

SKRIPSI

**PENGARUH PRODUK TABUNGAN SEULANGA DAN
KEPERCAYAN TERHADAP MINAT NASABAH
MENABUNG PASCA KONVERSI
PT. BANK ACEH SYARIAH**



Disusun Oleh:

**Nadia Melva Fitria
NIM. 140603042**

AR - RANIRY

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M / 1440 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nadia Melva Fitria
NIM : 140603042
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

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

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat diperanggungjawabkan 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, 21 Januari 2019

Yang Menyatakan,



Nadia Melva Fitria

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 Produk Tabungan Seulanga Dan Kepercayaan Terhadap
Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah**

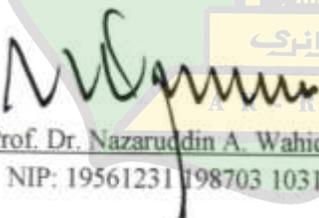
Disusun Oleh:

Nadia Melva Fitria
NIM : 140603042

Disetujui untuk diseminarkan 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,

Pembimbing II,


Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA
NIP: 19561231 198703 1031


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

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah, 


Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc.
NIP: 19720907 200003 1001

LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL

SKRIPSI

Nadia Melva Fitria

NIM: 140603042

Dengan Judul:

**Pengaruh Produk Tabungan Seulanga Dan Kepercayaan Terhadap
Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah**

Telah Diseminarkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Perbankan
Syariah

Pada Hari/Tanggal : 21 Januari 2019 M
Senin, 15 Jumadil Awal 1440 H

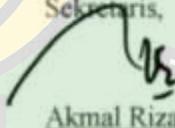
Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,


Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA

NIP. 19561213 198703 1031

Sekretaris,


Akmal Riza, SE., M.Si

NIDN. 2002028402

Penguji I,

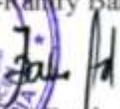

Ayuniani, SE., M.Si

NIP. 19780615 200912 2002

Penguji II,


Dedi Sufradi, SE., M.Si

NIDN.

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

Fuad, M.Ag
NIP. 19640314 199203 1003



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



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

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nadia Melva Fitria
NIM : 140603042
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : Nadiamelvafitria@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 Produk Tabungan Seulanga dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah.

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 : 21 Januari 2019

Penulis

Nadia Melva Fitria
Nim: 140603042

Mengetahui,
Pembimbing I

Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA
NIP. 19561213 198703 1031

Pembimbing II

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

KATA PENGANTAR



Syukur *Alhamdulillah* kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Produk Tabungan Seulanga dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah”**.

Shalawat beserta salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini, dan juga keluarga dan sahabat beliau sekalian.

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

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN AR-Raniry, Ayumiati, S.E., M.Si Selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah, dan Mukhlis, SHI, SE. M.H sebagai operator prodi Perbankan

Syariah yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan nasehat-nasehat, pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Muhammad Arifin, M.Ag., Ph. D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA selaku dosen pembimbing I dan Akmal Riza, SE., M.Si dosen pembimbing II yang telah bersedia menjadi orang tua kedua dalam membimbing saya dengan sangat sabar, meluangkan waktu serta memberi arahan dan motivasi dari awal penulisan hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ayumiati, SE., M.Si dan Dedi Sufriadi, SE., M.Si selaku dosen penguji I dan II dalam sidang Munaqasyah skripsi.
6. Dr.Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M selaku PA (Penasehat Akademik), seluruh dosen dan staf FEBI.
7. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, tempat penulis memperoleh berbagai informasi dan sumber-sumber yang berkaitan dalam penulisan skripsi.
8. Dedi Riva Kusuma, SP, Nisa Ul husna S. Psi dan Aidil Fadhari selaku karyawan Bank Aceh, dan seluruh karyawan/karyawati Bank Aceh Syariah yang telah memberikan kesempatan melakukan wawancara dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.

9. Teristimewa untuk ayahanda dan ibunda tercinta, Surnadi (Alm) dan Nila Wati, acut dan pak cut, Maida Sarah, AM, Kep. SKM dan M. Zulfahmi S.E, bunda dan yahnda, Jusriani S.pd dan M. Yasir, serta mak tangah dan pak tangah, Rafnita dan Usman, dan adik tersayang febri, yona, dan frisma yang selalu memberikan semangat untuk uni. kasih sayang serta doa kalian semua sehingga penulis dapat menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi sampai saat ini dan dapat menyusun skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat terbaik saya Emi, Raudhatul, Wiwik , Alfin, Rahil, Nora, Siska, Zulfa, Putroe, Rizky, Eka, Rahmi, Maulida, Nisa, Nurtria, dan sahabat lainnya yang selalu memberikan semangat, masukan, waktu dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mohon maaf kepada semua pihak baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Penulis menyadari betul bahwa penulisan ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini.

Banda Aceh, 21 Januari 2019
Penulis,

Nadia Melva Fitria

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ فَلْيَسْتَجِيبُوا
لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ

“Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu (Muhammad) tentang Aku, maka sesungguhnya Aku dekat. Aku kabulkan permohonan orang yang berdoa apabila dia berdoa kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka memperoleh kebenaran,” (QS al- Baqarah [2]: 186).

Tidak ada yang bisa merubah takdir yang telah ditetapkan oleh Nya selain doa, maka segala sesuatu yang diiringi dengan doa yakinlah Insya Allah akan meraih keberkahan dan Ridha Nya. Jangan pernah berputus asa atas segala kesusahan namun paculah diri untuk meraih kesuksesan.

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Kupersembahkan karya kecil dan sederhana ini untuk: orang-orang yang telah berjasa dalam hidupku semoga allah membalas semua kebaikan kalian love you all.

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	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	D			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauḷa*

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

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

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

b. *Ta marbutah* (ة) mati

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

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	: <i>al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah</i>
طَلْحَةُ	: <i>Talḥah</i>

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 : Nadia Melva Fitria
NIM : 140603042
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/
Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Produk Tabungan
Seulanga dan Kepercayaan terhadap
Minat Nasabah Menabung Pasca
Konversi PT. Bank Aceh Syariah.
Tebal Skripsi : 159 Halaman
Pembimbing I : Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA
Pembimbing II : Akmal Riza, SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis Pengaruh Produk Tabungan Seulanga dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah *purposive sampling*, dengan kriteria nasabah tabungan seulanga yang berjumlah 100 responden. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, variabel produk tabungan seulanga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi, variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi. Secara simultan menunjukkan bahwa, pengaruh produk tabungan seulanga dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung. Sedangkan hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,703 ini berarti kontribusi variasi variabel produk tabungan seulanga, dan kepercayaan mampu menjelaskan variasi variabel minat nasabah menabung sebesar 70,3% sedangkan sisanya sebanyak 29,7% dijelaskan variabel lain seperti promosi, produk, religiusitas, dan citra bank.

Kata kunci : Produk Tabungan Seulanga, Kepercayaan, Minat Nasabah.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL SKRIPSI..	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS	14
2.1 Pengertian, Fungsi dan Tujuan Bank Syariah	14
2.1.1 Pengertian Bank Syariah.....	14
2.1.2 Fungsi Bank Syariah.....	14
2.1.3 Tujuan Bank Syariah	15
2.1.4 Kegiatan Usaha Bank Aceh Syariah.....	17
2.2 Produk Seulanga	21
2.2.1 Pengertian Tabungan Seulanga.....	21
2.2.2 Pra dan Pasca Konversi Produk Seulanga	24
2.2.3 Pengertian Tabungan Dalam Islam.....	26
2.3 Kepercayaan	28
2.3.1 Pengertian Kepercayaan	28

2.3.2 Dimensi Kepercayaan	31
2.3.3 Indikator Kepercayaan.....	33
2.3.4 Kepercayaan Dalam Perspektif Islam.....	34
2.4 Minat Menabung	36
2.4.1 Pengertian Minat	36
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat ..	39
2.4.3 Menabung	40
2.5 Penelitian Terdahulu.....	41
2.6 Model Penelitian dan Kerangka Berfikir	46
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	48

BAB III METODE PENELITIAN..... 50

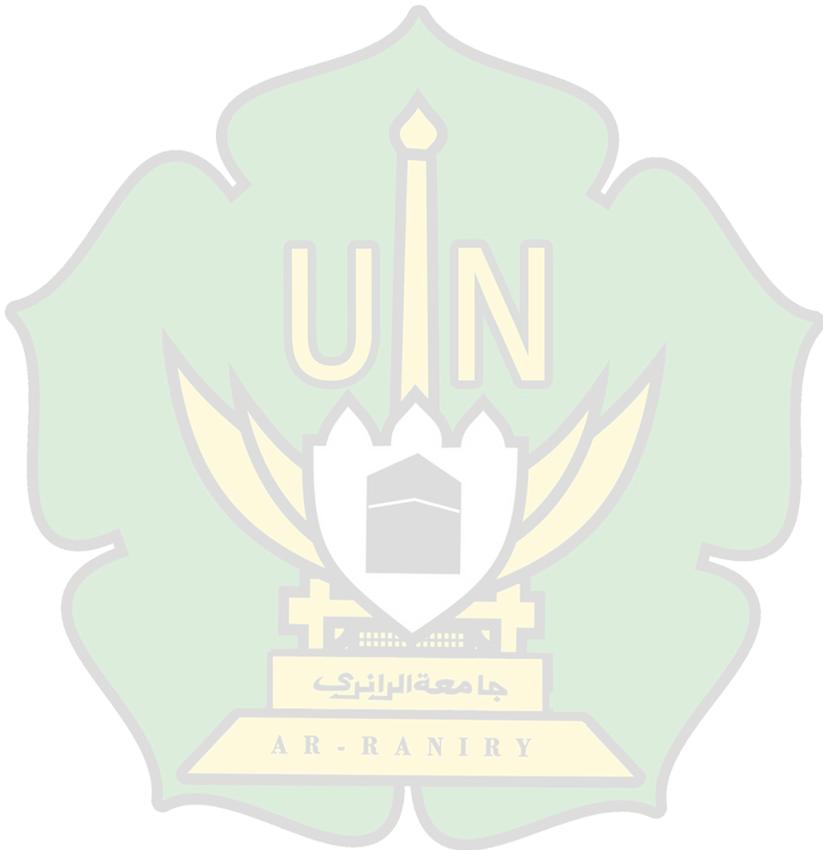
3.1 Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	50
3.2 Objek, Lokasi dan Waktu Penelitian	50
3.3 Populasi dan Sampel	51
3.3.1 Polulasi	51
3.3.2 Sampel	51
3.4 Sumber Data	53
3.4.1 Data Primer	53
3.4.2 Data Sekunder.....	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6 Skala Pengukuran	55
3.7 Uji Kualitas Data	56
3.7.1 Uji Validitas	56
3.7.2 Uji Reliabilitas	57
3.8 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian	58
3.8.1 Variabel <i>Independen</i>	58
3.8.2 Variabel <i>Dependen</i>	59
3.9 Metode Analisis Data.....	60
3.8.1 Alat Analisis	60
3.8.2 Analisis Regresi Berganda	61
3.10 Uji Asumsi Klasik	62
3.10.1 Uji Normalitas	63
3.10.2 Uji Multikolonieritas	64
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas	66
3.11 Pengujian Hipotesis	67
3.11.1 Uji F (simultan)	67
3.11.2 Uji t (Parsial)	68

3.11.3 Uji Koefisien Determinasi	69
3.11.4 Keterkaitan/Korelasi Antar Variabel.....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Gambaran Umum PT. Bank Aceh Syariah.....	71
4.1.1 Sejarah Bank Aceh Syariah	71
4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Aceh Syariah.....	76
4.2 Produk Produk Penghimpun Dana PT. Bank Aceh Syariah.....	77
4.3 Tabungan Seulanga Pasca Konversi	84
4.4 Karakteristik Responden	85
4.5 Tanggapan Responden	89
4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	94
4.6.1 Uji Validitas	94
4.6.2 Uji Reliabilitas	96
4.7 Uji Asumsi Klasik	97
4.7.1 Uji Normalitas	97
4.7.2 Uji Multikolonieritas	99
4.7.3 Uji Heteroskedastisitas	100
4.8 Hasil Penelitian	102
4.8.1 Uji Regresi Berganda	102
4.8.2 Pengujian Hipotesis	103
4.9 Pembahasan	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	111
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	119

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabungan Seulanga Sebelum dan Sesudah Konversi 2013-2015	4
Tabel 1.2 Persentase Tabungan Seulanga Pra dan Pasca Konversi	5
Tabel 2.1 Jumlah Poin dan Hadiah Yang Diperoleh Nasabah Pada Produk Tabungan Seulanga.....	23
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3.1 Skor Pada Skala Likert	56
Tabel 3.2 Operasional Variabel	59
Tabel 3.3 Kriteria Untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.1 Produk Tabungan Seulanga Pasca Konversi	84
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	86
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	86
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	87
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	88
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	88
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Produk Tabungan Seulangan	90
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Kepercayaan	91
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Minat Menabung Pasca Konversi	93
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	95
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	96
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	99
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas	100
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	101
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Berganda.....	102
Tabel 4.17 Hasil Uji Uji t	104
Tabel 4.18 Hasil Uji F	106

