisasi merupakan salah satu strategi paling penting di dalam memasyarakatkan pengetahuan dan peran suatu lembaga. (Widodo, 2010:168)</p>		
3.	Pendapatan (X ₃)	<p>Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar</p>	<p>Adapun indikator Pendapatan menurut Suroto (2000) dalam Yuhansyah dan Iskandar (2018:12) antara lain: -Penghasilan tetap perbulan -Pemenuhan kebutuhan hidup</p>	Likert

		<p>sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung. (Yuhan syah dan Iskandar 2018:12).</p>	<p>-Tabungan -pengembangan usaha</p>	
4.	<p>Memilih Tabungan <i>Mudharabah</i> (Y)</p>	<p>Keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian yaitu: ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, ada tujuan yang ingin dicapai dan kepuasan diambil semakin mendekati tujuan tersebut. (Maski, 2010)</p>	<p>Adapun indikator Memilih Tabungan menurut Maski (2010) antara lain: -Pertimbangan pengetahuan -Pertimbangan lokasi -Pertimbangan kualitas pelayanan -Pertimbangan bagi hasil</p>	likert

Sumber : (data sudah diolah sendiri)

3.7.1 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda. Adapun regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

- Y : Tabungan *Mudharabah*
X₁ : Aksesibilitas
X₂ : Sosialisasi
X₃ : Pendapatan
a : *konstanta* (nilai Y apabila X=0)
b : koefisien Regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)
e : Error term

3.8 Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas dan realibilitas dilakukan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Apabila semua pertanyaan kuesioner dari setiap variabel dinyatakan valid maka proses selanjutnya dapat diteruskan dan apabila terdapat pertanyaan yang tidak valid maka pertanyaan

tersebut dikeluarkan. Validitas alat ukur diuji dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari setiap item pertanyaan dengan keseluruhan alat dari alat ukur tersebut. Nilai korelasi r dibandingkan dengan angka kritis dalam table korelasi, untuk menguji koefisien korelasi ini digunakan taraf signifikan 5%, dan jika r hitung $> r$ table maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung $< r$ table maka, butir pertanyaan dinyatakan tidak valid. (Sugiyono, 2007:348)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menguji reliabilitas suatu data maka penelitian memakai rumus *cronbach Alpha* yaitu dengan ketentuan:

1. Apabila *cronbach Alpha* $> 0,60$ berarti reliabel
2. Apabila *cronbach Alpha* $< 0,60$ berarti tidak reliabel

3.9 Uji Asumsi Klasik - RANIRY

Pengujian asumsi klasik dilakukan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ialah uji yang dilakukan untuk mengukur data kita, apakah data kita mempunyai distribusi norma sehingga dapat digunakan dalam statistik parametrik. Sesuai dengan definisi tersebut maka tujuan dari uji normalitas tentu saja untuk

mengetahui apakah suatu variabel norma atau tidak (Sujianto,2009:77). Regresi yang baik ialah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Cara mendeteksi pengujian normalitas dengan melihat nilai *Asymp Sig.* pada hasil normalitas dengan menggunakan *one simple Kolmogorov-smirnov Test*. Ketentuan suatu model regresi berdistribusi secara normal apabila *Probability* dari *Kolmogorov-smirnov* lebih besar dari 0,05 ($p > 0,50$). (Djarwanto, 2003:50)

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan agar dapat mengetahui apakah adanya keterkaitan antara hubungan yang tepat antara variabel-variabel independen. Apabila dalam pengujiannya ternyata didapatkan sebuah kesimpulan bahwa antara variabel independen tersebut saling terikat maka, pengujian tidak bisa dilakukan kedalam tahapan selanjutnya yang diakibatkan oleh tidak dapat ditentukannya koefisien regresi variabel tersebut dan juga standar errornya menjadi tak terhingga. Cara medeteksi multikolinearitas adalah dengan melihat hasil nilai Tolerance dan VIF pada table Coeffisien. Jika nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka, dapat dikatakan tidak adanya multikolinearitas antar variabel independen (Astuti, 2014: 66-67).

3. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu

adanya ketidaksamaan variasi dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut (Sujianto,2009:79) tidak terdapat heteroskedastisitas apabila:

1. Penyebaran titik-titik sebaiknya tak bepola
2. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka.
3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau di bawah saja.

Gejala heteroskedastisitas diuji dengan metode *Glejser* dengan cara membandingkannya dengan *level of signifikan (a)*. jika nilai signifikan lebih besar dari a (0,05) berarti tidak ada gejala heteroskedastisitas atau sebaliknya.

4. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka, dinakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi yaitu dengan menggunakan Uji Durbing-waston (DW test). Uji Durbing Watston hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan

mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen. (Ghozali, 2013:110)

3.10 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan sebagai berikut:

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat signifikan variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama. Pengujian uji F adalah sebagai berikut :

H_{01} : Jika Nilai Prob F > Nilai Kritis (0.1). Artinya H_0 ditolak
 H_a diterima. Artinya, Aksesibilitas, Sosialisasi, dan Pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

H_{a1} : Jika Nilai Prob F < Nilai Kritis (0.1). Artinya H_0 diterima
 H_a ditolak. Artinya, Aksesibilitas, Sosialisasi, dan Pendapatan secara simultan tidak berpengaruh terhadap tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) uji ini dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel independen secara parsial mampu menjelaskan terhadap variabel dependen, sehingga dapat diketahui signifikansi

masing-masing variabel. Pengujian hipotesis secara parsial dapat dilakukan sebagai berikut:

H₀₂ : Jika Nilai Prob $t >$ Nilai Kritis (0.1). Artinya H₀ diterima H_a ditolak. Artinya, Aksesibilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

H_{a2} : Jika Nilai Prob $t <$ Nilai Kritis (0.1). Artinya H₀ ditolak H_a diterima. Artinya, Aksesibilitas secara parsial berpengaruh terhadap tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

H₀₃ : Jika Nilai Prob $t >$ Nilai Kritis (0.1). Artinya H₀ diterima H_a ditolak. Artinya, Sosialisasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

H_{a3} : Jika Nilai Prob $t <$ Nilai Kritis (0.1). Artinya H₀ ditolak H_a diterima. Artinya, Sosialisasi secara parsial berpengaruh terhadap tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

H₀₄ : Jika Nilai Prob $t >$ Nilai Kritis (0.1). Artinya H₀ diterima H_a ditolak. Artinya, Pendapatan secara parsial tidak berpengaruh terhadap tabungan *Mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.

H_{a4} : Jika Nilai Prob $t <$ Nilai Kritis (0.1). Artinya H_0 ditolak H_a diterima. Artinya, Pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap tabungan *mudharabah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh.



BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Profil Bank Syariah Mandiri

Munculnya Bank Syariah Mandiri sejak tahun 1999. Menimbulkan dampak positif yang sangat bermanfaat pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Dengan adanya Krisis tersebut memberi banyak dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh kehidupan masyarakat, terlebih pada dunia usaha. Dalam keadaan yang telah terjadi, industri perbankan nasional yang diawasi oleh Bank-Bank konvensional mengalami krisis yang luar biasa. pemerintah mengambil tindakan dengan cara merestrukturisasi atau melakukan penataan kembali dan perubahan struktur sebagian Bank-Bank di Indonesia. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat Bank yaitu Bank Dagang Negara, Bank Budi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu Bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan penyatuan serta membentuk tim pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan agar mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok

perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No.10 tahun 1998, yang memberi peluang Bank Umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system). Tim pengembangan perbankan syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan koversi PT Bank Susila Bakti dari Bank konvensional menjadi Bank Syariah.

Tim pengembangan perbankan syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari Bank konvensional menjadi Bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri, sebagaimana tercantum dalam akta Notaris: Sujipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi Bank Umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999.

Bank Indonesia menyetujui dengan perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Bersamaan dengan dilakukannya pengukuhan dan pengakuan tersebut. PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi pada Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 november 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir sebagai Bank yang

menggabungkan idealisme usaha dengan nilai-nilai syariah yang menjadi landasan dalam segala kegiatan yang dilakukan. Bank syariah mandiri sebelumnya merupakan Bank konvensional, yaitu PT Bank Susila Bakti yang dimiliki oleh yayasan kesejahteraan pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi berusaha keluar dari krisis 1997-1999 dengan bermacam cara. Mulai dari langkah menuju merger sampai pada akhirnya memilih konversi menjadi Bank Syariah.(Bank Syariah,2020)

Pada 1 November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT Bank Syariah Mandiri. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai Bank yang mampu mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya dan menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri pada perbankan Indonesia. Bank Syariah Mandiri hadir untuk bersama menciptakan Indonesia yang lebih baik. Saat ini Bank Syariah Mandiri telah memiliki 864 kantor yang tersebar di 33 provinsi di seluruh Indonesia. Salah satunya pada provinsi Aceh.

Bank Syariah Mandiri merupakan Bank Syariah yang beroperasi di Aceh pada tahun 2002. Pasca bencana tsunami Aceh. Bank Syariah Mandiri menjadi Bank pertama yang beroperasi yaitu pada awal januari 2005. Pada 28 Oktober 2011 Bank Syariah Mandiri meresmikan pembukaan empat kantor

cabang pembantu (KCP) baru di Aceh, diantaranya KCP Sabang, KCP Keutapang, KCP Ulee Kareng dan KCP Panton labu. Dalam pelaksanaannya Bank Syariah Mandiri menyediakan banyak produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, baik itu produk penghimpun dana, penyaluran dana, maupun produk jasa perbankan lainnya.

4.1.2 Visi dan misi Bank Syariah Mandiri

Adapun visi dan misi Bank Syariah Mandiri yaitu :

a. Visi:

- 1). Bank Syariah Terdepan : “ menjadi bank syariah yang selalu unggul diantara pelaku industry perbankan syariah di Indonesia pada segmen *consumer, micro, commercial, SME, commercial* , dan *corporate*.
- 2). Bank Syariah Modern: “ Menjadi Bank Syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah”.

b. Misi:

- 1). Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industry yang berkesinambungan.
- 2). Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3). Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.