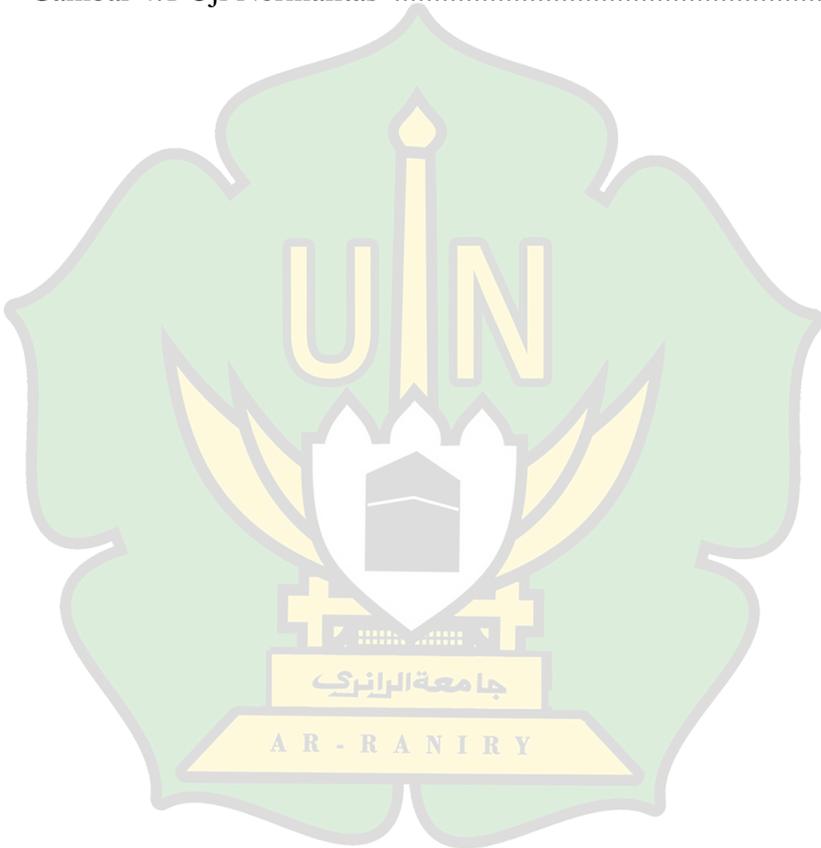
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....107



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Jumlah Nasabah pada Tahun 2014-2017	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 4.1 Uji Normalitas	98



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	119
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian	124
Lampiran 3 Karakteristik Responden	132
Lampiran 4 Tanggapan Responden	134
Lampiran 5 Uji Validitas	144
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	147
Lampiran 7 Uji Normalitas	149
Lampiran 8 Uji Multikolinearitas	150
Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas	151
Lampiran 10 Uji Regresi Berganda	151
Lampiran 11 Uji F	151
Lampiran 12 Uji t	152
Lampiran 13 Uji Koefesien Determinasi	152
Lampiran 14 r tabel	153
Lampiran 15 f tabel	154
Lampiran 16 t tabel	155
Lampiran 17 Dokumentasi Wawancara Dengan Karyawan Bank Aceh	156
Lampiran 18 Surat Permohonan Penelitian	157
Lampiran 18 Surat Penelitian PT. Bank Aceh Syariah	158
Lampiran 18 Riwayat Hidup Penulis.....	159

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan dalam Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sementara perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Berbagai usaha yang dilakukan oleh bank dalam upaya menghimpun dana masyarakat antara lain menerima simpanan dalam bentuk tabungan, giro, deposito atau dalam bentuk lainnya. Dari beberapa jenis simpanan tersebut, tabungan merupakan simpanan yang cukup banyak diminati nasabah. Nasabah saat ini lebih berhati-hati sebelum memutuskan bank manakah yang akan dipilihnya sebagai tempat menginvestasikan dananya. Dimana harapan nasabah akan menimbulkan suatu keinginan atau minat untuk melakukan suatu hal yang diinginkan nasabah.

Syah (2004) mengemukakan minat (*interest*) berarti kecenderungan atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat bukan istilah yang populer karena ketergantungannya pada faktor-faktor internal seperti pemusatan perhatian, keingintahuan,

motivasi, dan kebutuhan. Rangsangan yang diberikan oleh bank untuk menarik minat menabung masyarakat terbatas pada rangsangan yang hasilnya dapat dirasakan langsung oleh nasabah. Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli, minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap pembelian (Kotler, 2002:78).

Doods, Monroe dan Grewal dalam (Ibnu, 2012) Minat beli *willingness to buy* dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bila pembeli bermaksud untuk membeli produk. Segala sesuatu menjadi sama, minat beli secara positif berhubungan terhadap persepsi keseluruhan pada akuisisi dan transaksi nilai Zeithaml dalam (Ibnu, 2012). Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan oleh konsumen untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dari pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaatnya lebih kecil dibanding pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis.

Salah satunya bank pemerintah daerah yaitu bank Aceh dalam rangka mengevaluasi krisis ekonomi yang terjadi maka dihadirkan produk tabungan seulanga yang muncul pada tahun 2011 guna untuk memulihkan krisis ekonomi yang mana pada saat itu masih menggunakan sistem konvensional yang masih menggunakan bunga. Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal pemberian izin perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi bank umum syariah PT. Bank Aceh. Namun setelah konversi tidak hanya nama perusahaannya saja dikonversikan tetapi produk yang ada di bank tersebut juga ikut dikonversikan. Dengan telah dikonversikan bank konvensional ke bank syariah maka perlu usaha untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat dan merangsang minat masyarakat untuk menabung dengan melakukan berbagai strategi *marketing mix* untuk menghimpun dana dari masyarakat. Strategi ini dilakukan dengan mengeluarkan variasi produk, penawaran tingkat bagi hasil yang cukup tinggi, pembukaan kantor cabang, iklan media massa dan hadiah yang dapat ditukarkan secara langsung tanpa diundi.

Produk tabungan seulanga salah satu produk yang menawarkan hadiah tanpa diundi, karena produk tabungan seulanga memberikan 1 poin setiap menabung Rp500.000,- per 1 point yang mana 1 poin setiap harinya yang disesuaikan dengan saldo tabungan. Kemudian setelah pihak nasabah merasa cukup dengan

jumlah point tersebut untuk dapat menukarkan suatu hadiah dalam bentuk barang, maka si nasabah menukarkan point tersebut. Dana yang diambil untuk pembelian hadiah tersebut murni dari laba (keuntungan) pendapatan Bank Aceh syariah bukan dana dari nasabah. (wawancara dengan karyawan bank Aceh syariah).

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat produk tabungan seulanga sebelum konversi 2013-2015.

Tabel 1.1
Tabungan Seulanga Sebelum Konversi 2013-2015
(Dalam Jutaan Rupiah)

No	Tahun	Jumlah dana Tabungan	Pertumbuhan
1	2013	873.898	10%
2	2014	982.793	12%
3	2015	1.238.709	26%

Sumber: Laporan Tahunan Bank Aceh Periode 2015

Namun setelah konversi, produk tabungan seulanga ini tetap juga mendapatkan point setiap menabung Rp500.000,- per 1 poin setiap harinya yang disesuaikan dengan saldo tabungan. Jadi setelah konversi dana yang diambil untuk pembelian hadiah di sini berasal dari dana kebajikan. Dana kebajikan adalah dana yang diperoleh dari uang denda nasabah apabila melanggar aturan, seperti kredit macet, denda kliring, dan dana dari sumbangan nasabah yang secara suka rela tanpa paksaan. Dari sinilah diambil dana untuk pembelian hadiah tabungan seulanga tidak dari uang tabungan nasabah. Karena dulu sejumlah dana yang didapat dari bank Aceh syariah bisa dijadikan laba untuk pendapatannya, namun setelah konversi dana tersebut tidak bisa menjadi laba tetapi masuk ke dalam dana kebajikan.(wawancara dengan karyawan

bank Aceh syariah). Yang membedakan tabungan seulanga sebelum konversi adalah adanya bunga, berbeda pasca konversi dimana nisbah yang diperoleh nasabah mengalami perubahan yang signifikan. Dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Persentase Tabungan Seulanga Pra dan Pasca Konversi

No	Keterangan	Sebelum	Sesudah
1	< 1 juta	0,00%	0,00%
2	1 juta s/d 100 juta	15,17%	18,00%
3	100 juta s/d 500 juta	21,92%	27,00%
4	500 juta s/d 1 milyar	25,29%	31,00%
5	>1 milyar	28,65%	35,00%

Sumber : PT Bank Aceh Syariah

Dari Tabel 2.2 dapat disimpulkan bahwa persentase bagi hasil tabungan seulanga bervariasi tergantung jumlah tabungan nasabah. Semakin tinggi jumlah saldo nasabah, maka semakin tinggi pula bagi hasil yang diperoleh nasabah.

Dalam penelitian Destika (2016) menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan IB hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Ayu (2014) menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung pada bank syariah. Sehingga produk bank syariah menjadi motivator penting untuk mendorong penggunaan jasa bank syariah, Agar meningkatkan minat nasabah

Untuk meningkatkan minat nasabah perlu bagi bank, yang mana bank merupakan bentuk perusahaan yang berorientasi pada kepercayaan nasabah dalam mencari keuntungan. Tanpa

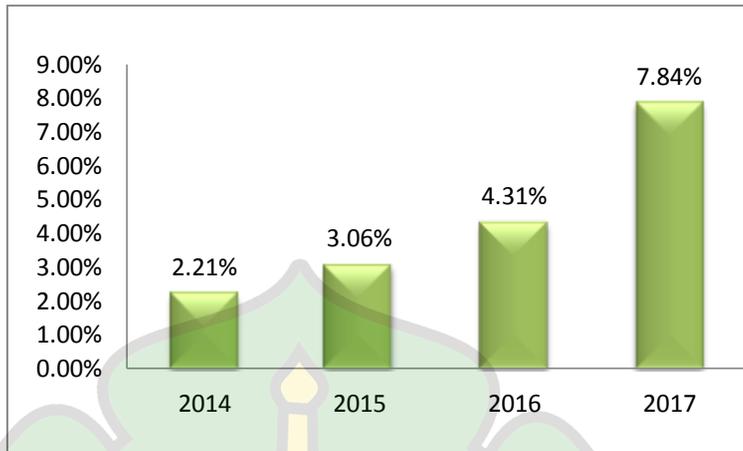
kepercayaan dari nasabah, bank tidak akan mampu menjalankan kegiatan usahanya dengan baik. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk dipercaya oleh nasabah. Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Kepercayaan adalah suatu manifestasi dan wujud bank sebagai pemegang amanah dari nasabah, pemilik dan masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut. (laporan tahunan bank Aceh)

Namun pada kenyataannya yang kita temui masih banyak nasabah yang belum percaya terhadap bank Aceh syariah dan menganggap bank Aceh syariah sama masih dengan bank konvensional, padahal sudah jelas bahwasanya bank Aceh syariah telah dikonversi dan saat ini sudah memakai sistem syariah yang lebih mengutamakan untuk kesejahteraan nasabah dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat khususnya di Aceh. (wawancara dengan karyawan bank Aceh syariah).

Maka dari itu perlu adanya rasa kepercayaan antara dua belah pihak, jika kepercayaan sudah timbul antara bank dan nasabah, maka usaha untuk membina kerja sama akan lebih mudah sehingga akan memberi keuntungan bagi kedua belah pihak. Mayer, Devis dan Schorman, dalam Yohana (2014) Kepercayaan adalah keinginan satu pihak untuk mendapatkan perlakuan dari pihak lainnya dengan harapan bahwa pihak lainnya akan melakukan tindakan penting untuk memenuhi harapan tersebut, terlepas dari kemampuannya untuk memonitor atau mengontrol

pihak lain. Yohana (2014) menyatakan bahwa, kepercayaan konsumen dinyatakan sebagai komponen penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan diantara semua pihak yang terlibat dalam bisnis. Melalui kepercayaan yang terbangun diantara berbagai pihak yang terlibat dalam bisnis. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Destika (2016) menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan IB Hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung. Demikian pula penelitian Rahma (2017) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Oleh karena itu Bank Aceh selaku bank syariah yang ada di Aceh, berupaya memperluas pelayanan sehingga dapat melayani lebih banyak nasabah dengan memberikan pelayanan terbaik. Implementasi pemasaran melalui transformasi tampilan diharapkan dapat mendukung pertumbuhan kinerja masing-masing produk. Di akhir tahun 2017, Bank Aceh telah melayani 1.560.750 nasabah penyimpan dana di seluruh jaringan kantornya, dengan tingkat pertumbuhan sebesar 7,84% dari tahun 2016 yang tumbuh sebesar 4,31%. Jumlah tersebut memberi kontribusi pada kenaikan sejumlah produk penghimpunan dana baik giro, tabungan maupun deposito.



Sumber : Laporan Tahunan Bank Aceh Syariah Tahun 2017

Gambar 1.1

Grafik Pertumbuhan Jumlah Nasabah pada tahun 2014-2017

Dari Gambar 1.1 dapat dilihat pertumbuhan jumlah nasabah bank Aceh syariah dari tahun 2014-2017 terjadinya peningkatan sejumlah produk penghimpunan dana baik giro, tabungan maupun deposito yang signifikan. Dibandingkan sebelum konversi tingkat kenaikan lebih rendah. Hal ini berarti masyarakat sudah mulai mempertimbangkan keberadaan perbankan syariah untuk menginvestasikan modalnya ataupun yang hanya ingin menyimpan tabungannya di bank syariah, serta masih tingginya tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank Aceh syariah.

Untuk mempertahankan agar nasabah loyal serta percaya terhadap bank syariah dalam pelaku bisnis pada produk yang ada di bank Aceh syariah perlu adanya jenis produk yang sangat inovatif, bermutu tinggi, dengan harga bersaing sehingga dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis, akan dapat menarik lebih

banyak pelanggan. Semakin inovatif suatu produk hingga dapat memenuhi segala kebutuhan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan tersebut (Kurniawan, 2013:13).

Dari uraian diatas dapat dinilai bahwa, produk tabungan seulanga dan kepercayaan sangat berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung termasuk menggunakan produk bank Aceh syariah yang salah satunya produk tabungan seulanga. Setelah mereka menggunakan produk bank Aceh syariah dan adanya rasa kpercayaan dan kenyamanan yang didapatkan, maka nasabah memberikan rekomendasi kepada nasabah lainnya untuk menggunakan produk dan tempat yang sama, sehingga adanya daya tarik masyarakat terhadap minat menabung. Produk tabungan seulanga berbeda dengan produk tabungan lainnya yang mana pada tabungan seulanga mendapatkan point setiap menabung Rp500.000,- per 1 poin setiap harinya yang disesuaikan dengan saldo tabungan kemudian poin tersebut akan ditukarkan dengan berbagai macam hadiah. Hal ini yang menjadi daya tarik nasabah terhadap minat menabung menggunakan produk tabungan seulanga. Karena point yang didapatkan nasabah pada tabungan seulanga tidak bisa didapatkan pada produk tabungan yang lain.

Berdasarkan latar belakang permasalahan, tabel, grafik diatas, teori-teori empiris dan fenomena yang terjadi dilapangan

sehingga perlu dikaji lebih mendalam tentang minat nasabah dalam menabung dan peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut. Maka dari itu peneliti mengangkat judul “**Pengaruh Produk Tabungan Seulanga dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah produk tabungan seulanga berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh syariah?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh syariah?
3. Apakah produk tabungan seulanga dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh syariah?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh produk tabungan seulanga terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh syariah
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh produk tabungan seulanga dan kepercayaan secara simultan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh syariah

1.4 Manfaat Penelitian

Hal terpenting dari sebuah penelitian adalah kegunaan dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang perbankan syariah sebagai salah satu dari ekonomi Islam.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Bank

Hasil Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan PT. Bank Aceh Syariah dalam menentukan produk yang ditawarkan kepada para nasabah.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi penulis berupa pemahaman yang lebih mendalam lagi mengenai perbankan syariah khususnya dalam produk tabungan seulanga dan kepercayaan serta memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

3. Bagi Akademis

Menambah Khasanah pengetahuan dalam Pengaruh Produk Tabungan Seulanga dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah

serta sebagai masukan untuk penelitian dengan topik yang sama pada masa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan yang berjudul “Pengaruh Produk Tabungan Seulanga dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah” untuk memperoleh pembahasan yang sistematis dan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami, adapun sistematika penulisan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari landasan teori, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, definisi variabel, metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil analisa dan pembahasan dari hasil penelitian berdasarkan data pengaruh Produk Tabungan Seulanga dan

Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran-saran untuk dunia perbankan di Indonesia.



BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS

2.1 Pengertian Fungsi dan Tujuan Bank Syariah

2.1.2 Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Pada dasarnya ketiga fungsi utama perbankan (menerima titipan dana, meminjamkan uang, dan jasa pengiriman uang) adalah boleh dilakukan, kecuali bila dalam melaksanakan fungsi perbankan melakukan hal-hal yang dilarang syariah. Dalam praktik perbankan konvensional yang dikenal saat ini, fungsi tersebut dilakukan berdasarkan prinsip bunga. Bank konvensional memang tidak serta merta identik dengan riba, namun kebanyakan praktik bank konvensional dapat digolongkan sebagai transaksi ribawi.

2.1.2 Fungsi Bank Syariah

Pada dasarnya fungsi bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional atau bank umum lainnya, seperti yang tertera dalam UU RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah bahwasannya :

- 1) BUS dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.

- 2) BUS dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari *zakat, infak, sedekah, hibah*, atau dana social lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola *zakat*.
- 3) BUS dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari *wakaf* uang dan menyalurkannya kepada pengelola *wakaf* (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi *wakaf* (*wakif*).
- 4) Alat transmisi kebijakan moneter (sama seperti bank Konvensional)

2.1.3 Tujuan Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi oleh dunia perbankan syariah. Suatu hal yang sangat menggembirakan bahwa belakangan ini para ekonomi muslim telah mencurahkan perhatian besar, guna menemukan cara untuk menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dan membangun model teori ekonomi yang bebas dan pengujiannya terhadap pertumbuhan ekonomi, alokasi dan distribusi pendapatan. Oleh karena itu, maka mekanisme perbankan bebas bunga yang biasa disebut dengan bank syariah didirikan.

Setelah di dalam perjalanan sejarah bank-bank yang telah ada (bank konvensional) dirasakan mengalami kegagalan menjalankan fungsi utamanya menjembatani antara pemilik modal atau kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana, maka dibentuklah bank-bank Islam dengan tujuan-tujuan sebagai berikut:

- a. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah secara islami agar terhindar dari praktek riba
- b. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap Bank non-Islam (konvensional) yang menyebabkan umat Islam berada di bawah kekuasaan bank.
- c. Menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis pada perolehan keuntungan yang sah menurut islam
- d. Menghindari bunga bank uang yang dilaksanakan bank konvensional
- e. Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomis, berperilaku bisnis dalam meningkatkan kualitas hidup mereka.
- f. Menghindari Al Iktinaz yaitu menahan uang (dana) dan membiarkannya menganggur dan tidak berputar.
- g. Untuk membantu menanggulangi (mengentaskan) masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang.

- h. Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi.
 - i. Menjaga kestabilan ekonomi/ moneter pemerintah.
 - j. Berusaha membuktikan bahwa konsep perbankan Islam menurut syariah Islam dapat beroperasi, tumbuh dan berkembang melebihi bank-bank dengan sistem lain.
- (Antonio, 2001)

2.1.4 Kegiatan Usaha Bank Aceh Syariah

a) Penghimpun dana

Penghimpun dana yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah bukan hanya diarahkan kepada dana-dana yang bersumber dari masyarakat tapi juga diarahkan kepada nasabah *corporate* maupun instansi dan departemen terkait. Untuk menciptakan kemandirian bank dalam penghimpunan dana, usaha-usaha penghimpunan dana pihak ketiga diarahkan pada dana-dana yang bersumber dari masyarakat (non pemerintah) baik dari tabungan, giro maupun deposito.

1) Giro

Giro adalah simpanan dalam rupiah pihak ketiga, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan *check*, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindah bukuan (misalnya bilyet,

giro, warkat, kliring, dan lain sebagainya). Giro juga mempunyai kemudahan dan keunggulan, yaitu:

- a. Dengan Cek dan Bilyet Giro Bank Aceh, transaksi bisnis anda menjadi lebih mudah.
- b. Pembukaan rekening, pencairan ataupun penyerahan Cek dan Bilyet Giro Bank Aceh dapat dilakukan disemua kantor cabang bank Aceh.
- c. Dukungan kantor cabang Bank Aceh yang tersebar diseluruh daerah memberikan anda lebih banyak keleluasaan untuk melakukan transaksi perbankan yang anda kehendaki. Dimana pun anda berada, kegiatan perbankan sehari-hari anda tetap berjalan seperti biasa.

2) Deposito Mudharabah

Deposito adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian antara bank dengan yang bersangkutan dan atas simpanan itu bank memberi bagi hasil, dengan bagi hasil yang ditetapkan pada waktu perjanjian/persetujuan dibuat atau disesuaikan dengan surat keputusan Bank.

Deposito Mudharabah juga mempunyai kemudahan dan keunggulan sebagai berikut, yaitu:

- a. Tersedia berbagai pilihan jangka waktu yang dapat anda tentukan sesuai dengan kebutuhan anda, yaitu 1, 3, 6, 12 atau 24 bulan.

b. Bagi hasil yang kompetitif.

b) Penyaluran Dana

Dalam rangka mendukung program pemerintah untuk meningkatkan ekonomi kerakyatan, maka penyaluran dana lebih diarahkan pada peningkatan kredit *retail* yang memberikan dampak multiplier kepada seluruh sektor usaha dan penyaluran pembiayaan program kepada debitur-debitur binaan yang prospektif seperti pembiayaan pertanian, pembiayaan pola syariah dan lain-lain tetap mengatur kesesuaian penyaluran pembiayaan konsumtif dan produktif secara bertahap, sedangkan untuk dana-dana yang belum tersalurkan dalam bentuk pembiayaan dioptimalkan dalam bentuk penempatan dan pembelian surat berharga dengan memperhatikan faktor likuiditas, reabilitas dan risiko. Ada beberapa jenis produk pembiayaan pada PT. Bank Aceh Syariah adalah:

1. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan dalam bentuk mata uang rupiah pada bank Aceh syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad murabahah, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada seluruh anggota masyarakat dengan sistem jual beli. Dalam hal ini nasabah sebagai pembeli dan bank sebagai penjual, harga jual bank adalah harga beli dari *supplier* ditambah keuntungan yang disepakati tercantum dalam akad.

2. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad musyarakah, yaitu kerjasama dari dua pihak atau lebih untuk menjalankan usaha tertentu. Kedua pihak memberikan kontribusi dana dan keahlian, serta memperoleh bagi hasil keuntungan dan kerugian sesuai kesepakatan yang tercantum dalam akad.

3. Pembiayaan Mudharabah

Mudharabah adalah akad kerjasama antara bank selaku pemilik dana (*Shahibul Maal*) dengan nasabah selaku (*mudharib*) yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Hasil keuntungan dari penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisbah yang disepakati. Akad Mudharabah digunakan oleh bank untuk memberikan fasilitas terhadap pemenuhan kebutuhan permodalan bagi nasabah guna menjalankan usaha atau proyek dengan cara melakukan penyertaan modal bagi usaha atau proyek yang bersangkutan.

4. Pembiayaan Istishna

Istishna merupakan transaksi jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati dengan pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

5. Pembiayaan Salam

Salam adalah akad jual beli barang pesanan antara penjual dan pembeli dengan pembayaran dibayar di muka pada saat akad dan pengiriman barang dilakukan pada saat akhir kontrak. Barang pesanan harus jelas spesifikasinya.

6. Pembiayaan Qardhul Hasan

Pembiayaan Qardhul Hasan merupakan pinjaman dana kepada nasabah tanpa imbalan dengan hanya mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.

7. Pembiayaan Ijarah

Akad Ijarah merupakan akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*) tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang tersebut. (Isretno, 2011).

2.2 Produk Seulanga

2.2.1 Pengertian Tabungan Seulanga

Tabungan Seulanga iB adalah produk tabungan pada bank Aceh syariah dengan *tagline* “Seutuhnya Melayani Nanggroe”. Tabungan Seulanga iB memiliki keunggulan dengan nisbah *Progressive* dimana semakin tinggi saldo tabungan, maka semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian). Dari pengertian tabungan Seulanga tidak terdapat perubahan, baik sebelum konversi maupun sesudah konversi, hanya nisbah saja yang membedakan sebelum dan sesudah konversi.

1. Prosedur Pembukaan Tabungan Seulanga

Ada beberapa syarat dan ketentuan dari tabungan Seulanga yaitu:

- a) Mengisi dan menandatangani formulir aplikasi permohonan pembukaan tabungan yang telah disediakan.
- b) Kartu identitas diri seperti: KTP, SIM, dan *Pasport*.
- c) Setoran awal minimal sebesar Rp1.000.000,-

2. Keunggulan Tabungan Seulanga

Ada beberapa keunggulan dari tabungan Seulanga yaitu:

- a) Penabung yang berhak diikuti sertakan adalah penabung yang mempunyai saldo minimum Rp1.000.000,- (Satu JutaRupiah) per bulan selama rekening aktif.
- b) Setiap kelipatan saldo Rp500.000,- (lima ratus ribu rupiah) berikutnya penabung berhak mendapat 1 (satu) poin dari saldo terendah harian bulan berjalan.
- c) Penabung dapat mengetahui posisi terakhir jumlah poin yang telah dikumpulkan melalui *Customer Service* atau *Teller*.
- d) Dana tabungan yang bersumber dari anggaran pemerintah tidak diikuti sertakan dalam perhitungan poin.
- e) Hadiah-hadiah yang disediakan oleh bank adalah dalam bentuk barang/paket dan dapat ditukarkan sesuai dengan keinginan penabung sejauh poin yang telah dikumpulkan mencukupi untuk mendapatkan hadiah dimaksud.