- 4). Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5). Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6). Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

4.1.3 Produk dan Jasa Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng

1). Produk Pendanaan

Terdapat beberapa produk pendanaan yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng antara lain:

- Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah dengan akad *mudharabah mutlaqah* yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter Bank Syariah Mandiri atau melalui ATM .

- Tabungan Simpatik

Tabungan Simpatik merupakan tabungan yang menggunakan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap waktu.

- Tabungan Berencana

Tabungan berencana adalah tabungan berjangka untuk berbagai rencana anda dengan jumlah setoran bulanan

tetap (*installment*) dan dilengkapi perlindungan asuransi secara gratis.

- Tabungan Investa Cendekia

Tabungan Investa Cendekia adalah tabungan berjangka untuk keperluan pendidikan dengan jumlah setoran tetap (*installment*) dan dilengkapi perlindungan asuransi.

- Tabungan Mabrur

Tabungan Mabrur adalah tabungan dalam mata uang rupiah dengan menggunakan prinsip *mudharabah mutlaqah* dapat digunakan untuk melakukan ibadah haji dan umrah

- Tabungan Mabrur Junior

Tabungan Mabrur Junior merupakan tabungan yang dapat digunakan untuk pelaksanaan ibadah haji dan umrah bagi anak yang berusia di bawah 17 tahun.

- Tabungan Pensiun

Tabungan pensiun adalah tabungan yang diperuntukan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di lembaga pengelola pensiun yang telah berkerjasama dengan Bank.

- Tabungan Dollar

Simpanan yang menggunakan mata uang dollar (USD) dimana penarikan dan setorannya dilakukan pada setiap saat atau sesuai ketentuan yang telah dibuat oleh Bank Syariah Mandiri.

- TabunganKu

TabunganKu ialah tabungan yang ditujukan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan. Guna untuk menumbuhkan kebiasaan menabung serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

- Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah yang penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter Mandiri Syariah.

- Simpanan Pelajar iB (Simpel iB)

Merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

- Tabungan Saham Syariah

Tabungan saham syariah adalah rekening dana nasabah berupa produk tabungan yang khusus digunakan untuk keperluan penyelesaian transaksi efek (baik berupa kewajiban maupun hak nasabah), serta untuk menerima hak nasabah yang terkait dengan efek yang dimilikinya melalui pemegang rekening KSEL.

- Deposito BSM

Deposito BSM adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah muthlaqah.

4.2 Deskripsi Responden Penelitian

4.2.1 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini yang menjadi responden yaitu adalah nasabah tabungan mudharabah. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan teknik *random sampling*. Maka diperoleh responden sebanyak 93 orang responden.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden Penelitian	Persentase%
1	Pria	59	63,4
2	Wanita	34	36,4
	Jumlah	93	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, maka dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin yaitu jumlah responden pria adalah sebanyak 59 orang dengan persentase sebesar (63,4%) dan responden wanita berjumlah 34 orang dengan persentase 36,4%.

4.2.2 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Usia

Dalam penelitian ini usia responden dapat di kelompokkan ke dalam beberapa bagian yaitu responden yang berusia kurang dari 17 tahun, usia 17-25 tahun, usia 26-35 tahun, usia 36-45 tahun, dan usia yang lebih dari 45 tahun.

Tabel 4.2
Deskripsi Variabel Berdasarkan usia

No	Usia	Responden Penelitian	Persentase%
1	<17 tahun	0	0,0%
2	17-25	58	62,4%
3	26-35	26	28,0%
4	36-45	8	8,6%

5	>45	1	1,1%
Jumlah		93	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (data diolah)

Bedasarkan Tabel 4.2 di atas maka, dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia yaitu, tidak terdapat responden untuk rentang usia di bawah 17 tahun. Sedangkan untuk responden dengan rentang usia 17-25 tahun terdapat responden 58 responden dengan persentase sebesar 62,4%. Untuk rentang usia 26-35 tahun terdapat 26 responden dengan persentase sebesar 28,0%. Untuk rentang usia 36-45 tahun terdapat 8 responden dengan persentase 8,6%. Untuk rentang usia lebih dari 45 tahun terdapat 1 responden dengan persentase 1,1%. Total keseluruhan yaitu 93 responden. Status pekerjaan para responden juga penting untuk diketahui, untuk mengetahui dari sektor lapangan pekerjaan mana saja nasabah yang memiliki tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng.

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Penelitian berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Responden Penelitian	Persentase%
1	Pelajar/mahasiswa	31	33,3%
2	Pns/guru/polri	31	33,3%
3	Karyawan swasta	31	33,3%

4	Tidak bekerja	0	0,0%
Jumlah		93	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (data diolah)

Bedasarkan Tabel 4.3 di atas maka dapat dijelaskan bahwa responden yang bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 31 responden dengan persentase sebesar 33,3%. Untuk responden yang bekerja sebagai Pns/guru/polri 33 responden dengan persentase 33,3 %. Untuk responden yang bekerja sebagai karyawan swasta terdapat 33 responden dengan persentase 33,3 %. Untuk responden yang belum bekerja terdapat 0 responden dengan persentase 0,0 % total seluruh data yaitu 93 responden.

4.2.4 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan pendidikan terakhir

Tingkat pendidikan terakhir yang dimiliki nasabah juga merupakan bagian yang sangat penting untuk peneliti perhatikan, karena pendidikan yang dimiliki oleh seseorang dapat menjadi salah satu faktor untuk menilai apakah aksesibilitas, sosialisasi, dan pendapatan berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada BSM KCP Ulee Kareng. Adapun responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 4.4

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Responden Penelitian	Persentase %
1	SD	0	0.0%
2	SMP	0	0,0%
3	SMA	26	28.0%
4	D3	9	9,7%
5	S1	57	61.3%
6	S2	1	1,1%
Jumlah		93	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 maka dapat dilihat bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan pendidikan terakhir terbagi menjadi beberapa bagian. Untuk pendidikan terakhir SMA memiliki persentase tertinggi dengan jumlah 26 responden dengan persentase 28%, untuk pendidikan terakhir D3 berjumlah 9 responden dengan persentase 9,7%, untuk responden yang memiliki latar belakang pendidikan terakhir S1 sebanyak 57 dengan persentase 61,3%. Sedangkan untuk responden yang memiliki pendidikan terakhir untuk jenjang S2 terdapat 1 responden dengan persentase 1,1 %. Responden yang memiliki latar

belakang pendidikan terakhir jenjang SD dan SMP nihil. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah tabungan mudharabah pada BSM KCP Ulee Kareng memiliki keaneka ragaman yang berasal dari latar belakang pendidikan yang berbeda-beda .

4.2.5 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan lama waktu menabung di bank

Untuk melihat besaran pengaruh aksesibilitas, sosialisasi, dan pendapatan terhadap tabungan mudharabah pada BSM KCP Ulee kareng dalam penelitian ini,peneliti membuat item pertanyaan untuk mengukur seberapa lama nasabah menabung pada bank, yang di bagi dalam beberapa klasifikasi, yaitu kurang dari satu tahun, satu sampai dua tahun, tiga sampai empat tahun dan lebih dari empat tahun.

Tabel 4.5
Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Lama Waktu Menabung di Bank

No	Pekerjaan	Responden Penelitian	Persentase%
1	<1 tahun	8	8,6%
2	1-2 tahun	13	14,0%
3	3-4 tahun	31	33,3%
4	> 4 tahun	41	44,1%
Jumlah		93	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (data diolah)

Bedasarkan Tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa nasabah yang sudah menabung kurang dari setahun terdapat 8 responden dengan persentase 8,6%. Responden yang sudah menabung selama 1-2 tahun sebanyak 13 responden dengan persentase 14,0 %. Responden yang sudah menabung dengan rentang waktu 3-4 tahun sebanyak 31 responden dengan persentase 33,3%, dan yang terakhir yaitu responden yang sudah menabung selama lebih dari 4 tahun yaitu sebanyak 41 responden dengan persentase 44,1 %.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu Aksesibilitas sebagai (X_1), Sosialisasi sebagai (X_2) dan Pendapatan sebagai (X_3) Adapun variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Memilih Tabungan *Mudharabah* (Y).

Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel Aksesibilitas (X_1)

- Variabel aksesibilitas diwakili oleh empat item pernyataan. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variable aksesibilitas dapat dilihat pada Tabel dan Gambar 4.6 sebagai berikut.

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel Aksesibilitas (X_1)

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS	Mean

Aksesibilitas							
1	Lokasi terletak pada jalur strategis, sehingga anda mudah untuk menjangkau	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	60 64,5%	33 35,5%	4,35
2	Lokasi berada ditempat yang lingkungannya nyaman.	0 0,0%	1 1,1%	0 0,0%	67 72,0%	25 26,9%	4,25
3	Lokasi berada di pusat keramaian sehingga mudah Dijumpai	0 0,0%	0 0,0%	5 5,4%	62 66,7%	26 28,0%	4,23
4	Tersedia kendaraan umum untuk mencapai lokasi kantor BSM KCP Ulee Kareng sehingga memudahkan anda dalam menjangkau	0 0,0%	0 0,0%	4 4,3%	64 68,8%	25 26,9%	4,23

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (data diolah)

Variabel aksesibilitas yang diwakili oleh empat item pernyataan yaitu, lokasi terletak pada jalur strategis sehingga anda mudah untuk menjangkau, Lokasi berada ditempat yang lingkungannya nyaman, Lokasi berada di pusat keramaian sehingga mudah dijumpai, Tersedia kendaraan umum untuk mencapai lokasi kantor BSM KCP Ulee Kareng sehingga memudahkan anda dalam menjangkau. Selanjutnya akan diuraikan penjelasan responden berdasarkan item-item pertanyaan tersebut.

Penjelasan terhadap item pernyataan Lokasi terletak pada

jalur strategis, sehingga anda mudah untuk menjangkau, responden menyatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 33 (35,5%). 60(64,5%) responden menyatakan setuju. Sedangkan untuk yang menyatakan kurang setuju, tidak setuju dan sanagta tidak setuju sebanyak 0 (0,0%).

Untuk pernyataan Lokasi berada ditempat yang lingkungannya nyaman, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 responden (26,9%), responden yang menyatakan setuju sebanyak 67 responden (72,0%). Tidak ada responden yang menyatakan kurang setuju 0(0%), responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden dengan persentase (1,1%), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju 0 (0,0%).

Untuk item pernyataan Lokasi berada di pusat keramaian sehingga mudah dijumpai, sebanyak 26 responden menyatakan sangat setuju dengan persentase 28,0 %. Responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 62 dengan persentase (66,7%), sebanyak 5 responden menyatakan kurang setuju dengan persentase sebesar 5,4 %, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju 0 (0%).

Dan untuk item pernyataan Tersedia kendaraan umum untuk mencapai lokasi kantor BSM KCP Ulee Kareng sehingga memudahkan anda dalam menjangkau, sebanyak 25 responden menyatakan sangat setuju dengan persentase (26,9%), responden yang menyatakan setuju sebanyak 64 responden dengan

persentase (68,8%), responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 4 responden dengan persentase (4,3%), sedangkan tidak ada 0 (0%) responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju

4.3.2 Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel Sosialisasi (X2)

Variabel Sosialisasi diwakili oleh empat item pernyataan. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variable sosialisasi dapat dilihat pada Tabel dan Gambar 4.7 sebagai berikut.

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel Sosialisasi (X2)

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS	Mean
Sosialisasi							
1	Bank Syariah sering melakukan sosialisasi, dalam bentuk penyuluhan	1 1,1 %	2 2,2%	9 9,7%	69 74,2 %	12 12,9 %	3,96
2	Pihak Bank Syariah memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami.	0 0,0 %	1 1,1%	7 7,5%	67 72,0 %	18 19,4 %	4,1

3	Sosialisasi perbankan syariah sangat beragam seperti melalui iklan, media massa cetak atau elektronik, bulletin, majalah, buku dan lembaga pendidikan.	0 0,0 %	2 2,2%	3 3,2%	70 75,3 %	18 19,4 %	4,12
4	Kemampuan dalam mensosialisasi produk mempengaruhi anda dalam memilih produk	1 1,1 %	0 0,0%	12 12,9 %	54 58,1 %	26 28,0 %	4,12

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (data diolah)

Indikator sosialisasi yang diwakili oleh empat item pernyataan yaitu, Bank Syariah sering melakukan sosialisasi dalam bentuk penyuluhan, Pihak Bank Syariah memberikan Informasi yang jelas dan mudah dipahami, Sosialisasi perbankan syariah sangat beragam seperti melalui iklan, media massa cetak atau elektronik, bulletin, majalah, buku dan lembaga pendidikan. Kemampuan dalam mensosialisasi produk mempengaruhi anda dalam memilih produk. Selanjutnya akan diuraikan penjelasan responden berdasarkan item-item pertanyaan tersebut.

Untuk pernyataan Bank Syariah sering melakukan sosialisasi dalam bentuk penyuluhan, sebanyak 12 responden menyatakan sangat setuju dengan persentase (12,9%), 69 responden menyatakan setuju dengan persentase sebesar (74,2%), 9

responden menyatakan kurang setuju dengan persentase sebesar (9,7%), responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2,2% , dan sebanyak 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan persentase 1,1 %.

Untuk pernyataan Pihak Bank Syariah memberikan Informasi yang jelas dan mudah dipahami responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 18 responden dengan persentase (19,4 %), responden yang menyatakan setuju sebanyak 67 responden dengan persentase 72,0%, responden yang menyatakan kurang setuju ada sebanyak 7 responden dengan persentase (7,5%). Responden yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 1 responden dengan persentase 1,1 % dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju 0 (0,0%).

Untuk pernyataan Sosialisasi perbankan syariah sangat beragam seperti melalui iklan, media massa cetak atau elektronik, bulletin, majalah, buku dan lembaga pendidikan sebanyak 18 responden menyatakan sangat setuju dengan persentase 19,4 %, responden yang menyatakan setuju sebanyak 70 responden dengan persentase 75,3%. Responden yang menyatakan kurang setuju ada sebanyak 3 responden dengan persentase 3,2%. Responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 2,2 %. Tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju dalam item pertanyaan ini 0 (0%).

Untuk pernyataan Kemampuan dalam mensosialisasi produk mempengaruhi anda dalam memilih produk, sebanyak 26

responden menyatakan sangat setuju dengan persentase 28,0%. 54 responden menyatakan setuju dengan persentase 58,1 %, sebanyak 12 responden menyatakan kurang setuju dengan persentase 12,9%, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju 0 (0%) dalam item pernyataan ini, dan sebanyak 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan persentase 1,1 % .

4.3.3 Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel pendapatan (X3)

Variabel pendapatan diwakili oleh empat item pertanyaan. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variable pendapatan dapat dilihat pada Tabel 4.8 sebagai berikut.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel Pendapatan (X3)

No	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS	Mean
Pendapatan							
1	Pendapatan anda cukup untuk memenuhi kebutuhan anda dan keluarga sehari-hari.	0 0,0%	4 4,3%	11 11,8%	70 75,3%	8 8,6%	3,88
2	Keuntungan usaha anda, anda tabung pada BSM Ulee Kareng.	2 2,2%	9 9,7%	14 15,1%	61 65,6%	7 7,5%	3,67
3	Pendapatan tinggi membuat anda menabung dengan	0	1	10 10,8	68 73,1	14 15,1	4,02

	akad <i>Mudharabah</i> .	0,0%	1,1%	%	%	%	
4	Keuntungan yang anda dapatkan, anda gunakan untuk memajukan usaha anda.	0 0,0%	1 1,1%	3 3,2%	72 77,4 %	17 18,3 %	4,13

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (data diolah)

Variabel pendapatan yang diwakili oleh empat item pernyataan yaitu Pendapatan anda cukup untuk memenuhi kebutuhan anda dan keluarga sehari-hari. Keuntungan usaha anda, di tabung pada BSM Ulee Kareng. Pendapatan tinggi membuat anda menabung dengan akad *Mudharabah*. Keuntungan yang anda dapatkan, anda gunakan untuk memajukan usaha anda. Selanjutnya akan diuraikan penjelasan responden berdasarkan item-item pernyataan tersebut.

Untuk pernyataan Pendapatan anda cukup untuk memenuhi kebutuhan anda dan keluarga sehari-hari sebanyak 8 responden menyatakan sangat setuju dengan persentase 8,6%. 70 responden menyatakan setuju dengan persentase 75,3%. 11 responden menyatakan kurang setuju dengan persentase 11,8 %, 4 responden menyatakan tidak setuju dengan persentase 4,3 %. Dan tidak ada responden 0,0 % yang menyatakan sangat tidak setuju dalam item pernyataan ini.

Untuk pernyataan Keuntungan usaha anda tabung pada BSM Ulee Kareng, sebanyak 7 responden menyatakan sangat

setuju dengan persentase sebesar 7,5 %. 61 responden menyatakan setuju dengan persentase sebanyak 65,6 %. Sebanyak 14 responden menyatakan kurang setuju dengan persentase 15,1 %. 9 responden menyatakan tidak setuju dengan persentase 9,7 % dan sebanyak 2 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan persentase 2,2 %.

untuk pernyataan Pendapatan tinggi membuat anda menabung dengan akad *Mudharabah*, sebanyak 14 responden menyatakan sangat setuju dengan persentase sebesar 15,1%, 68 responden menyatakan setuju dengan persentase 73,1 % , sebanyak 10 responden menyatakan kurang setuju dengan persentase 10,8%, sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju dengan persentase 1,1 % dan tidak ada 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju dalam item pernyataan ini.

Untuk item pernyataan keuntungan yang anda dapatkan, anda gunakan untuk memajukan usaha anda sebanyak 17 responden menyatakan sangat setuju dengan persentase 18,3 %, 72 responden setuju dengan persentase sebanyak 77, 4%, sebanyak 3 responden menyatakan kurang setuju dengan persentase sebesar 3,2 %, sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju dengan persentase 1,1 %. Dan tidak ada 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju dalam item pernyataan ini.

4.3.4 Tanggapan Responden Penelitian Untuk Variabel Menggunakan Tabungan *Mudharabah*

Variabel Nasabah memilih tabungan *mudharabah* diwakili oleh empat item pernyataan. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variable Nasabah memilih tabungan *mudharabah* dapat dilihat pada Tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Penelitian Untuk Varibel Menggunakan Tabungan *Mudharabah*

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS	Mean
<i>Memilih Tabungan Mudharabah (Y)</i>							
1	Anda memilih BSM Ulee Kareng karena pengetahuan akan produk yang diberikan lengkap.	1 1,1%	5 5,4%	10 10,8%	64 68,8%	13 14,0%	3,89
2	Anda memilih menggunakan tabungan <i>mudharabah</i> di BSM Ulee Kareng karena lokasi BSM Ulee Kareng dekat dengan rumah	2 2,2%	6 6,5%	15 16,1%	61 65,6%	9 9,7%	3,74
3	Anda memilih produk tabungan <i>mudharabah</i> karena pelayanan yang diberikam sangat memuaskan	1 1,1%	4 4,3%	3 3,2%	73 78,5%	12 12,9%	3,98
4	Anda memilih tabungan <i>mudharabah</i> karena bagi hasil	1 1,1%	2 2,2%	18 19,4%	56 60,	16 17,2	3,9

	yang diberikan menarik.			%	2%	%	
--	-------------------------	--	--	---	----	---	--

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (data diolah)

Anda memilih BSM Ulee Kareng karena pengetahuan akan produk yang diberikan lengkap sebanyak 13 responden menyatakan sangat setuju dengan persentase 14 %, 64 responden menyatakan setuju dengan persentase 68,8%, 10 responden menyatakan kurang setuju dengan persentase 10,8 %, 5 responden menyatakan tidak setuju dengan persentase 5,4% dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan persentase 1,1 %

Untuk item pernyataan anda memilih menggunakan tabungan mudharabah di BSM Ulee Kareng karena lokasi BSM Ulee Kareng dekat dengan rumah, sebanyak 9 responden menyatakan sangat setuju dengan persentase 9,7 %, sebanyak 61 responden menyatakan setuju dengan persentase sebesar 65,6 %, sebanyak 15 responden menyatakan kurang setuju dengan persentase sebesar 16,1 %, sebanyak 6 responden menyatakan tidak setuju dengan persentase sebesar 6,5 %, dan sebanyak 2 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 2,2 %

Untuk item pernyataan Anda memilih produk tabungan mudharabah karena pelayanan yang diberikan sangat memuaskan, sebanyak 12 responden menyatakan sangat setuju dengan

persentase sebesar 12,9%, sebanyak 73 responden menyatakan setuju dengan persentase 78,5 %, sebanyak 3 responden menyatakan kurang setuju dengan persentase 3,2 %, sebanyak 4 responden menyatakan tidak setuju dengan persentase 4,3 %, dan sebanyak 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%

Untuk item pernyataan anda memilih tabungan mudharabah karena bagi hasil yang diberikan menarik, sebanyak 16 responden menyatakan sangat setuju atau dengan persentase sebesar 17,2%, sebanyak 56 responden menyatakan setuju dengan persentase 60,2 %, sebanyak 18 responden menyatakan kurang setuju dengan persentase 19,4 %, sebanyak 2 responden menyatakan tidak setuju dengan persentase sebesar 2,2 % dan sebanyak 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%.