Tabel 2.1
Jumlah Poin dan Hadiah yang Diperoleh Nasabah Pada
Produk Seulanga

No	Jumlah poin	Hadiah	Keterangan
1	2.000	Microwafe	-
2	3.010	Home teater	-
3	3.710	Dispenser galon atas bawah	-
4	4.200	Lemari es	Setara dengan samsung 2 pintu
5	4.620	AC 1PK	-
6	6.450	Sepeda gunung	-
7	6.860	TV LED 43 inhci	-
8	9.843	Smarphone	Setara dengan Apple Iphone 6S16Gb
9	14.420	Notebook	Setara dengan Macbook Air intel core i5
10	23.350	Sepeda Motor	Setara dengan honda vario 125
11	31.200	Sepeda motor	Setara dengan yamaha NMX non ABS
12	42.850	Sepeda motor	Honda CBR 150 R
13	198.400	Mobil	Setara dengan honda Bryo
14	303.240	Mobil	Setara dengan toyota veloz
15	378.100	Mobil	Setara dengan honda HR-V 1.5

Sumber: PT Bank Aceh syariah

- f) Hadiah-hadiah dan atau jumlah poin yang harus dipenuhi untuk mendapatkan hadiah tersebut di atas sewaktu-waktu dapat berubah sesuai dengan hasil evaluasi bank dan bank akan memberitahukan perubahan tersebut kepada para penabung.
- g) Khusus hadiah Kendaraan Roda Dua dan Empat, hadiah yang diberikan berdasarkan harga *off the road* dan Biaya Balik Nama Kendaraan (BBN-KB) ditanggung penabung.

- h) Penabung yang telah mengumpulkan jumlah poin tertentu dan telah memenuhi jumlah poin yang harus tersedia untuk hadiah tertentu dapat menukarkan poin tersebut dengan hadiah-hadiah yang diinginkan sebelum masa periode hadiah berakhir.
- i) Penabung dapat menentukan sendiri hadiah yang diinginkan sesuai kebutuhannya dengan ketentuan jumlah poin yang ditukarkan mencukupi jumlah poin yang harus dipenuhi untuk masing-masing hadiah tersebut.
- j) Penabung yang telah tutup rekening tidak berhak menukarkan poin seulanga

2.2.2 Pra dan Pasca Konversi Produk Seulanga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Konversi (KBBI) merupakan perubahan dari satu sistem pengetahuan ke sistem yang lain, misalnya (a) perubahan nilai tukar mata uang suatu negara terhadap mata uang negara lainnya dikenal dengan kurs konfersi, (b) perubahan surat berharga seperti obligasi menjadi saham, (c) perubahan harga suatu transaksi yang mendasarinya, (d) perubahan bentuk hukum suatu bank atau lembaga keuangan menjadi bentuk badan hukum lain misalnya dari BUMN menjadi Persero.

Tabungan seulanga sebelum konversi adalah salah satu produk yang ada pada PT. Bank Aceh Syariah. Tabungan Seulanga merupakan produk baru PT. Bank Aceh Syariah pada tahun 2011

dibandingkan dengan produk tabungan lainnya yang muncul lebih awal guna memulihkan krisis ekonomi rakyat Aceh. Produk Tabungan Seulanga muncul pada tahun 2011 dimana pada saat Bank Aceh Syariah masih menggunakan sistem konvensional yang masih menggunakan bunga (3.25%) pertahun dikalikan dengan jumlah saldo pada tabungan tahun berjalan, dan dibagi 12 bulan.

Pasca Konversi pada PT. Bank Aceh Syariah tidak hanya nama perusahaan yang dikonversikan, tetapi produk yang ada di bank tersebut juga ikut dikonversikan. Setelah dilakukan konversi pada September 2016 PT. Bank Aceh sebelum konversi berubah nama menjadi PT. Bank Aceh Syariah. Produk Tabungan Seulanga juga diikuti sertakan dalam konversi pada PT. Bank Aceh Syariah. Produk Tabungan Seulanga sesudah konversi adanya akad *mudharabah muthlaqah* dimana nasabah (penyedia modal) menyerahkan modal kepada bank (pengelola) untuk dikelola dengan mendapatkan nisbah (bagi hasil) kepada nasabah sesuai ketentuan yang telah di sepakati antara nasabah dan pihak bank. Yang membedakan tabungan seulanga sebelum konversi adalah adanya bunga, berbeda pasca konversi di mana nisbah yang diperoleh nasabah mengalami perubahan yang signifikan.

Semakin tinggi jumlah saldo nasabah, maka semakin tinggi pula bagi hasil yang diperoleh nasabah. Setiap tahunnya PT. Bank Aceh Syariah mengalami kenaikan peminat tabungan seulanga dari tahun ke tahun disebabkan tabungan ini mempunyai keunggulan tersendiri di mana setiap nasabah yang mempunyai Tabungan

Seulanga bisa mendapatkan hadiah seperti yang diinginkan setelah menabung pada Tabungan Seulanga selama 5 bulan berturut-turut. Tabungan ini juga telah dilengkapi fasilitas *mobile banking*, dan dapat pula dijadikan sebagai jaminan pembiayaan. Mengenai penarikan tunai per hari, pihaknya menyiapkan maksimal Rp10.000.000,- dan dapat melakukan transfer uang setiap harinya sebanyak Rp25.000.000,- Bahkan kartu ATM Seulanga juga dapat digunakan untuk pembelian pulsa, serta membayar berbagai tagihan kebutuhan lainnya.

Masyarakat saat ini sudah sadar arti pentingnya menabung dengan mendapatkan keuntungan selain adanya bagi hasil yang diperoleh, nasabah tersebut dapat memilih hadiah yang diinginkan sesuai yang ditawarkan oleh perusahaan. Hadiah tersebut adalah salah satu produk tabungan unggulan PT. Bank Aceh Syariah dibandingkan dengan produk tabungan lainnya. (PT. Bank Aceh Syariah)

2.2.3 Pengertian Tabungan Dalam Islam

Definisi tabungan menurut Siddiqi (2005) bermakna dua; pertama, tabungan yang ditujukan untuk berjaga-jaga dan kedua, tabungan yang ditujukan untuk investasi. Tentu saja investasi yang produktif, bukan investasi dalam makna luas yang dilakukan oleh konvensional, dimana aktivitas spekulasi masuk dalam definisi investasi ini.

Tabungan dalam Islam merupakan sebuah konsekuensi atau respon dari prinsip-prinsip ekonomi Islam dan nilai moral Islam, yang menyebutkan bahwa manusia haruslah hidup hemat dan tidak bermewah-mewah karena Allah sangat mengutuk perbuatan *israf* (pemborosan) dan *tabzir* (menghamburkan harta tanpa guna), serta mereka dianjurkan ada dalam kondisi yang tidak fakir. Jadi dapat dikatakan bahwa motivasi utama orang menabung adalah nilai moral hidup sederhana (hidup hemat) dan keutamaan tidak fakir, serta efek zakat terhadap tabungan akan mendorong umat muslim untuk lebih sering melakukan investasi sehingga akan mengurangi kesenjangan sosial yang ada.

Tabungan merupakan salah satu bentuk simpanan yang diperlukan oleh masyarakat untuk menyimpan uangnya, karena merupakan jenis simpanan yang dapat dibuka dengan persyaratan yang sangat mudah dan sederhana. Pada umumnya, bank syariah memberikan persyaratan yang sama pada setiap masyarakat yang ingin membuka tabungan (Ismail, 2011:74). Adapun landasan syariah tentang tabungan yang terdapat dalam al-Qur'an yang berbunyi sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian (Al-Furqan, 25:67)”

2.3 Kepercayaan

2.3.1 Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya (Barnes dan James, 2003).

Menurut pendapat Akbar dan Parvez (2009:26) menyatakan bahwa diperlukan sebuah kepercayaan untuk bisa membangun hubungan yang stabil dan hubungan yang menyeluruh antara berbagai pihak yang terlibat interaksi. Selain itu kepercayaan nasabah dinyatakan sebagai komponen penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan diantara semua pihak yang terlibat. Oleh karena itu membangun kepercayaan yang tinggi terhadap nasabah adalah sangat diutamakan bagi terciptanya rasa kepercayaan nasabah terhadap bank. Melalui tingkat kepercayaan yang terbangun antara pihak bank dan nasabah, maka sangat memungkinkan bisnis perbankan yang dijalankan akan mudah terbangun lebih intensif antara nasabah dan pihak bank, mengingat pihak bank wajib untuk membangun rasa kepercayaan yang tinggi terhadap nasabahnya agar nasabah merasa yakin dan aman apabila menabungkan dananya di bank.

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran (Wardani

2009). Menurut Kotler (2009) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor antar pribadi dan antar organisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati perusahaan. Dengan lebih intensif mengingat masing-masing pihak memiliki kepercayaan untuk bisa memenuhi tanggung jawabnya.

Berdasarkan pendapat Zur, *et al.* (2012) dalam Yohana (2014). Menyatakan bahwa kepercayaan konsumen dinyatakan sebagai komponen penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan di antara semua pihak yang terlibat dalam bisnis (*Trust is one critical factor in sustainable development, encouraging long-term relationships between business partners*). Melalui kepercayaan yang terbangun di antara berbagai pihak yang terlibat dalam bisnis memungkinkan bisnis bisa terjalin dengan lebih intensif mengingat masing-masing pihak memiliki kepercayaan untuk bisa memenuhi tanggung jawabnya. Diperkuat oleh pendapat Akbar dan Parvez (2009): “*In business trust is viewed as one of the most relevant antecedents of stable and collaborative relationships*”. Pendapat ini menjelaskan bahwa diperlukan sebuah kepercayaan untuk bisa membangun hubungan yang stabil dan hubungan yang menyeluruh diantara berbagai pihak yang terlibat interaksi.

Kepercayaan secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan *relationship* suatu perusahaan. Tanpa adanya kepercayaan, maka perusahaan tidak akan bertahan dalam

jangka waktu yang panjang. Moorman, Zur, *et al.* (1995) dalam Yohana (2014). Mengatakan “*Trust generally is viewed as an essential ingredient for successful relationships*”.

Menurut Barnes (2003), elemen penting kepercayaan meliputi :

- a. Watak yang diharapkan dari mitra seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
- b. Kesiediaan untuk menempatkan diri dalam risiko.
- c. Perasaan aman dan yakin pada diri mitra.

Menurut Peppers *and* Rogers (2001) dalam Yohana (2014). Kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas dan integritas pihak lain dalam suatu hubungan dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan *outcome* positif bagi pihak yang dipercaya.

Menurut Mowen (2001:312), kepercayaan nasabah adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah dan semua kesimpulan yang dimiliki oleh nasabah tentang obyek, atribut, dan manfaat. Obyek dapat berupa produk, orang, perusahaan, dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap.

Menurut Simorangkir (2004), kepercayaan nasabah merupakan modal utama dalam bisnis perbankan. Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan tanpa kepercayaan bank tidak akan dapat merebut nasabah, serta masyarakat tidak akan menabung dananya di bank, untuk itu bank harus dapat menciptakan dan menumbuhkan rasa kepercayaan dalam diri nasabah bank tempat mereka menabung adalah bank yang aman.

Sedangkan menurut Siahainenia dalam Yohana (2014) menyatakan bahwa kepercayaan nasabah secara positif mempengaruhi perilaku menabung nasabah, tanpa kepercayaan dari nasabah bank tidak akan bisa bertahan, hal ini disebabkan karena nasabah harus percaya kepada bank sebelum nasabah tersebut menyimpan uangnya pada bank. Untuk itu bank harus mampu untuk menunjukkan kesan yang baik dimata masyarakat, serta bank harus dapat meyakinkan setiap nasabahnya yang mau menyimpan dananya bahwa dana mereka aman jika disimpan di bank dengan menunjukkan kinerja yang baik, pelayanan yang baik.

2.3.2 Dimensi Kepercayaan

Menurut McKnigt, Kacmar, dan Coundry dalam Jennifer (2014) kepercayaan dibangun antara pihak-pihak yang belum saling mengenal baik dalam interaksi maupun proses transaksi. Ada dua dimensi kepercayaan konsumen, yaitu:

a. *Trusting Belief*

Trusting belief adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu situasi. *Trusting belief* adalah persepsi pihak yang percaya (konsumen) terhadap pihak yang dipercaya (penjual) yang mana penjual memiliki karakteristik yang akan menguntungkan konsumen. Ada tiga elemen yang membangun *Trusting belief* , yaitu *benevolence*, *integrity*, dan *competence*.

1) *Benevolence*

Benevolence (niat baik) berarti seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen.

2) *Integrity*

Integrity (integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

3) *Competence*

Competence (kompetensi) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan penjual untuk mengasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan penjual untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

b. *Trusting intention*

Trusting intention adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung pada orang lain dalam suatu situasi, ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain. *Trusting intention* didasarkan pada kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain. Ada dua elemen yang mengarah langsung kepada orang lain *Trusting intention* didasarkan kepada kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain. Ada

dua elemen yang membangun *willingness to depend* dan *subjective probability of depending*.