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Apabila semua pertanyaan kuesioner dari setiap variabel dinyatakan valid maka proses selanjutnya dapat diteruskan dan apabila terdapat pertanyaan yang tidak valid maka pertanyaan tersebut dikeluarkan. Hasil dari uji validitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Uji Validitas

NO	Variabel Kualitas Produk (Item pernyataan)	r tabel n-2 =91	<i>Pearson Corelation</i>	Keterangan
Aksesibilitas (X1)				
1	Lokasi terletak pada jalur strategis, sehingga anda mudah untuk menjangkau	0,2039	0,749	VALID
2	Lokasi berada ditempat yang lingkungannya nyaman.	0,2039	0,650	VALID
3	Lokasi berada di pusat keramaian sehingga mudah	0,2039	0,697	VALID
	apai ia kendaraan umum untuk mencapai lokasi kantor BSM KCP Ulee Kareng sehingga memudahkan anda dalam menjangkau	0,2039	0,769	VALID
Sosialisasi. (X2)				
1	Bank Syariah sering melakukan sosialisasi, dalam bentuk penyuluhan	0,2039	0,422	VALID
2	Pihak Bank Syariah memberikan Informasi yang jelas dan mudah dipahami.	0,2039	0,412	VALID
3	Sosialisasi perbankan syariah sangat beragam seperti melalui iklan, media massa cetak atau elektronik, bulletin, majalah, buku dan lembaga pendidikan.	0,2039	0,400	VALID
4	Kemampuan dalam mensosialisasi produk mempengaruhi anda dalam memilih produk	0,2039	0,280	VALID
Pendapatan(X3)				

Lanjutan Tabel 4.10

1	Pendapatan anda cukup untuk memenuhi kebutuhan anda dan keluarga sehari-hari.	0,2039	0,268	VALID
2	Keuntungan usaha anda, anda tabung pada BSM Ulee Kareng.	0,2039	0,313	VALID
3	Pendapatan tinggi membuat anda menabung dengan akad <i>Mudharabah</i> .	0,2039	0,215	VALID
4	Keuntungan yang anda dapatkan, anda gunakan untuk memajukan usaha anda.	0,2039	0,232	VALID
Memilih Tabungan <i>Mudharabah Y</i>				
1	Anda memilih BSM Ulee Kareng karena pengetahuan akan produk yang diberikan lengkap.	0,2039	0,287	VALID
2	Anda memilih menggunakan tabungan <i>mudharabah</i> di BSM Ulee Kareng karena lokasi BSM Ulee Kareng dekat dengan rumah	0,2039	0,262	VALID
3	Anda memilih produk tabungan <i>mudharabah</i> karena pelayanan yang diberikan sangat memuaskan	0,2039	0,217	VALID
4	Anda memilih tabungan <i>mudharabah</i> karena bagi hasil yang diberikan menarik.	0,2039	0,207	VALID

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.10 sebelumnya maka, dapat dijelaskan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dapat dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai r hitung (*pearson correlation*) setiap komponen pernyataan lebih besar dari pada r tabelnya atau

(r hitung $>$ r tabel). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner penelitian dinyatakan valid..

4.4.2 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan realibel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menguji reliabilitasb suatu data maka, penelitian memakai rumus *cronbach Alpha* yaitu dengan ketentuan apabila *cronbach Alpha* $>0,60$ berarti reliabel sedangkan apabila *cronbach Alpha* $<0,60$ berarti tidak reliabel. Hasil dari uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.11

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas Data

Indikator	Jumlah item	Cronbach Alpha	Keterangan
Aksesibilitas	4	0,682	Reliable
Sosialisasi	4	0,762	Reliable
Pendapatan	4	0,684	Reliable
Memilih tabungan mudharabah	4	0,768	Reliable

Sumber: hasil penelitian, 2020 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.11 maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap pernyataan kuesioner dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan setiap nilai *Cronbach's Alpha*, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* setiap komponen pernyataan pada penelitian ini lebih besar dari pada 0,6, ini berarti setiap variable dalam penelitian ini reliabel.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengukur apakah data pada penelitian ini memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistic parametik. Regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara mendeteksi pengujian normalitas dengan melihat nilai *Asymp Sig.* pada hasil normalitas dengan menggunakan *one simple Kolmogorov-smirnov Test*. Kriteria pengujiannya adalah, apabila angka signifikan > 0.05 maka data memiliki distribusi normal sedangkan apabila angka signifikansi $< 0,05$ maka data tidak memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui hasil dari uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.12

Tabel 4.12
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1,42915437
Most Extreme Differences	Absolute	.159
	Positive	.079
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
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.		

Sumber : Hasil Penelitian, 2020 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.12 sebelumnya maka, dapat dijelaskan bahwa nilai nilai Asymp.Sig. (2-tailed) lebih besar dari pada nilai signifikansi 0,05. nilai Asymp.Sig. (2-tailed) yang diperoleh yaitu $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat apakah ada keterkaitan antara hubungan yang sempurna antara variabel-variabel independen. Cara mendeteksi multikolinieritas adalah dengan melihat hasil nilai Tolerance dan VIF pada table Coeffisien. Jika nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka, dapat dikatakan tidak ada multikolinieritas antar variabel independen. Untuk mengetahui hasil dari uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.13

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,361	2,002		-,680	,498		
	Aksesibilitas	-,022	,119	-,014	-,181	,857	,760	1,316
	Sosialisasi	,596	,110	,494	5,427	,000	,539	1,855
	Pendapatan	,480	,102	,386	4,721	,000	,667	1,499

a. Dependent Variable: TABUNGAN MUDHARABAH

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.13 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa diperoleh nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk X1 sebesar 1,316 maka nilai tersebut lebih kecil dari 10,00 ($1,316 < 10,00$), untuk variabel X2 sebesar 1,855 maka nilai tersebut lebih

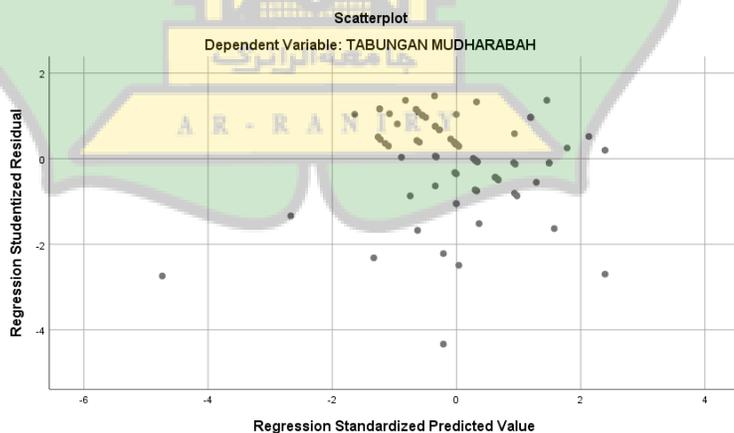
kecil dari 10,00 ($1,855 < 10,00$) dan *variance inflation factor* (VIF) untuk X3 sebesar 1,449 maka nilai tersebut lebih kecil dari 10,00 ($1,449 < 10,00$). Dan juga kita dapat melihat dari nilai tolerance sebesar $0,760 > 0,10$ untuk X1 $0,539 > 0,10$ untuk X2, dan $0,667 > 0,10$ untuk X3 dengan demikian maka tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam penelitian ini.

4.5.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan variasi dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pengujian heterokedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan dua cara yaitu dengan uji scatterplot dan uji glejser yang dapat dilihat pada gambar 4.1 dan tabel 4.14

4.5.3.1 Uji Scatterplot

Gambar 4.1 Hasil Uji Scatterplot



Berdasarkan Gambar 4.1, maka dapat dijelaskan bahwa titik titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, penyebaran titik-titik data tidak berpola, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas, serta regresi yang dapat menjelaskan pengaruh Aksesibilitas, Sosialisasi, dan Pendapatan berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh dapat dinyatakan layak

4.5.3.2 Uji Glajser

Tabel 4.14
Uji Glajser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,418	1,336		1,810	,074
	Aksesibilitas	,041	,080	,062	,520	,604
	Sosialisasi	-,024	,073	-,047	-,332	,741
	Pendapatan	-,108	,068	-,201	-1,587	,116

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (data diolah)

Bedasarkan tabel 4.14 di atas maka diperoleh nilai signifikansi pada variabel aksesibilitas sebesar $0,606 > 0,05$ dan untuk variabel sosialisasi mempunyai nilai signifikansi sebesar

0,741 > 0,05, dan variabel pendapatan 0,116 > 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada penelitian ini.

4.5.4 Uji Autokorelasi

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. salah satu cara yang dapat digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi yaitu dengan menggunakan Uji Durbing-waston (DW test). Ada beberapa ketentuan dalam mengambil keputusan dalam uji drubing watson yaitu $d < d_u$ terdapat autokorelasi, $d_u < d < d_{4-d_u}$ tidak terdapat autokorelasi dan $d_l < d < d_u$ tidak ada kesimpulan.

Tabel 4.15
Hasil Uji Durbing-watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,776a	,603	,590	1,45304	2,243
a. Predictors: (Constant), pendapatan, aksesibilitas, sosialisasi					
b. Dependent Variable: tabungan mudharabah					

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas maka di peroleh nilai durbin (d) sebesar 2,243, nilai d_l 1,5966, nilai d_u 1,7295, nilai $4-d_l$ 2,4034, dan nilai $4-d_u$ 2,2705. Maka dapat di simpulkan $1,7295 < 2,243 < 2,2705$ maka tidak terdapat autokorelasi dalam penelitian ini.

4.6 Uji regresi Berganda

Dalam penelitian ini sebelum dilakukannya pengujian hipotesis, terlebih dahulu akan dilakukan pengujian analisis regresi berganda. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara pengaruh Aksesibilitas, Sosialisasi, dan Pendapatan berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh berhubungan positif atau negatif. Adapun hasil analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 25, dapat dilihat pada Tabel 4.16

Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,361	2,002		-,680	,498
	aksesibilitas	-,022	,119	-,014	-,181	,857
	sosialisasi	,596	,110	,494	5,427	,000
	pendapatan	,480	,102	,386	4,721	,000

a. Dependent Variable: tabungan mudharabah

Sumber: Hasil penelitian, 2020 (data diolah)

Bedasarkan Tabel 4.16 sebelumnya. Maka, dapat diformulasikan persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = -1,361 - 0,22 + 0,596 + 0,480 + e$$

4.6.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji secara simultan atau yang disebut juga dengan uji f ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel aksesibilitas, sosialisasi, dan pendapatan berpengaruh secara bersama sama atau tidak terhadap variabel tabungan mudharabah. Adapun hipotesis pada uji simultan pada penelitian ini sebagai berikut :

H_1 : nilai prob $F >$ nilai kritis (0,1) artinya H_0 ditolak H_a diterima. Artinya variabel X_1 (aksesibilitas), X_2 (sosialisasi) dan X_3 (pendapatan) berpengaruh secara bersama sama terhadap variabel Y (tabungan mudharabah) hal ini dapat dibuktikan dengan melihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari pada nilai probabilitas 0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan menolak hipotesis null atau H_0 dan menerima hipotesis alternatif atau H_a artinya variabel X_1 , X_2 , dan X_3 berpengaruh secara bersama sama terhadap variabel Y (tabungan mudharabah). Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.17

Tabel 4.17
Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	285,317	3	95,106	45,045	,000b
	Residual	187,908	89	2,111		
	Total	473,226	92			

a. Dependent Variable: tabungan mudharabah

b. Predictors: (Constant), pendapatan, aksesibilitas, sosialisasi

Sumber: hasil penelitian, 2020 (data diolah)

4.7 Uji t (Uji parsial)

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui signifikansi masing-masing variabel. Pengujian hipotesis secara parsial pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_2 : nilai prob $t >$ nilai kritis (0,1) artinya H_0 diterima H_a ditolak. Artinya variabel X_1 (aksesibilitas) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel Y (tabungan mudharabah) hal ini dapat dilihat berdasarkan Tabel 4.16 di peroleh nilai signifikansi untuk variabel X_1 yaitu sebesar $0,857 > 0,01$ dengan demikian dapat disimpulkan menerima hipotesis null atau H_0 dan menolak hipotesis alternative atau H_a . artinya variabel X_1 tidak berpengaruh terhadap Y (tabungan mudharabah) .

H_3 : nilai prob $t <$ nilai kritis (0,1) artinya H_0 ditolak H_a diterima. Artinya variabel X_2 (sosialisasi) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y (tabungan mudharabah) hal ini dapat dilihat berdasarkan Tabel 4.16 di peroleh nilai signifikansi untuk variabel X_2 yaitu sebesar $0,000 < 0,01$. Dengan demikian dapat disimpulkan menolak hipotesis null atau H_0 dan menerima hipotesis alternatif atau H_a . artinya variabel X_2 berpengaruh terhadap Y (tabungan mudharabah) .

H_4 : nilai prob $t <$ nilai kritis (0,1) artinya H_0 ditolak H_a diterima. Artinya variabel X_3 (sosialisasi) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y (tabungan mudharabah) hal ini dapat dilihat berdasarkan Tabel 4.16 di peroleh nilai signifikansi untuk variabel x_3 yaitu sebesar $0,000 < 0,01$. Dengan demikian dapat disimpulkan menolak hipotesis null atau H_0 dan menerima hipotesis alternatif atau H_a . artinya variabel X_3 berpengaruh terhadap Y (tabungan mudharabah) .

4.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas (aksesibilitas, sosialisasi, dan pendapatan) terhadap variabel terikat (tabungan mudharabah). Nilai koefisien determinasi (R^2) ditentukan dengan nilai R square. Untuk mengetahui nilai r square pada penelitian ini maka dapat dilihat pada Tabel 4.18

Tabel 4.18
Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,776a	,603	,590	1,45304	2,243
a. Predictors: (Constant), pendapatan, aksesibilitas, sosialisasi					
b. Dependent Variable: tabungan mudharabah					

Sumber: Hasil penelitian, 2020 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.18, maka dapat dilihat bahwa nilai R square didapat sebesar 0.603. Hal ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas, sosialisasi, dan pendapatan dapat dijelaskan oleh variabel tabungan mudharabah sebesar 60,3%. Sedangkan 39,7% sisanya dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini.

4.9 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan pemberian hipotesis dapat dilihat bahwa secara simultan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari pada nilai probabilitas 0,05 atau ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis yang berbunyi Aksesibilitas, Sosialisasi, dan Pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh. Yang artinya H_a diterima H_0 ditolak. Dalam penelitian ini diperoleh nilai konstanta sebesar $-1,361$, Artinya bahwa nilai konsisten variabel (Y) tabungan mudharabah adalah sebesar $-1,361$. Koefisien regresi variabel (X1) sebesar $-0,22$ bertanda negatif, ini menunjukkan bahwa aksesibilitas mempunyai hubungan yang tidak searah searah dengan tabungan mudharabah. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan aksesibilitas satu satuan maka variabel Beta (Y) akan turun sebesar $-1,361$ dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Jika nilai X_2 (sosialisasi) naik 1 point, maka nilai Y naik sebesar $0,596$, dan jika nilai variabel X_3 (pendapatan) naik 1 point, maka nilai Y naik

sebesar 0,480 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

Variabel X1 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,857 > 0,01$ dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa aksesibilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh diterima. Hal ini terdapat pada penelitian sebelumnya oleh Chyntia,dkk (2022) menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Diperkuat juga oleh penelitian Hasanuddin (2016) menyatakan bahwa pengaruh tidak langsung lokasi terhadap kepuasan nasabah melalui keputusan pembelian berpengaruh negatif dan tidak signifikan lokasi tidak berpengaruh terhadap proses keputusan nasabah menabung. Dengan demikian hal tersebut sejalan dengan asumsi penulis pada penelitian ini, dimana untuk variabel aksesibilitas bernilai negatif, maksud nya adalah BSM Cabang Ulee kareng memiliki letak yang mudah di jangkau akan tetapi tidak semua nasabah bisa kesana dengan nyaman, karena letak nya berdekatan dengan pasar sehingga dapat menimbulkan beberapa keresahan pada nasabah.

Variabel X2 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,01$ dengan demikian hipotesis yang berbunyi Sosialisasi secara parsial berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh diterima

Artinya H_0 ditolak H_a diterima. hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Syarif As'ad (2012) yang menyatakan bahwa variabel efektivitas sosialisasi merupakan indikator yang paling besar pengaruhnya terhadap minat masyarakat memilih Bank syariah di Kotagede Yogyakarta. Hal ini diperkuat juga oleh penelitian terdahulu oleh Aprilia (2016) menyatakan bahwa sosialisasi tentu sangat berpengaruh pada minat nasabah untuk memilih produk pembiayaan di pegadaian syariah karena sosialisasi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik minat dan mempertahankan nasabah. Hal ini sejalan dengan asumsi penulis pada penelitian ini bahwa X_2 berpengaruh positif disini artinya variabel sosialisasi sangat membantu para nasabah bank BSM Cabang ulee kareng dalam mendapatkan informasi mengenai produk tabungan mudharabah sehingga para nasabah sangat meyakini dengan sangat baik terhadap aspek sosialisasi mengenai produk tabungan mudharabah pada BSM Cabang Ulee Kareng.

Variabel X_3 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,01$ dengan demikian hipotesis yang berbunyi Pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh, artinya H_0 ditolak H_a diterima. Hal ini sejalan dengan asumsi penulis pada penelitian ini dimana X_3 juga bernilai positif, ini menandakan bahwa para nasabah BSM Cabang Ulee kareng berasal dari

kalangan yang pendapatannya berbeda-beda dan sangat tertarik dengan nisbah bagi hasil yang ditawarkan oleh BSM Cabang Ulee Kareng, semakin banyak dana nasabah pada tabungannya, maka pendapatan nisbah juga bertambah. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Azizah (2016) yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk investasi emas. Kemudian diperkuat dengan penelitian Harhap (2016) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan nasabah yang mencerminkan semakin banyak juga yang dimiliki. Maka, semakin maraknya kegiatan tabungan ke Bank Muamalat cabang Balai Kota Medan. Dengan adanya penelitian ini maka memperkuat asumsi bahwa pendapatan memiliki porsi yang lebih untuk diinvestasikan.