1) *Willingness to depend*

Willingness to depend adalah kesediaan konsumen untuk bergantung kepada penjual berupa penerimaan risiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.

2) *Subjective probability of depending*

subjective probability of depending adalah kesediaan konsumen secara subjektif berupa pemberian informasi pribadi kepada penjual, melakukan transaksi, serta bersedia untuk mengikuti saran atau permintaan dari penjual.

2.3.3 Indikator Kepercayaan

- a. Dimensi *benevolence* (Niat Baik)
 - Pelayanan
- b. Dimensi integritas
 - keamanan dalam bertransaksi
- c. Dimensi *ability* (kemampuan)
 - Memenuhi kebutuhan konsumen
- d. Dimensi *willingness to depend*
 - Menerima risiko dan konsekuensi yang mungkin terjadi
- e. Dimensi *subjective probability of depending*
 - Pemberian informasi pribadi kepada penjual
 - Melakukan transaksi

- Bersedia mengikuti saran atau permintaan dari penjual

2.3.4 Kepercayaan dalam Perspektif Islam

Imam Al-Qusairi mengatakan bahwa kata *shadiq* “orang yang jujur” berasal dari kata *shidq* “kejujuran”. Kata *shiddiq* adalah bentuk penekanan (*mubalaghoh*) dari *shadiq* dan berarti orang yang mendominasi kejujuran. Dengan demikian, didalam jiwa seseorang yang jujur itu terdapat komponen nilai rohani yang memantulkan berbagai sikap yang berpihak kepada kebenaran dan sikap moral yang terpuji. Pelaku yang jujur adalah perilaku yang diikuti oleh sikap tanggung jawab atas apa yang diperbuatnya tersebut atau integritas. Kejujuran dan integritas bagaikan dua sisi mata uang. Seseorang tidak cukup hanya memiliki keikhlasan dan kejujuran, tetapi dibutuhkan juga nilai pendorong lainnya, yaitu integritas. Akibatnya, mereka siap menghadai risiko dan seluruh akibatnya dia hadapi dengan gagah berani, kebanggaan, dan penuh suka cita, dan tidak pernah terpikirkan untuk melemparkan tanggung jawabnya orang lain.

Jujur dan terpercaya (*amanah*) adalah akhlak yang harus ada dalam bisnis. Amanah artinya dapat “dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel”. Konsekuensi amanah adalah setiap hak kepada pemiliknya. Sedikit atau banyak, tidak mengambil lebih banyak dari pada yang ia miliki, dan tidak mengurangi hak orang lain, baik itu berupa hasil penjualan, fee, jasa atau upah buruh. (Ismanto, 2009:35)

Dalam Islam, hubungan antara kejujuran dan keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap bisnis yang didasarkan pada kejujuran akan mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan ini akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan. Pelaku bisnis yang jujur dan amanah akan dikumpulkan kelak di akhirat bersama para nabi, siddiqin dan syuhada'. Sedangkan mereka semua di akhirat tidak memiliki tempat melainkan di surga. Dalam sebuah hadis, Rasulullah SAW bersabda "dari Abu Sa'id r.a Rasulullah SAW bersabda, "seorang pembisnis yang jujur lagi amanah, maka ia akan bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada'." (H.R.Tirmidzi). Sikap amanah sangat erat kaitannya dengan cara dirinya mempertahankan prinsip dan kemudian bertanggung jawab untuk melaksanakan prinsip-prinsipnya tersebut dengan tetap menjaga keseimbangan dan melahirkan nilai manfaat yang berkesesuaian. (Toto, 2002:30)

Prinsip merupakan fitnah paling mendasar bagi harga diri manusia. Menunaikan amanah dengan sebaik-baiknya merupakan ciri seorang professional. Dalam kepercayaan terdapat dimensi reliable. Dimensi reliable (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpecaja dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliable apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa.

Dalam konteks ini, Allah menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Al- Qur'an surat An-Nahl ayat 91

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ
جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya:“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpahsumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpahsumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.

2.4 Minat Menabung

2.4.1 Pengertian Minat

Dalam kamus bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap pembelian (Kotler, 2009:78). Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sector rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan.

Ada beberapa tahapan minat yaitu:

- 1) Informasi yang jelas sebelum memilih
- 2) Pertimbangan yang matang sebelum memilih
- 3) Keputusan memilih

Menurut Kinnear dan Taylor dalam Ibnu (2012), minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat beli (*willingness to buy*) dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bila pembeli bermaksud untuk membeli produk Doods, Monroe dan Grewal dalam Ibnu (2012). Segala sesuatu menjadi sama, minat beli secara positif berhubungan terhadap persepsi keseluruhan pada akuisisi dan transaksi nilai Zeithaml dalam Ibnu (2012). Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan oleh konsumen untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dari pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaatnya lebih kecil dibanding pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis.

Menurut Howard dalam Ibnu (2012), *intention to buy* didefinisikan sebagai pernyataan yang berkaitan dengan batin yang mencerminkan rencana dari pembeli untuk membeli suatu merek tertentu dalam suatu periode waktu tertentu. Menurut Ferdinand

dalam Ibnu (2012), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator sebagai berikut:

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

Menurut Assael dalam Ibnu (2012) mengatakan bahwa minat beli yang diakibatkan daya tarik produk atau jasa yang ditawarkan merupakan suatu mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian suatu produk terhadap merek tertentu.

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk

membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat menabung di bank Aceh syariah.

2.4.2 Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung

Menurut Crow (2011: 31) berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

1) Faktor Dorongan dari Dalam

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

2) Faktor Motif Sosial

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

3) Faktor Emosional (Perasaan)

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

2.4.3 Menabung

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (2005), merupakan sebuah kata kerja [v], yang memiliki arti yaitu menyimpan uang (di celengan, pos, bank, dsb). Secara luas menabung dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menyisihkan sebagian dari pendapatannya untuk dikumpulkan sebagai cadangan di masa depan. Menabung adalah simpanan pihak ketiga kepada bank yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat-syarat yang ditentukan antara bank dengan nasabah.

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh umat Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan, dalam ayat Al-Quran terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik. Seperti dalam surat al-Baqarah ayat 266:

أَيُّودٌ أَحَدُكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِنْ نَخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ
تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ
ضُعْفَاءُ فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ
الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya: Apakah ada salah seorang di antara mu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai; Dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua

pada orang itu sedang Dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian yang berkaitan dengan pengaruh produk tabungan seulanga dan kepercayaan terhadap minat menabung nasabah pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah telah dibahas diskripsi maupun jurnal penelitian, diantaranya:

Pertama, penelitian Dedy dan Ngadino (2013) dengan judul skripsi Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menabung Kembali di Cimb Niaga (Studi Kasus Pt Bank Cimb Niaga). Variabel *Independen* adalah Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan. Sedangkan variabel *dependen* adalah minat menabung. Penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di Cimb Niaga (Studi Kasus PT Bank Cimb Niaga).

Kedua penelitian Ayu (2014) Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung (studi kasus pada PD BPR BKK kendal cabang patean) Variabel *Independen* adalah Analisis faktor-faktor, yang menjadi variabel *dependen* minat menabung. penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa metode analisis regresi sederhana. Hasil penelitian terdapat pengaruh

signifikan secara simultan antara Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung.

Ketiga Destika (2016) pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan ib hasanah terhadap kepuasan nasabah pada bank BNI syariah KCP unggaran. Variabel *Independen* adalah Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Ib Hasanah. Variabel *dependen* adalah terhadap kepuasan nasabah pada bank bni syariah KCP unggaran. Penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan Ib Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bni Syariah KCP Unggaran.

Keempat Ali (2015) Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bmt Tumang Cabang Salatiga. Variabel *Independen* adalah Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan. Variabel *dependen* adalah terhadap Minat Menabung di Bmt Tumang Cabang Salatiga. Penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian bahwa terdapat signifikan secara simultan Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bmt Tumang Cabang Salatiga.

Kelima Yohana (2014) Analisa pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah bank danamon di surabaya. Variabel *Independen* adalah

kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas. Variabel *dependen* adalah terhadap minat menabung nasabah bank danamon di surabaya. Penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah Bank Danamon di Surabaya.

Keenam Rahma (2017) Pengaruh religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Variabel *Independen* adalah Pengaruh religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi. Variabel *dependen* adalah minat masyarakat menabung di bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh signifikan religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/ tahun	Variabel	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Dedy dan Ngadino (2013)	X-Kualitas Produk Tabungan X-Kualitas Layanan Y- Minat Menabung Kembali	Korelasi antara variabel kualitas produk tabungan terhadap variable minat menabung kembali adalah sangat kuat (96%). Kualitas produk tabungan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.	-produk tabungan -minat menabung	-Pada bank Aceh syariah -kepercayaan
2	Ayu (2014)	X-faktor- faktor yang mempenga ruhi Y-minat menabung	Secara simultan, pelayanan, produk tabungan, dan variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada PD BPR BKK kendal cabang patean.	-minat menabung	-pelayanan
3	Destika (2016)	X-kualitas pelayanan X- kualitas produk tabungan ib hasanah Y-kepuasan nasabah	pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah.	-produk tabungan -minat menabung	-kepercayaan

Tabel 2.3 - Lanjutan

No	Penelit/ Tahun	Variabel	Hasil	Persamaan	Perbedaan
4	Ali (2015)	X-Kualitas Produk Tabungan X-Kualitas Pelayanan Y-Minat Menabung	kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di BMT Tumang cabang Salatiga.	-produk tabungan -minat menabung	-kualitas pelayanan.
5	Yohana (2014)	X-pengaruh kepercayaan, X-jaminan rasa aman, X-aksesibilitas Y-minat menabung	kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung	-variabel kepercayaan dengan analisis linear berganda	-variabel jaminan rasa aman, dan aksesibilitas -objek bank Aceh syariah
6	Rahma (2017)	X-religiusitas, X- kepercayaan, X- pengetahuan, X-lokasi Y-minat masyarakat menabung	Religiusitas, kepercayaa, pengetahua, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menabung	-variabel kepercayaan dengan analisis linear berganda	-variabel Religiusitas pengetahuan dan lokasi.

Sumber: Dedi dan Ngadino (2013), Ayu (2014), Destika (2014), Ali (2016), Yohana (2014) dan Rahma (2017)

2.6 Model Penelitian dan Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah merupakan konseptual mengenai bagaimana satu teori berhubungan di antara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian. Dalam kerangka pemikiran, peneliti harus menguraikan konsep atau variabel penelitiannya secara lebih terperinci (Noor, 2011)

a. Pengaruh Produk Tabungan seulanga terhadap Minat Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah

Tabungan Seulanga sebelum konversi adalah salah satu produk yang ada pada PT. Bank Aceh Syariah yang mendapatkan poin serta bunga. Tabungan Seulanga merupakan produk baru PT. Bank Aceh Syariah pada tahun 2011 dibandingkan dengan produk tabungan lainnya yang muncul lebih awal guna memulihkan krisis ekonomi rakyat Aceh. Produk Tabungan Seulanga sesudah konversi tetap mendapatkan poin serta memakai sistem bagi hasil dan adanya akad *mudharabah muthlaqah* dimana nasabah (penyedia modal) menyerahkan modal kepada bank (pengelola) untuk dikelola dengan mendapatkan nisbah (bagi hasil) kepada nasabah sesuai ketentuan yang telah di sepakati antara nasabah dan pihak bank.

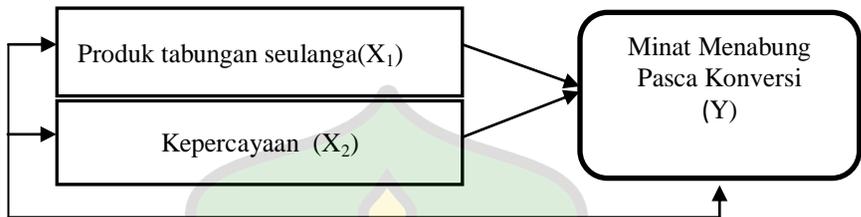
Keuntungan adalah faktor yang mempengaruhi keinginan nasabah dalam menabung sebagaimana dikemukakan oleh farah chalisa (2017) bahwa peminat produk tabungan seulanga meningkat sebesar 67% pasca konversi. Hal ini disebabkan karena pihak perusahaan mampu memperhatikan pemasaran produk

Tabungan Seulanga. Tabungan Seulanga tersebut sangat bermanfaat dan mempunyai keuntungan besar bagi nasabah dibandingkan dengan tabungan lainnya. Masyarakat saat ini sudah sadar arti pentingnya menabung dengan mendapatkan keuntungan selain adanya bagi hasil yang diperoleh, nasabah tersebut dapat memilih hadiah yang diinginkan sesuai yang ditawarkan oleh perusahaan. Hadiah tersebut adalah salah satu produk tabungan unggulan PT. Bank Aceh Syariah dibandingkan dengan produk tabungan lainnya.

b. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah

Komitmen pelanggan untuk tetap berhubungan dengan perusahaan karena adanya keyakinan atau kepercayaan kepada perusahaan sehingga akan melakukan pembelian ulang pada produk yang dihasilkan perusahaan (Kotler, 2009). Penelitian (Wardani, 2009) menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan perilaku menabung. Menurut penelitian (Yohana, 2014) menunjukkan pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung adalah positif, artinya bahwa ketika kepercayaan semakin meningkat, maka minat menabung di Bank Danamon juga semakin kuat. Penurunan kepercayaan juga menyebabkan melemahnya minat menabung.