Dalam penelitian ini diperoleh nilai R square sebesar 0,603. Hal ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas, sosialisasi, dan pendapatan dapat dijelaskan oleh variabel tabungan mudharabah sebesar 60,3%. Sedangkan 39,7% sisanya dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini. Sedangkan Nilai Pearson correlations yang diperoleh dalam uji korelasi dalam penelitian ini sebesar 0,603. Berdasarkan pedoman derajat hubungan korelasi antara variabel x dan variabel y berada pada tingkat korelasi yang kuat.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistic dengan menggunakan aplikasi olah data SPSS versi 25, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji F (simultan), aksesibilitas, sosialisasi dan pendapatan berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari pada nilai probabilitas 0,05 atau ($0,000 < 0,05$) maka hipotetsis yang berbunyi Aksesibilitas, Sosialisasi, dan Pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh. Yang artinya H_0 ditolak.
2. Aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh. Hal ini dapat dilihat pada nilai koefisien X_1 sebesar $- 0,22$ dan nilai Signifikansi untuk variabel X_1 yaitu sebesar $0,857 > 0,01$.

3. Sosialisasi berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh. Hal ini dapat pada nilai koefisien sebesar 0,596 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,01$.
4. Pendapatan berpengaruh terhadap tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh . hal ini dapat dilihat pada nilai koefisien 0,480 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,01$. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh nilai R square sebesar 0.603. Hal ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas, sosialisasi, dan pendapatan dapat dijelaskan oleh variabel tabungan mudharabah sebesar 60,3%. Sedangkan 39,7% sisanya dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi PT.Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk tabungan mudharabah bagi nasabah. Baik dalam segi kenyamanan, pelayanan dan terus memberikan

pemahaman dengan cara mensosialisasikan produk dengan sangat jelas kepada nasabah agar nasabah mendapatkan pemahaman dan wawasan mengenai tabungan mudharabah seperti akad yang digunakan dalam tabungan mudharabah, manfaat dari tabungan mudharabah serta perbedaan tabungan mudharabah dengan produk tabungan yang lainnya, dengan demikian nasabah dapat memahami mengenai tabungan mudharabah ini dengan jelas dan tertarik untuk menggunakan tabungan mudharabah. Dengan pemahaman yang sangat jelas nasabah dapat merekomendasikan tabungan mudharabah ini kepada orang lain.

2. Bagi masyarakat Aceh, agar lebih memahami lagi mengenai produk tabungan mudharabah pada perbankan syariah berbeda dengan produk tabungan yang ada pada Bank Konvensional.
3. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi nasabah dalam memilih tabungan mudharabah

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Achmadi, C. N. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Alimsyah dan Padji. (2003). *Kamus Istilah Akuntansi*. Bandung: Yrama Widya.

Algaoud, M. K. (2001). *Perbankan Syariah*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.

Al-Kaaf, A.Z. (2002). *Ekonomi dalam Perspektif Islam*. Bandung: CV. Pustaka Setia

Antonio, M. S. (2011). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Apriliana, N. (2017). Pengaruh Sosialisasi Produk Terhadap Minat Nasabah Memilih Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah Cabang Cakranegara Kota Mataram. *Universitas Islam Negeri Mataram*, 1-121.

Arif, N. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Perpajakan*, Vol. 9. No.1. 1-18

Astuti, Septin P (2014). *Modul Pratikum Statistik*. Surakarta: Iain Surakarta.

As'ad, S. (2012). Tingkat Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah di Kotagede Yogyakarta. *Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman Afkaruna*, Vo. 8, No.2, 212-221.

- Ascarya. (2011). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Azizah, M. (2016). Pengaruh Pendapatan dan Pendidikan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas di BSM KC Warung Buncit. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Bank Syariah Mandiri*. (2017). Retrieved september 12, 2018, from Bank Mandiri Syariah: <http://www.syariahmandiri.co.id>
- Chynthia Debby,dkk (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Sumber daya manusia, administrasi dan pelayanan Publik*, vo IX, No.1, 104-112
- Damsar. (2011). *Pengantar Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Diana, M. S. (2017). Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijembe. *Institut Agama Islam Negeri Surakarta*.1-130.
- Djarwanto dan Pangestu, S.(2003). *statistik Induktif*. Yogyakarta: BPF.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Elly, M.S. dan Usman, K. (2013). *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahnya* Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Hanum, N.(2017). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*. Vol. 1. No.2.107-116.

Harhap, P.S.R.(2016). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada

Tabungan *Mudharabah* di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan. *Jurnal Al-Qasd*.

Vol 1 No, 1. 21-39.

Hasanuddin, Makmur. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga

Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel

Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol 4. No.1.49-56.

Heslin, J.M. (2007). *Sosiologi dengan Pendekatan Membumi*. Jakarta:Erlangga.

Himyar Pasrizal, U. S. (2012). Pengaruh Kepribadian, Kelas Sosial dan Budaya Pengusaha Terhadap Strategi Pemasaran dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Sumatera Barat. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vo, 10. No, 4. 710-721.

<http://dr-suparyanto.blogspot.co.id/2014/03/konsep-dasar-pendapatan-keluarga.html>. diakses

pada 24 januari 2020, pukul 14.43 WIB.

Ikhsan, M. (2016). Pengaruh Akseptabilitas, Afordabilitas, Aksesibilitas dan Kesadaran Terhadap Niat Beli Layanan 4G Telkomsel di Bandar Lampung. *Universitas Lampung*, 1-59.

- Irianto, A. (2004). *Statistik*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Kalesaran, P. V. (2013). Analisis Pengakuan dan Pengukuran Pendapatan Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Millenia Berdasarkan PSAK No.23. *Jurnal EMBA*, Vo, 1. No, 3. 98-108.
- Karim, A. A. (2014). *Bank Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kay, P.V. (2013) Tabungan dan Variabel Ekonomi Makro yang Mempengaruhinya di Kota Ambon. *Jurnal Ekonomi*, Vol. VII, No. 1 2013 ISSN : 1978-3612
- Kusnadi (2000). *Akuntansi Keuangan Menengah (Prinsip, Prosedur, dan Metode)*. Jakarta: Salemba Empat
- Maski, M. (2010) Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, vol. 4 No. 1 Mei 2010, 43-57.
- Maysaroh, D. (2014). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah. *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*, 1-52.
- Miro, Fidel. (2009). *Perencanaan Transportasi Bagi Mahasiswa, Perencana dan praktisi*. Jakarta:Erlangga.

- Munandar, M.(2006). *Pokok-pokok Intermediate Accounting*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Munthe, S. (2014). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota. *Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara*, 1-109.
- Narbuko, C. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Narimawati, U. (2010). *Metodologi Penelitian: dasar penyusunan penelitian Ekonomi*. Jakarta: Genesis.
- Nopitasari, E. (2017). Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunkan Bank Syariah. *Institut Agama Islam Negeri Surakarta*, 1-144.
- Nurdin, R. (2010). *Akad-akad Fiqh pada Perbankan Syariah di Indonesia (sejarah, konsep dan perkembangannya)*. Banda Aceh: Yayasan PeNA Banda Aceh.
- Padil, M. dan Supriyatno, T. (2010). *Sosiologi Pendidikan*. Yogyakarta: UIN-Maliki Press (Anggota IKAPI).
- Parlindungan, B. (2010). Analisis Pengaruh Tingkat Aksesibilitas Wilayah Terhadap Perkembangan Kecamatan di Kota Medan. *Sekolah Pascasarjana Sumatera Utara Medan*.
- Pohan, M. dan Halim, R. (2016). Analisis Ketersediaan Infrastruktur Kesehatan dan Aksesibilitas Terhadap Pembangunan Kesehatan Penduduk di Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*. Vol, 16. No 1. 77-91.

- Purwanto, A. (2016). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Boyolali. *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga*, 1-117.
- Pratama, I. F. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Menggunakan Akad Mudharabah di Bank BNI Syariah. *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 1-62.
- Qardhawi, Y. (2001). *Daurul Qiyam wal Aklaq Fil Ilqtishodil Islami (Peran Nilai Moral dalam Perekonomian Islam)* terj. Didin Hafidhuddun et.al. Jakarta: Robbani Press.
- Rasiam. (2012). *Konsep Perbankan Syariah*. Pontianak, Kalimantan Barat: STAIN Pontianak Press.
- Rifa'i, M. (2011). *Sosialisasi Pendidikan*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Rozalinda. (2015). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Samsu, S. (2013). Analisis Pengakuan dan Pengukuran Pendapatan Berdasarkan PSAK No.23 Pada PT. Misa Utara Manado. *Jurnal EMBA* , Vo,1. No, 3. 567-575.
- Santoso, R.I.(2018). Sosialisasi dan Pelatihan Implementasi Akad-akad dan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2), 151-158.
- Sari, N. (2015). *Kontrak (akad) dan Implementasinya pada Perbankan Syariah di Indonesia*. Banda Aceh: Yayasan PeNA Banda Aceh.

Sarjono, H., dan Julianita, W. (2013). *Spss Vs Lisrel Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*.

Jakarta: Salemba.

Septiana, R.F. (2015) *Pengaruh Pendapatan dan Karakter Nasabah Terhadap Kinerja Usaha*

Nasabah Pembiayaan Pada BMT Sahara Tulungagung dan BTM Surya Madinah. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, 1-140

Siregar, B. G. (2016). *Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah di PT. Bank Sumut Padang Cabang Syariah Padang Sidempuan. TAZKIR : Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu sosial dan Keislaman, VO. 02. No 2. 17-34.*

Sugiyono. (2007). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sukirno, S. (2015). *Makro Ekonomi Teori Pengantar (edisi ketiga)*. Jakarta: Rajawali pers.

Sunarto, K. (2004). *Pengantar Sosiologi (edisi ketiga)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas

Ekonomi, Universitas Indonesia.