Untuk memperjelas pengaruh dari masing-masing variabel tersebut, model penelitian dapat dilihat kerangka pemikiran pada Gambar 2.1



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.7 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang masih harus diuji secara empirik. Dalam langkah langkah penelitian, hipotesis merupakan rangkuman dari kesimpulan-kesimpulan teoritik yang diperoleh dari kajian kepustakaan, supaya mudah diuji harus dirumuskan secara operasional. Tujuan penyusunan hipotesis yaitu selain untuk memberi arah penelitian juga untuk membatasi variabel yang digunakan (Narbuko dan Achmadi, 2013).

Hipotesis penelitian adalah hipotesis yang mengandung pernyataan mengenai hubungan atau pengaruh, baik secara positif atau negatif antara dua variabel atau lebih sesuai dengan teori. Contoh jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut: variabel mandiri (deskripsi), komparasi (perbandingan), asosiatif (hubungan), dan kausal (sebab-akibat). Dalam penelitian ini menggunakan hipotesis kausal, yaitu

pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang pengaruh antara dua variabel atau lebih.(Noor, 2011).

Sehingga dalam penelitian ini hipotesis yang dikembangkan adalah :

Hipotesis :

- H_{a1} : Produk tabungan seulanga berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah.
- H_{o1} : Produk tabungan seulanga tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah.
- H_{a2} : Kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah.
- H_{o2} : Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah.
- H_{a3} : Produk tabungan seulanga dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah.
- H_{o3} : Produk tabungan seulanga dan kepercayaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian, dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif (*quantitative methods*). Penelitian kuantitatif yaitu penelitian ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi. Penelitian ini diambil dari data yang bersifat angka. Data ini biasa berupa angka seperti 1,2,3,4 dan seterusnya dan dapat pula berasal dari kualitatif yang ditransformasikan menjadi angka-angka atau dengan kata lain memberikan kode (skor) data kualitatif tersebut sesuai dengan jenjangnya kemudian diproses menjadi informasi yang berharga bagi pengambilan keputusan (Tika, 2006:57).

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian survei yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kuesioner merupakan lembaran yang berisi beberapa pertanyaan dengan struktur yang baku. Dalam pelaksanaan survei, kondisi penelitian tidak dimanipulasi oleh peneliti (Prasetyo dan Jannah, 2005).

3.2 Objek, Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah Bank Aceh syariah, dengan objek penelitian sendiri adalah nasabah Bank Aceh syariah. Penelitian untuk data awal dimulai dan dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan Mei 2018.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Supardi (2005: 101) dalam bukunya Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis, populasi adalah suatu kesatuan individu atau subjek pada wilayah dan waktu serta dengan kualitas tertentu yang akan diamati/ diteliti. Sedangkan menurut Bawono (2006:28) diberi definisi sebagai keseluruhan wilayah objek dan subjek penelitian yang ditetapkan untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan oleh peneliti. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh nasabah produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah yang nasabah khusus memakai produk tabungan seulanga yaitu sebanyak 20.875 nasabah. Melihat dari total populasi yang akan dijadikan responden pada observasi awal maka perlu pengambilan sampel untuk mengatasi segala hal yang berhubungan dengan penelitian lanjutan ini menarik populasi sebagai sampel agar cepat proses dalam pengumpulan data empiris pada bank Aceh syariah.

3.3.2 Sampel

Sampel penelitian adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2011:104). Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk tabungan seulanga. Cara pengambilan sampel dilakukan menggunakan

purposive sampling, yaitu penentuan sampling dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:84-85). Karakteristik sampel yang digunakan adalah nasabah yang telah terdaftar menjadi nasabah simpanan/deposan Bank Aceh Syariah paling tidak 1 tahun, punya pengetahuan tentang perbankan syariah, dan merupakan nasabah tabungan sebulan. Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus Slovin dikutip oleh (Umar, 2005:108)

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

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e = *error* Tingkat kesalahan yang masih bisa ditolerir

Dalam penelitian ini diketahui besarnya populasi nasabah produk tabungan bank Aceh syariah berdasarkan data primer yang didapatkan selama periode 30 november 2018 adalah sebanyak 20.875 nasabah dan peneliti menggunakan kelonggaran 10%, sehingga didapat jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{20875}{1 + 20875(0,1)^2}$$

$$S = 99,52$$

n = Sampel dibulatkan menjadi (100 responden)

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampel yang diambil sebanyak 100 responden dari nasabah Bank Aceh Syariah.

3.4 Sumber Data

Data adalah semua dokumen-dokumen dalam bentuk statistik maupun dalam bentuk yang lain yang digunakan untuk keperluan penelitian. Data juga bisa dalam bentuk keterangan dari seseorang atau sampel yang dijadikan penulis sebagai responden dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer dan data sekunder

3.4.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Ada dua metode yang digunakan untuk pengumpulan data primer yaitu melalui survey dan observasi (Rosady, 2010:135). Perolehan data primer dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.

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

internet (Sugiyono, 2004:199). Data primer yang dimaksud adalah jawaban responden terhadap produk Tabungan sebulan dan kepercayaan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank aceh Syariah.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau penelitian arsip yang memuat peristiwa masa lalu. Data sekunder dapat diperoleh dari jurnal, koran, buku, dan dari internet (Bawono, 2006:30). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa penelitian terdahulu, teori dan informasi lainnya yang digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal, skripsi, buku.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2006:175), teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Dalam penggunaan teknik pengumpulan data, peneliti memerlukan instrumen yaitu alat bantu agar pengerjaan data yang lebih mudah. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner dengan bentuk jawaban berupa angket yang telah disusun peneliti sebelumnya dengan kriteria jawaban responden dengan skala likert.

Menurut Umar (2006) angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar

pertanyaan/pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan/pernyataan tersebut. Daftar pertanyaan/pernyataan dapat bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya sedangkan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan. Instrumen yang berupa lembar daftar pertanyaan tadi dapat berupa angket (kuesioner), *ceklist* ataupun skala.

3.6 Skala Pengukuran

Skala Pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam variabel penelitian (Muhammad, 2008:120). Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2012:73) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang yang mengenai fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi subvariabel. Kemudian subvariabel dijabarkan menjadi komponen-komponen yang dapat terukur. Komponen-komponen yang terukur ini kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang kemudian dijawab oleh responden.

Adapun cara pembuatan angket adalah:

- a. Menentukan kisi-kisi angket
- b. Menentukan jumlah butir angket

- c. Menentukan tipe angket
- d. Menentukan skor item angket

Kisi-kisi angket ditentukan oleh indikator-indikator variabel dalam penelitian ini. Alternatif jawaban angket yaitu sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), kurang setuju (KS), setuju (S) dan sangat setuju (SS). Dalam hal ini ada lima klasifikasi jawaban yang diberikan dengan kemungkinan pemberian skor sebagai berikut :

Tabel 3.1
Skor Pada Skala Likert

Alternatif jawaban	Kode	Skor pertanyaan
Sangat tidak setuju	STS	1
Tidak setuju	TS	2
Kurang setuju	KS	3
Setuju	S	4
Sangat setuju	SS	5

3.7 Uji Kualitas Data

Ada 2 syarat penting yang berlaku pada sebuah angket yaitu keharusan sebuah angket untuk valid dan reliabel.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, maka digunakan metode korelasi antar skor

signifikan jika kolom total butir pertanyaan menghasilkan tanda bintang dengan dua kemungkinan (Bawono, 2006:76)

- a. Kalau berbintang satu itu berarti korelasi signifikan pada level 5% (0,05) untuk dua sisi.
- b. Kalau berbintang dua itu berarti korelasi signifikan pada level 1% (0,01) untuk dua sisi.

Sedangkan menurut Sujarweni (2015) Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan yang mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan signifikansi 5% , jika r tabel $<$ r hitung maka valid.

3.7.2 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 pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan layak jika *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach's Alpha* $<$ 0,60 Ghozali (2016).

3.8 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

3.8.1 Variabel *Independen*

Variabel *independen* dari penelitian ini terdiri dari beberapa variabel. Masing-masing variabel *independen* dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Produk Tabungan seulanga

Tabungan Seulanga iB adalah produk tabungan pada bank Aceh syariah dengan *tagline* “Seutuhnya Melayani Nanggroe”. Tabungan Seulanga iB memiliki keunggulan dengan nisbah *Progressive* dimana semakin tinggi saldo tabungan, maka semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian). Dari pengertian tabungan Seulanga tidak terdapat perubahan, baik sebelum konversi maupun sesudah konversi, hanya nisbah saja yang membedakan sebelum dan sesudah konversi. (PT. Bank Aceh Syariah)

b. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang ia inginkan pada diri orang lain, dan bukan apa yang ia takutkan. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa *partnernya* akan memberikan kepuasan yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji, atau pernyataan orang lain dapat dipercaya. (Barnes, dan James 2003)

3.8.2 Variabel *Dependen*

Variabel *Dependen* dalam penelitian ini adalah minat nasabah menabung PT. Bank Aceh Syariah. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku tindakan tersebut. Minat berarti dorongan atau daya penggerak.

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas sesuai dengan masalah yang akan diteliti maka yang akan menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah minat nasabah menabung (Y). Minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap pembelian. (Kotler, 2002:78).

Tabel 3.2
Operasional variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Produk Tabungan Seulanga (X ₁)	a. Produk sesuai kebutuhan b. Produk terjamin keamanannya c. Poin Produk yang ditukarkan dalam bentuk hadiah menarik dan beragam d. Poin produk seulangatidak ada pada produk lain e. Produk menguntungkan f. Poin sesuai tingkatan saldo (Ali, 2015)	<i>Interval</i>

Tabel 3.1- Lanjutan

No	Variabel	Indikator	Skala
2	Kepercayaan (X_2)	a. Pelayanan b. Keamanan dalam bertransaksi c. Memenuhi kebutuhan konsumen d. Menerima risiko dan konsekuensi negatif yang mungkin terjadi e. Pemberian informasi pribadi kepada penjual f. Melakukan transaksi g. Berusaha untuk mengikuti saran atau permintaan dari penjual (Rahma, 2017)	<i>Interval</i>
3	Minat nasabah menabung pasca konversi (Y)	a. Nisbah bagi hasil tinggi b. Produk sesuai syariah c. Hati nurani d. Pelayanan baik dan memuaskan e. Kemudahan bertransaksi f. Terjamin keamanannya g. Empati yang tinggi (Ali, 2015)	<i>Interval</i>

Sumber: (Ali, 2015), dan (Rahma, 2017)

3.9 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan data kuantitatif, yaitu dimana data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara menganalisis pengaruh antara variabel produk tabungan seulanga dan kepercayaan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Berikut metode yang akan digunakan dalam menganalisis data.

3.9.1 Alat Analisis

Penelitian ini merupakan data kuantitatif dimana data dapat dinyatakan dalam bentuk angka, maka akan mudah untuk diaplikasikan ke dalam olah data SPSS (*Statistical Product and*

Service Solution) merupakan sebuah program komputer statistik yang berfungsi untuk membantu dalam memproses data-data statistik secara tepat dan cepat, serta menghasilkan berbagai output yang dikehendaki oleh para pengambil keputusan Statistik. Dalam arti sempit berarti data ringkasan berbentuk angka (kuantitatif), sedangkan dalam arti luas berarti suatu ilmu yang mempelajari cara pengumpulan, pengolahan, penyajian dan analisis data serta cara pengambilan kesimpulan secara umum berdasarkan hasil penelitian yang tidak menyeluruh. Dalam penghitungan statistik, Program SPSS ini sangat membantu dalam proses pengolahan data, sehingga hasil olah data yang dicapai juga dapat dipertanggungjawabkan dan terpercaya. SPSS yang digunakan dalam penelitian ini adalah program komputer SPSS *for windows version 22*. Analisis ini memberikan gambaran (deskripsi) tentang suatu data yang selanjutnya akan diinterpretasikan dalam pembahasan (Muhammad, 2008)

3.9.2 Analisis Regresi Berganda

Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi berganda *multivariate regression* (Bawono, 2006:84). Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yang lebih dari satu terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Menguji pengaruh produk tabungan seulanga (X_1) terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah (Y)
- b. Menguji kepercayaan (X_2) terhadap minat nasabah menabung pasca konversi konversi PT. Bank Aceh Syariah (Y)
- c. Menguji pengaruh produk tabungan seulanga (X_1) dan kepercayaan (X_2) terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah (Y)

$$\text{Persamaan : } Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y	= Minat Nasabah Menabung Pasca konversi
b_0	= Konstanta
X_1	= Produk Tabungan
X_2	= Kepercayaan
b_1	= Koefisien produk tabungan
b_2	= Koefisien kepercayaan
e	= Residual atau <i>prediction error</i>

3.10 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan yang penting dilakukan dalam proses analisis regresi. Apabila tidak terdapat gejala asumsi klasik diharapkan dapat dihasilkan model regresi yang handal sesuai dengan kaidah *BLUE (Best Linier Unbiased Estimator)*, yang menghasilkan model regresi yang tidak bias dan handal

sebagai penaksir. Pelanggaran terhadap asumsi klasik berarti model regresi yang diperoleh tidak banyak bermanfaat dan kurang valid. Disamping itu uji asumsi klasik berguna untuk melengkapi uji statistik (Bawono, 2006:115). Uji asumsi klasik terdiri dari:

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu, atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau paling tidak mendekati normal. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data (titik) menyebar menjauh dari garis diagonal, maka tidak menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. (Ghozali, 2016).

Selain dengan melihat kurva normal P-plot, uji normalitas juga dapat dilakukan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*. Uji *kolmogorov-smirnov* salah satu uji yang dapat digunakan untuk dapat menguji normalitas suatu data. Diterangkan oleh Danang

Sunyoto (2013) bahwa tujuan pengujian *kolmogorov-smirnov* adalah untuk menguji apakah sampel yang diuji mempunyai distribusi data yang sama atau berbeda. Sebelumnya oleh Ghozali (2016) bahwa uji normalitas dalam persamaan regresi diterapkan dengan variabel pengganggu atau *residual* sebagai sampel yang diuji. Maka dari itu hipotesisnya :

Ho :residual terdistribusi normal

Ha :residual tidak terdistribusi normal

Pengambilan keputusan:

Ho diterima jika $\text{asypm.Sig. (2-Tailed)} \geq \alpha$

Ha ditolak jika $\text{asypm.Sig. (2-Tailed)} < \alpha$

Dalam uji ini apabila nilai sig. $>0,05$ maka data terdistribusi dengan normal. (Sontoso, 2010).

3.10.2 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel *independen* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel *independen* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independen* sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya Multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel *independen* banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel *dependen*.
- 2) Menganalisis matriks korelasi variabel-variabel *independen*. Jika antara variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal itu merupakan indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolonieritas dan dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel-variabel *independen*.
- 3) Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflationsfactor* (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel *independen* manakah yang dijelaskan oleh variabel *independen* lainnya. Dalam penelitian sederhana setiap variabel *independen* menjadi variabel *dependen* (terikat) dan di regres terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel *independen* yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel *independen* lainnya. Jika nilai yang rendah sama dengan VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$).

Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Setiap peneliti harus menentukan tingkat multikolonieritas yang masih dapat di tolerir. Sebagai misal nilai

$tolerance=0,10$ sama dengan tingkat multikolonieritas 0,95. Walaupun multikolonieritas dapat dideteksi dengan nilai *tolerance* dan VIF, tetapi kita masih tidak mengetahui variabel-variabel *independen* mana sajakah yang saling berkorelasi. Ghozali (2016)

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini mengimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas.

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang mengatur (bergelombang, melebar, dan kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2016)

Tidak hanya menggunakan gambar dengan pola tertentu namun juga menggunakan statistik dengan uji glejser untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Gujarati, 2003). Jika variabel *indenpenden* signifikan secara statistik mempengaruhi variabel *dependen*, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.(Ghozali, 2016).

3.11 Pengujian Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan model regresi linear berganda. Model regresi linear berganda bertujuan untuuk memprediksi besar variabel *dependen* dengan menggunakan data variabel *indenpenden* yang sudah diketahui besarnya (Santoso, 2010). Model regresi linear berganda umumnya digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel *dependen* dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam suatu persamaan linear (Suryanto, 2009). Pengolahan data menggunakan *software microsoft excel 2007* dan *SPSS versi 22*. Dalam pengujian ini menggunakan uji statistik meliputi Uji F, Uji t, dan uji koefesien Determinasi (*Adjusted R squire*).

3.11.1 Uji F (Simultan)

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel *indenpenden* secara bersama-sama atau simultan

mempengaruhi variabel *dependen* pada tingkat signifikan 0,05 (5%) (Ghozali, 2016). Uji statistik F.

Uji F (uji simultan) adalah untuk melihat apakah variabel *independen* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen*. Selanjutnya nilai F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} $\alpha = 5\%$, $df_1 = k_1$, $df_2 = n-(k+1)$, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. jika nilai sig < 0,05, atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
2. jika nilai sig > 0,05, atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Membandingkan nilai F hitungan dengan nilai F menurut tabel : bila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari pada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel *independen* serentak dan signifikan mempengaruhi variabel *dependen* (Priadana dan Muis, 2009).

3.11.2 Uji t (Parsial)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen* (Ghozali,

2016). Uji t digunakan untuk menguji apakah setiap variabel (*independen*) secara masing-masing parsial atau individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terkait (*dependen*) pada tingkat signifikansi 0,05 (5%) dengan menganggap variabel bebas bernilai konstan. Setelah diperoleh nilai t hitung selanjutnya dibandingkan dengan t tabel pada $\alpha = 5\%$ df dan $= n-2$ untuk pengujian dua pihak, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
2. jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

3.11.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji *goodness-fit* dari model regresi. (Ghozali, 2016). Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya. Koefesiensi memiliki kelemahan, yaitu bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi, dimana penambahan satu variabel bebas dan pengamatan dalam model anak meningkatkan R^2 meskipun variabel yang dimasukan itu tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya. Untuk mengurangi kelemahan tersebut maka digunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan, *adjusted R square*. Koefisien determinasi yang telah disesuaikan berarti

bahwa koefisien tersebut telah dikorelasi dengan memasukkan unsur jumlah variabel dan ukuran sample yang digunakan. Dengan menggunakan koefisien determinasi yang disesuaikan dapat naik atau turun akibat adanya penambahan variabel baru dalam model (Suliyanto, 2011).

3.11.4 Keterkaitan/Korelasi Antar Variabel

Menurut Sugiyono (2012), analisis korelasi parsial ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel dimana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel kontrol). Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat digunakan kriteria sebagai berikut (Sugiyono, 2012).

Tabel 3.3
Kriteria untuk Memberikan Interpretasi
terhadap Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Bank Aceh Syariah

4.1.1 Sejarah Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Aceh). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp25.000.000.

Setelah beberapa kali perubahan akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960, Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok

Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No.10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa

Aceh Nomor: 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatar belakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindak lanjuti dengan penanda tangan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas (PT) ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999.

Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp150.000.000.000.

Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No.42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp500.000.000.000. Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010. Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) tanggal 25 Mei 2015 tahun lalu bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut

proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisioner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisioner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisioner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari ini. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009. Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan

pembangunan daerah yang lebih optimal. Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan tanggal 19 September 2016, Bank memiliki 1 Kantor Pusat, 26 Kantor Cabang, 85 Kantor Cabang Pembantu, 15 Kantor Kas, 13 Payment Point, 2 Mobil Kas Keliling, serta 201 Gerai ATM Bank Aceh.

4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Aceh Syariah

Visi

Visi PT. Bank Aceh Syariah adalah “Mewujudkan Bank Aceh menjadi bank yang terus sehat, tangguh, handal dan terpercaya serta dapat memberikan nilai tambah yang tinggi kepada mitra dan masyarakat.”

Misi

Misi PT. Bank Aceh Syariah adalah “Membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pembangunan dunia usaha dan pemberdayaan dunia usaha dan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta memberi nilai tambah kepada pemilik dan kesejahteraan kepada karyawan.”

4.2 Produk-produk Penghimpunan Dana pada PT. Bank Aceh Syariah

1. Giro *Wadi'ah* Giro *Wadi'ah*

Giro *Wadi'ah* Giro *Wadi'ah* adalah sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada PT. Bank Aceh Syariah di mana pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadi'ah yad dhamanah*, yaitu dana titipan murni nasabah kepada bank yang dapat diambil setiap saat dengan menggunakan media *Cheque* dan *Bilyet Giro*.

2. Tabungan Sahara

Tabungan Sahara adalah sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada PT. Bank Aceh Syariah yang dikhususkan bagi umat muslim untuk memenuhi biaya perjalanan ibadah haji dan umrah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadi'ah yad dhamanah*, yaitu dana titipan murni nasabah kepada bank. Tabungan ini diperuntukkan bagi umat muslim untuk memenuhi biaya perjalanan ibadah haji dan umrah. Untuk prosedur yang dilakukan terlebih dahulu adalah mengisi formulir pembukaan rekening, menunjukkan bukti identitas asli dan menyerahkan foto copy bukti identitas, setoran awal Rp500.000, serta dapat didaftarkan menjadi calon jamaah haji ketika saldo tabungan sudah mencapai Rp25.000.000 atau sesuai ketentuan dari Departemen Agama, dan diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah.

3. Deposito *Mudharabah*

Deposito *Mudharabah* adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah pada PT. Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah*, yaitu akad antara pihak pemilik dana (*shahibul maal*) dengan pengelola dana (*mudharib*). Dalam hal ini *shahibul maal* (nasabah) berhak memperoleh keuntungan bagi hasil sesuai nisbah yang tercantum dalam akad.

4. Tabungan Aneka Guna iB

Tabungan Aneka Guna iB adalah sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada PT. Bank Aceh Syariah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah*. Untuk Tabungan Aneka Guna iB penentuan nisbah yang digunakan adalah nominal di atas Rp1.000.000.000 sebesar 25,29% untuk nasabah dan nisbah untuk bank sebesar 74,71%.

5. Tabungan SIMPEDA Tabungan

SIMPEDA adalah sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada PT. Bank Aceh Syariah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah*.

Tabungan ini diperuntukkan bagi siapa saja. Untuk prosedur yang dilakukan terlebih dahulu adalah mengisi formulir identitas nasabah, menyerahkan foto copy KTP 1

Lembar, setoran awal Rp100.000, dapat disetor dan ditarik setiap hari kerja di seluruh kantor PT. Bank Aceh Syariah, Jika nasabah memakai ATM PT. Bank Aceh Syariah, tersedia gerai-gerai ATM PT. Bank Aceh Syariah di seluruh Aceh dan Medan serta didukung oleh jaringan ATM Bersama (Indonesia) dan MEPS (Malaysia), sehingga nasabah bebas menarik uang tunai 24 jam sehari kapanpun nasabah membutuhkannya.

Untuk Tabungan SIMPEDA penentuan nisbah yang digunakan adalah nominal Rp100.000 s/d Rp50.000.000 sebesar 11,80% untuk nasabah dan nisbah 88,20% untuk bank, nominal di atas Rp50.000.000 s/d Rp100.000.000 nisbah sebesar 15,17% untuk nasabah dan nisbah 84,83% untuk bank, nominal di atas Rp100.000.000 s/d Rp 500.000.000 nisbah sebesar 18,54% dan nisbah 81,46% untuk bank, nominal di atas Rp500.000.000 s/d Rp 1.000.000.000 sebesar 21,92% untuk nasabah dan nisbah 78,08% untuk bank, dan nominal di atas Rp1.000.000.000 sebesar 25,29% untuk nasabah dan nisbah 74,71% untuk bank.

6. Tabungan Seulanga iB

Tabungan Seulanga iB adalah sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada PT. Bank Aceh Syariah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah*. Untuk Tabungan Seulanga iB penentuan nisbah yang digunakan adalah nominal di bawah

Rp1.000.000 sebesar 0% untuk nasabah dan nisbah 100% untuk bank, nominal di atas Rp1.000.000 s/d Rp100.000.000 nisbah sebesar 15,17% untuk nasabah dan nisbah 84,83% untuk bank, nominal di atas Rp100.000.000 s/d Rp500.000.000 sebesar 21,92% untuk nasabah dan nisbah 78,08% untuk bank, nominal di atas Rp500.000.000 s/d Rp1.000.000.000 sebesar 25,29%. untuk nasabah dan nisbah 74,71% untuk bank, nominal di atas Rp1.000.000.000 sebesar 28,66% untuk nasabah dan nisbah 71,34% untuk bank.

7. Tabungan Firdaus iB

Tabungan Firdaus iB adalah sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada PT. Bank Aceh Syariah diperuntukkan bagi perorangan yang menggunakan prinsip *mudharabah* (bagi hasil) di mana dana yang diinvestasikan oleh nasabah dapat dipergunakan oleh bank (*mudharib*) dengan imbalan bagi hasil nasabah (*shahibul maal*). Tabungan Firdaus iB menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* yang berarti pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya tanpa batasan sepanjang memenuhi syarat-syarat syariah dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis usaha, dan nasabah pelanggannya. Untuk prosedur yang dilakukan terlebih dahulu adalah mengisi formulir pembukaan rekening, menunjukkan asli bukti identitas serta menyerahkan foto

copy bukti identitas, setoran awal Rp100.000 (fasilitas ATM) saldo minimum Rp 50.000. Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan saat kas buka pada semua cabang PT. Bank Aceh Syariah, setoran pertama minimal Rp20.000 dan setoran selanjutnya sekurang-kurangnya Rp10.000, penarikan dapat dilakukan setiap hari kerja selama Kantor Kas Buka dengan saldo tersisa sekurang-kurangnya Rp10.000, penarikan yang dilakukan oleh bukan penabung sendiri, harus dilengkapi dengan surat kuasa dari penabung dengan bermaterai secukupnya, dan penabung berhak setiap saat menutup rekening tabungannya selama kas buka pada cabang penerbit dengan biaya penutupan rekening sebesar Rp25.000, dan penutupan secara otomatis karena saldo nihil akan dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah tanpa pemberitahuan kepada penabung. Untuk Tabungan Firdaus iB penentuan nisbah yang digunakan adalah sebesar 35,20% untuk nasabah dan nisbah 64,80% untuk bank.