Sumitro, W. (2004). *Asas-asas Perbankan Islam dan lembaga-lembaga Terkait (BAMUI, TAKAFUL dan Pasar Modal Syariah di Indonesia)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Suprayitno, M. P. (2007). *Sosiologi Pendidikan*. Yogyakarta: UIN-Maliki Press (Anggota IKAPI).
- Sulistiyawati, A.R. Karyanto, P. dan Rindarjono, G.M. (2016). Hubungan Kondisi Internal Individual dan Aksesibilitas Siswa SMP Negeri 3 Kradenan Grobogan Terhadap Keputusan Melanjutkan Sekolah. *Jurnal: GeoEco*, Vol. 2, No.1.80-87.
- Susanti, Y. (2017). Persepsi Nasabah Dalam Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Belintang. *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 1-111.
- Susantono, B. (2004). *Langkah Kecil Yang Kita Lakukan Menuju Transportasi Yang Berkelanjutan*. Jakarta: Masyarakat Transportasi Indonesia.
- Sheth, J.N. dan Sisodia, R.S.(2012). *The 4A's of Marketing. Creating Value For Customers, Companies and society*: New York. Routledge.
- Shomad, A. (2012). *Hukum Islam Penormaam Prinsip Syariah Dalam Hukum Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Syaima, N. N. (2017). Pengaruh Merek, Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan di BJB Syariah KCP. Ciputat . *Universitas Islam Negei Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Tamin, O.Z.(2000), *Perencanaan & Pemodelan Transportasi edisi ke 2*, Bandung: Penerbit ITB

- Thyas V.M. Lapagu, M. D. (2018). Strategi Sosialisasi Tentang Penerimaan Siswa Baru SMA Perguruan Islam Manado Titiwungen Selatan. *Acta Diurna*, Vol 7, No 4, 1-13.
- Warpani, P.S.(2002). *Pengelolaan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan*. Bandung: ITB.
- Widodo. Widi, dkk (2010). *Moralitas, Budaya dan Kepatuhan Wajib Pajak*. Bandung: ALFABETA
- Yadiati, W. (2007). *Teori Akuntansi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yuhansyah dan Iskandar. (2018). *Pengaruh Motivasi dan Ketidakamanan Kerja Terhadap Penilaian Kerja yang Berdampak Kepada Kepuasan Kerja*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia
- Yogiarto, A. H. (2015). Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi kasus pada nasabah Bank Muamalat Pekalongan). *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta*, 1-165.
- Yossiana, A. A. (2018). Pengaruh Bagi Hasil Produk Tabungan Mudharabah Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ulee Kareng. *Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh*, 1-93.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh Aksesibilitas, Sosialisasi dan Pendapatan Terhadap Nasabah dalam Menggunakan Tabungan *Mudharabah* KCP Ulee Kareng Kota Banda Aceh”

Petunjuk pengisian : Isilah pernyataan dibawah ini dengan sebenarnya. Berikan tanda ceklis (✓) pada setiap jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda.

1. Nama :(boleh tidak diisi)
2. Jenis kelamin:
 Pria Wanita
3. Usia anda saat ini:
 < 17 tahun 36-45 tahun
 17-25 tahun > 45 tahun
 26-35 tahun

4. Pekerjaan:

Pelajar/Mahasiswa

Karyawan Swasta

PNS/Guru/POLRI

Tidak Bekerja/Pensiun

5. Pendidikan Terakhir :

SD

SMA

S1

SMP

D3

S2

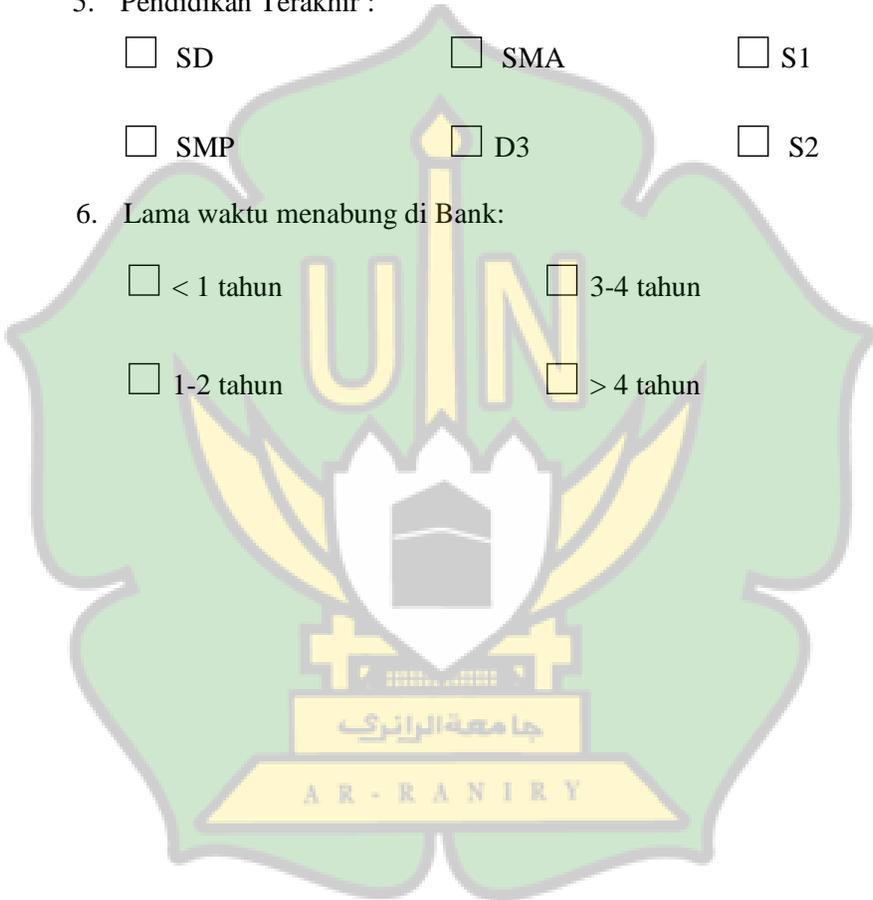
6. Lama waktu menabung di Bank:

< 1 tahun

3-4 tahun

1-2 tahun

> 4 tahun



Silakan tentukan pendapat setuju atau ketidaksetujuan Anda terhadap setiap pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada setiap jawaban. Jawaban yang disediakan meliputi :

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Kurang Setuju (KS)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1. Aksesibilitas

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi terletak pada jalur strategis, sehingga anda mudah untuk menjangkau					
2.	Lokasi berada ditempat yang lingkungannya nyaman.					
3.	Lokasi berada di pusat keramaian sehingga mudah dijumpai					
4.	Tersedia kendaraan umum untuk mencapai lokasi kantor BSM KCP Ulee Kareng sehingga memudahkan anda dalam menjangkau					

2. Sosialisasi.

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Bank Syariah sering melakukan sosialisasi, dalam bentuk penyuluhan					
2.	Pihak Bank Syariah memberikan Informasi yang jelas dan mudah dipahami.					
3.	Sosialisasi perbankan syariah sangat beragam seperti melalui iklan, media massa cetak atau elektronik, bulletin, majalah, buku dan lembaga pendidikan.					
4.	Kemampuan dalam mensosialisasi produk mempengaruhi anda dalam memilih produk					

Silakan tentukan pendapat setuju atau ketidaksetujuan Anda terhadap setiap pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada setiap jawaban. Jawaban yang disediakan meliputi :

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Kurang Setuju (KS)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (S)

3. Pendapatan.

Berapakah pendapatan bapak/ibu setiap bulan?

- a. Rp.0 - Rp.3.500.000
- b. Rp. 3.500.000 - Rp. 7.000.000
- c. Rp. 7.000.000 - Rp. 10.000.000
- d. Rp. 10.000.000 - Rp. 15.000.000
- e. Lebih dari Rp. 15.000.000

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pendapatan anda cukup untuk memenuhi kebutuhan anda dan keluarga sehari-hari.					
2.	Keuntungan usaha anda, anda tabung pada BSM Ulee Kareng.					
3.	Pendapatan tinggi membuat anda menabung dengan akad <i>Mudharabah</i> .					
4.	Keuntungan yang anda dapatkan, anda gunakan untuk memajukan usaha anda.					

4. Menggunakan Tabungan *Mudharabah*

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Anda memilih BSM Ulee Kareng karena pengetahuan akan produk yang diberikan lengkap.					

2.	Anda memilih menggunakan tabungan <i>mudharabah</i> di BSM Ulee Kareng karena lokasi BSM Ulee Kareng dekat dengan rumah					
3.	Anda memilih produk tabungan <i>mudharabah</i> karena pelayanan yang diberikam sangat memuaskan					
4.	Anda memilih tabungan <i>mudharabah</i> karena bagi hasil yang diberikan menarik.					



Lampiran 2 : Jawaban Responden

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
1.	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
2.	5	5	3	4	17	4	4	4	4	16
3.	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
4.	4	5	4	5	18	4	4	5	5	18
5.	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17
6.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
7.	4	5	4	4	17	3	5	5	4	17
8.	5	4	4	3	16	4	4	4	4	16
9.	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16
10.	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18
11.	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
12.	4	5	3	4	16	5	5	4	5	19
13.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
14.	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
15.	4	4	5	5	18	4	4	4	5	17
16.	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
17.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
18.	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
19.	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
20.	5	5	4	4	18	4	5	4	4	17
21.	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
22.	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
23.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
24.	5	4	5	4	18	4	4	4	3	15
25.	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
26.	5	5	4	4	18	5	4	5	4	18
27.	4	4	4	5	17	4	3	4	3	14

28.	5	4	5	5	19	4	5	5	4	18
29.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
30.	4	4	3	4	15	1	2	2	1	6
31.	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
32.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
33.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
34.	4	4	4	5	17	4	3	4	3	14
35.	4	4	4	3	15	3	4	4	4	15
36.	4	4	5	4	17	4	4	4	3	15
37.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
38.	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
39.	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
40.	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
41.	5	5	4	5	19	4	4	4	5	17
42.	5	4	5	4	18	4	4	4	3	15
43.	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17
44.	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17
45.	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
46.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
47.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
48.	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
49.	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
50.	5	5	3	4	17	3	3	4	3	13
51.	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17
52.	5	5	5	4	19	3	4	4	3	14
53.	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17
54.	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
55.	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
56.	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14
57.	4	4	4	3	15	3	4	4	4	15
58.	4	4	4	4	16	5	4	5	3	17

59.	4	5	3	4	16	4	4	4	4	16
60.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
61.	4	4	4	5	17	4	5	4	5	18
62.	5	4	5	5	19	4	4	4	5	17
63.	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16
64.	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16
65.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
66.	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
67.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
68.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
69.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
70.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
71.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
72.	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
73.	4	4	4	5	17	4	5	4	5	18
74.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
75.	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18
76.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
77.	5	5	5	5	20	5	4	4	3	16
78.	4	4	4	4	16	2	4	3	4	13
79.	4	2	4	4	14	2	4	2	4	12
80.	5	5	4	5	19	4	4	4	3	15
81.	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
82.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
83.	5	4	4	4	17	3	3	4	5	15
84.	5	4	5	4	18	4	4	4	5	17
85.	4	5	4	5	18	4	4	5	5	18
86.	4	5	4	5	18	4	4	5	5	18
87.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
88.	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18
89.	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16

90.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
91.	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
92.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
93.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

Lampiran 2 Jawaban Responden

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL	Y.1.1	Y.1.2	Y.1.3	Y.1.4	TOTAL
1.	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
2.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
3.	4	5	5	5	19	5	4	4	5	18
4.	4	4	5	5	18	5	5	4	5	19
5.	2	2	4	3	11	4	4	4	3	15
6.	2	4	4	4	14	4	4	4	4	16
7.	3	4	4	5	16	5	1	4	5	15
8.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
9.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
10.	4	4	4	5	17	4	4	5	4	17
11.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
12.	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17
13.	2	4	4	4	14	4	4	4	4	16
14.	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
15.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
16.	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
17.	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
18.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
19.	4	3	4	4	15	4	4	4	3	15
20.	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
21.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
22.	4	5	5	5	19	5	4	4	5	18

23.	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
24.	4	4	3	4	15	4	3	4	4	15
25.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
26.	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
27.	3	2	5	4	14	3	4	4	4	15
28.	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
29.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
30.	4	1	3	3	11	1	1	1	1	4
31.	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19
32.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
33.	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
34.	3	2	5	4	14	3	4	4	4	15
35.	3	2	4	4	13	3	3	4	4	14
36.	4	3	4	4	15	3	3	3	3	12
37.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
38.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
39.	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
40.	4	3	3	4	14	2	2	2	3	9
41.	4	4	4	4	16	5	4	2	5	16
42.	5	3	5	4	17	4	3	4	5	16
43.	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16
44.	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18
45.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
46.	3	2	3	4	12	4	2	4	4	14
47.	3	2	4	4	13	4	4	4	4	16
48.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
49.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
50.	3	2	3	2	10	2	2	2	3	9
51.	4	4	4	4	16	2	4	4	5	15
52.	3	3	4	4	14	3	3	4	4	14
53.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

54.	4	3	3	4	14	3	3	4	4	14
55.	4	3	4	4	15	3	4	4	4	15
56.	4	3	4	3	14	3	3	4	4	14
57.	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
58.	5	1	4	4	14	3	3	3	3	12
59.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
60.	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
61.	4	4	4	5	17	4	4	5	3	16
62.	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
63.	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
64.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
65.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
66.	4	4	4	4	16	5	3	5	3	16
67.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
68.	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
69.	4	4	4	4	16	4	4	5	3	16
70.	4	4	4	4	16	5	3	5	3	16
71.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
72.	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
73.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
74.	4	4	4	4	16	4	3	5	2	14
75.	4	3	4	4	15	4	3	4	3	14
76.	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
77.	4	3	3	4	14	4	3	4	4	15
78.	4	4	5	4	17	4	2	4	3	13
79.	4	4	4	4	16	4	2	2	2	10
80.	5	3	3	4	15	4	4	4	4	16
81.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
82.	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
83.	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
84.	4	2	4	5	15	2	2	4	4	12

85.	4	4	5	5	18	5	5	4	5	19
86.	4	4	5	5	18	5	5	4	5	19
87.	2	2	2	4	10	2	4	4	4	14
88.	3	5	4	5	17	4	4	5	5	18
89.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
90.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
91.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
92.	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14
93.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

Lampiran 3 : Uji Validitas

NO	Variabel Kualitas Produk (Item pernyataan)	r tabel n-2 =91	<i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
Aksesibilitas (X1)				
1	X1.1	0,2039	0,749	VALID
2	X1.2.	0,2039	0,650	VALID
3	X1.3	0,2039	0,697	VALID
4	X1.4	0,2039	0,769	VALID
Sosialisasi. (X2)				
1	X2.1	0,2039	0,422	VALID
2	X2.2	0,2039	0,412	VALID
3	X2.3.	0,2039	0,400	VALID
4	X2.3	0,2039	0,280	VALID
Pendapatan(X3)				

1	X3.1	0,2039	0,268	VALID
2	X3.2	0,2039	0,313	VALID
3	X3.3	0,2039	0,215	VALID
4	X3.4	0,2039	0,232	VALID
Memilih Tabungan <i>Mudharabah Y</i>				
1	Y1.1	0,2039	0,287	VALID
2	Y1.2	0,2039	0,262	VALID
3	Y1.3	0,2039	0,217	VALID
4	Y1.4	0,2039	0,207	VALID

Lampiran 4 : Uji Realibitasi

NO	Variabel Kualitas Produk (Item pernyataan)	r tabel $n-2 = 91$	<i>Pearson Corelation</i>	Keterangan
Aksesibilitas (X1)				
1	X1.1	0,2039	0,749	VALID
2	X1.2	0,2039	0,650	VALID
3	X1.3	0,2039	0,697	VALID
4	X1.4	0,2039	0,769	VALID
Sosialisasi. (X2)				
1	X2.1	0,2039	0,422	VALID
2	X2.2	0,2039	0,412	VALID

3	X2.3	0,2039	0,400	VALID
4	X2.4	0,2039	0,280	VALID
Pendapatan(X3)				
1	X3.1	0,2039	0,268	VALID
2	X3.2	0,2039	0,313	VALID
3	X3.3	0,2039	0,215	VALID
4	X3.4	0,2039	0,232	VALID
Memilih Tabungan <i>Mudharabah Y</i>				
1	Y1.1.	0,2039	0,287	VALID
2	Y1.2	0,2039	0,262	VALID
3	Y1.3	0,2039	0,217	VALID
4	Y1.4	0,2039	0,207	VALID

Lampiran 5 : Karakteristik Responden

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

JENISKELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PRIA	59	63,4	63,4	63,4
	WANITA	34	36,6	36,6	100,0

Total	93	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

2. Berdasarkan Usia

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 TAHUN	58	62,4	62,4	62,4
	26- 35TAHUN	26	28,0	28,0	90,3
	35- 45TAHUN	8	8,6	8,6	98,9
	>45 tahun	1	1,1	1,1	100,0
	Total	93	100,0	100,0	

3. Berdasarkan Pekerjaan

PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PELAJAR/MAH ASISWA	31	33,3	33,3	33,3

PNS/GURU/PO LRI	31	33,3	33,3	66,7
KARYAWANS WASTA	31	33,3	33,3	100,0
Total	93	100,0	100,0	

4. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

PENDIDIKAN TERAKHIR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	26	28,0	28,0	28,0
	D3	9	9,7	9,7	37,6
	S1	57	61,3	61,3	98,9
	S2	1	1,1	1,1	100,0
	Total	93	100,0	100,0	

5. Berdasarkan Lama Waktu Menabung

LAMA MENABUNG

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	<1TAHU N	8	8,6	8,6	8,6
	1-2 TAHUN	13	14,0	14,0	22,6
	3- 4TAHUN	31	33,3	33,3	55,9
	>4TAHU N	41	44,1	44,1	100,0
	Total	93	100,0	100,0	

Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

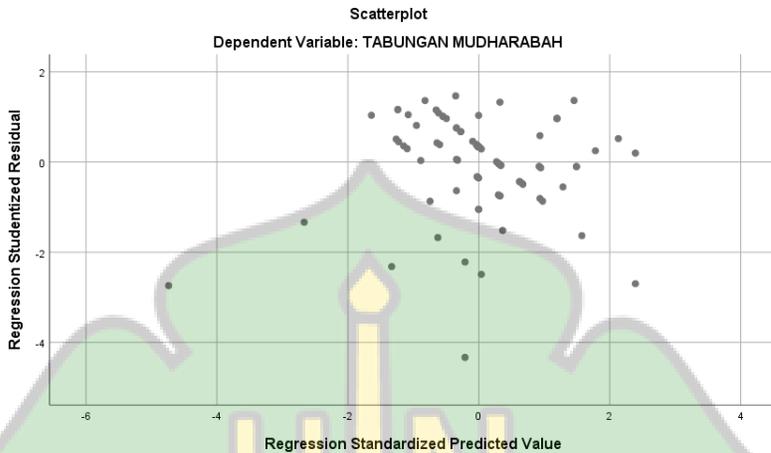
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1,42915437
Most Extreme Differences	Absolute	.159
	Positive	.079
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		

b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficientsa		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,361	2,002		-,680	,498		
	Aksesibilitas	-,022	,119	-,014	-,181	,857	,760	1,316
	Sosialisasi	,596	,110	,494	5,427	,000	,539	1,855
	Pendapatan	,480	,102	,386	4,721	,000	,667	1,499
a. Dependent Variable: TABUNGAN MUDHARABAH								

3. Grafik Hasil Uji Scatterplot



4. Uji Glajser

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,418	1,336		1,810	,074
	Aksesibilitas	,041	,080	,062	,520	,604
	Sosialisasi	-,024	,073	-,047	-,332	,741
	Pendapatan	-,108	,068	-,201	-1,587	,116

a. Dependent Variable: abs_res

Hasil Uji Durbing-watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,776a	,603	,590	1,45304	2,243
a. Predictors: (Constant), pendapatan, aksesibilitas, sosialisasi					
b. Dependent Variable: tabungan mudharabah					

Lampiran 7 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,361	2,002		-,680	,498
	Aksesibilitas	-,022	,119	-,014	-,181	,857
	Sosialisasi	,596	,110	,494	5,427	,000
	Pendapatan	,480	,102	,386	4,721	,000
a. Dependent Variable: tabungan mudharabah						

Lampiran 8 :Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,776a	,603	,590	1,45304	2,243
a. Predictors: (Constant), pendapatan, aksesibilitas, sosialisasi					
b. Dependent Variable: tabungan mudharabah					