8. TabunganKu

TabunganKu adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Satu orang hanya memiliki 1 rekening untuk produk yang sama, kecuali bagi orangtua yang membuka rekening untuk anak yang masih di bawah umur di bawah

perwalian sesuai Kartu Keluarga (KK) yang bersangkutan. Untuk prosedur yang dilakukan terlebih dahulu adalah mengisi formulir pembukaan rekening, menyerahkan foto copy identitas diri yang masih berlaku, setoran awal pembukaan rekening minimum Rp20.000, setoran selanjutnya minimum Rp10.000 dan tanpa biaya administrasi bulanan. Adapun fitur produk TabunganKu dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Fitur *Standard (Mandatory)* adalah fitur produk TabunganKu yang harus diterapkan secara seragam oleh seluruh bank yang meluncurkan produk TabunganKu.
2. Fitur *Customized (Optional)* adalah fitur produk TabunganKu yang dapat dipilih untuk diterapkan oleh bank yang meluncurkan produk TabunganKu.

Untuk TabunganKu penentuan nisbah yang digunakan adalah nominal di bawah Rp500.000 sebesar 0% untuk nasabah dan nisbah 100% untuk bank, nominal di atas Rp 500.000 s/d Rp1.000.000 nisbah sebesar 1,69% untuk nasabah dan 98,31% untuk bank, dan nominal di atas Rp 1.000.000 nisbah sebesar 6,74% untuk nasabah dan 93,26% untuk bank.

9. Tabungan Pensiun iB

Tabungan pensiun iB merupakan layanan tabungan bagi nasabah pensiun pada PT. Bank Aceh Syariah yang

diharapkan dapat memberikan layanan khusus bagi para Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang memasuki masa pensiun. Untuk Tabungan Pensiun iB penentuan nisbah yang digunakan adalah nominal Rp100.000 s/d Rp50.000.000 sebesar 11,80% untuk nasabah dan nisbah 88,20% untuk bank, nominal di atas Rp50.000.000 s/d Rp100.000.000 nisbah sebesar 15,17% untuk nasabah dan nisbah 84,83% untuk bank, nominal di atas Rp100.000.000 s/d Rp 500.000.000 nisbah sebesar 18,54% dan nisbah 81,46% untuk bank, nominal di atas Rp500.000.000 s/d Rp 1.000.000.000 sebesar 21,92% untuk nasabah dan nisbah 78,08%, dan nominal di atas Rp1.000.000.000 sebesar 25,29% untuk nasabah dan nisbah 74,71%.

10. TabunganKu iB

TabunganKu iB adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Untuk TabunganKu iB penentuan nisbah yang digunakan adalah sebesar 3,37% untuk nasabah dan nisbah 96,63% untuk bank. Adapun produk penghimpunan dana pada PT. Bank Aceh Syariah yang menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah* adalah produk Giro *Wadi'ah* dan Tabungan Sahara. Sedangkan produk yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* adalah Deposito *Mudharabah*,

Tabungan Aneka Guna iB, Tabungan SIMPEDA iB, Tabungan Seulanga iB, Tabungan Firdaus iB, TabunganKu, Tabungan Pensiun iB, dan TabunganKu iB. Penentuan masing-masing nisbah pada produk akad *mudharabah mutlaqah* juga berbeda-beda, di mana produk yang memiliki porsi nisbah bagi hasil yang besar bagi nasabah adalah produk Tabungan Firdaus iB sebesar 35,20%.

4.3 Tabungan Seulanga Pasca Konversi

Pada Tabel 4.1 dapat dilihat pertumbuhan produk tabungan seulanga pasca konversi 2013-2015.

Tabel 4.1
Tabungan Seulanga Pasca Konversi 2016-2018
(Dalam jutaan Rupiah)

No	Tahun	Jumlah dana Tabungan	Pertumbuhan
1	2016	1.426.627	15,17%
2	2017	1.658.131	16,23%
3	Per November 2018	1.488.767	-10,21%

Sumber : PT Bank Aceh Syariah

Dari Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa minat nasabah menabung jika dilihat dari jumlah dana tabungan baik sebelum maupun sesudah konversi terjadinya kenaikan. Namun apabila dilihat dari pertumbuhan produk tabungan seulanga sebelum dan sesudah konversi terjadinya kenaikan dan penurunan pada per November 2018 sebesar 1.488.767, penurunan tersebut terjadi disebabkan sebagian dana nasabah dipindahkan ke deposito yang mana persentase nisbah bagi hasil deposito pada saat itu lebih menarik. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa setelah konversi

yang mempengaruhi minat nasabah menabung tidak hanya dari produk tabungan seulanga dan kepercayaan, akan tetapi bagi hasil yang diberikan deposito jauh lebih menarik dan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung sesudah konversi.¹

4.4 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dilakukan untuk 100 responden yang merupakan khusus nasabah Tabungan seulanga PT. Bank Aceh Syariah. Karakteristik responden dibagikan mengikuti jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, rata-rata pendapatan per bulan dan Agama. Adapun karakteristik responden atau nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
LAKI-LAKI	47	47,0	47,0	47,0
Valid PEREMPUAN	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer, (diolah) 2018.

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin Laki-Laki berjumlah 47 orang dengan persentase 47%, dan yang berjenis kelamin Perempuan berjumlah 53 orang dengan persentase 53%.

¹ Hasil wawancara dengan karyawan Bank Aceh Syariah (17 Desember 2018) Divisi Produk dan Layanan di PT. Bank Aceh Syariah Kantor Pusat

Tabel 4.3
Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 16-25 th	7	7,0	7,0	7,0
26-35 th	20	20,0	20,0	27,0
36-45 th	36	36,0	36,0	63,0
> 45 th	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer, (diolah) 2018.

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berumur 16-25 tahun berjumlah 7 orang dengan persentase 7,0%, berumur 26-35 tahun berjumlah 20 orang dengan persentase 20,0%, berumur 36-45 tahun berjumlah 36 orang dengan persentase 36,0%, berumur > 45 tahun berjumlah 37 orang dengan persentase 37,0%, dan tidak ada responden yang berumur < 16 tahun.

Tabel 4.4
Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	3	3,0	3,0	3,0
SMP	13	13,0	13,0	16,0
SMA	28	28,0	28,0	44,0
AKADEMI/ DIPLOMA	20	20,0	20,0	64,0
SARJANA/S1	29	29,0	29,0	93,0
PASCA SARJANA	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer, (diolah) 2018.

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang memiliki pendidikan terakhir SD berjumlah 3 orang, persentase 3,0%, SMP berjumlah 13 orang persentase

13,0%, SMA berjumlah 28 orang dengan persentase 28,0%, Akademi/Diploma berjumlah 20 orang dengan persentase 20,0%, Sarjana/S1 berjumlah 29 orang dengan persentase 29 orang, dan Pasca Sarjana berjumlah 7 orang dengan persentase 7,0%.

Tabel 4.5
Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PELAJAR	3	3,0	3,0	3,0
PNS	3	3,0	3,0	6,0
PETANI/PEDAGANG/ PENGUSAHA	47	47,0	47,0	53,0
Valid KARYAWAN SWASTA	14	14,0	14,0	67,0
IRT	5	5,0	5,0	72,0
SWASTA	9	9,0	9,0	81,0
LAINNYA	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer, (diolah) 2018.

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar berjumlah 3 orang dengan persentase 3,0%, PNS berjumlah 3 orang dengan persentase 3,0%, Petani/Pedagang/Pengusaha berjumlah 47 orang dengan persentase 47,0 %, Karyawan Swasta berjumlah 14 orang dengan persentase 14,0 %, IRT berjumlah 5 orang dengan persentase 5,0%, Swasta berjumlah 9 orang dengan persentase 9,0%, dan lainnya berjumlah 19 orang dengan persentase 19,0%.

Tabel 4.6
Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rp.500.000- Rp.2.500.000	3	3,0	3,0	3,0
Rp.2.500.000- Rp.4.500.000	6	6,0	6,0	9,0
Valid Rp.4.500.000- Rp.6.500.000	13	13,0	13,0	22,0
Rp.6.500.000- Rp.8.500.000	20	20,0	20,0	42,0
>Rp.8.500.000	58	58,0	58,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer, (diolah) 2018.

Berdasarkan Tabel 4.6 tersebut dapat dilihat bahwa jumlah responden yang memiliki pendapatan, Rp500.000-Rp2.500.000 berjumlah 3 orang dengan persentase 3,0%, Rp2.500.000-Rp4.500.000 berjumlah 6 orang dengan persentase 6,0%, Rp4.500.000-Rp6.500.000 berjumlah 13 orang dengan persentase 13,0%, Rp6.500.000-Rp8.500.000 berjumlah 20 orang dengan persentase 20,0%, > Rp8.500.000 berjumlah 58 orang dengan persentase 58,0%, dan tidak ada responden yang memiliki pendapatan < Rp500.000.

Tabel 4.7
Agama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ISLAM	86	86,0	86,0	86,0
KRISTEN	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer, (diolah) 2018.

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang beragama islam berjumlah 86 orang dengan persentase 86,0%, yang beragama kristen berjumlah 14 orang dengan persentase 14,0%, dan tidak ada reponden yang beragama Konghcu, Budha dan Hindu.

4.5 Tanggapan Responden

Tanggapan responden terhadap kuesioner yang disebarakan diukur dengan menggunakan skala *likert* dengan skala 5 skor yaitu skor 1 sangat tidak setuju, skor 2 tidak setuju, skor 3 kurang setuju, skor 4 setuju dan skor 5 sangat setuju. Adapun pengkategorian tingkat persepsi dalam kuesioner adalah berdasarkan nilai skor rata-rata yaitu skor rata-rata di antara 1.00 hingga 2.60 adalah dianggap rendah. Skor di antara 2.61 hingga 4.20 pula dianggap sederhana dan skor 4.21 hingga 6.00 dianggap dianggap tinggi (Sugiyono, 2012:73).

1. Tanggapan Responden Pada Variabel Produk tabungan seulanga

Dalam penelitian ini, variabel produk tabungan seulanga terdiri dari 6 *item*/ pernyataan. Adapun hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dapat dilihat dalam Tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8
Tanggapan Responden terhadap Variabel
Produk Tabungan Seulanga

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-rata
P1	Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah sesuai dengan saldo tabungan dan kebutuhan nasabah.	1,0	3,0	6,0	53,0	37,0	4,22
P2	Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah terjamin keamanannya.	2,0	2,0	5,0	50,0	41,0	4,26
P3	Poin produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah ditukarkan dalam bentuk hadiah menarik dan beragam.	2,0	2,0	11,0	42,0	43,0	4,22
P4	Poin produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah tidak ada pada produk-produk tabungan lainnya.	2,0	6,0	14,0	38,0	40,0	4,08
P5	Produk tabungan seulanga bank Aceh Syariah sangat menguntungkan nasabah.	4,0	4,0	13,0	42,0	37,0	4,04
P6	Poin produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah sesuai dengan tingkatan saldo nasabah.	4,0	7,0	10,0	31,0	48,0	4,12

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju bahwa produk tabungan seulanga menjadi pendorong bagi responden terhadap minat menabung adalah *item* Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah sesuai

dengan saldo tabungan dan kebutuhan nasabah, P1 (M = 4,22); *item* Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah terjamin keamanannya, P2 (M = 4,26); *item* Poin produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah ditukarkan dalam bentuk hadiah menarik dan beragam, P3 (M = 4,22); *item* Poin produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah tidak ada pada produk-produk tabungan lainnya, P4 (M = 4,04) *item* Produk tabungan seulanga bank Aceh Syariah sangat menguntungkan nasabah, P5 (M = 3,92), dan *item* Poin produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah sesuai dengan tingkatan saldo nasabah P6 (M = 4,12).

2. Tanggapan responden Pada Variabel kepercayaan

Dalam penelitian ini, variabel kepercayaan terdiri dari *7item/* pernyataan. Adapun hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dapat dilihat dalam Tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-rata
K1	Pelayanan yang diberikan karyawan menumbuhkan kepercayaan nasabah untuk menabung di bank Aceh Syariah.	5,0	4,0	11,0	49,0	31,0	3,97
K2	Rasa aman menabung di Bank Aceh Syariah.	5,0	5,0	15,0	40,0	35,0	3,95
K3	Produk yang ditawarkan Bank Aceh Syariah sesuai kebutuhan nasabah.	4,0	6,0	18,0	43,0	29,0	3,87

Tabel 4.9 - Lanjutan

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-rata
K4	Siap menerima resiko dan konsekuensi negatif yang mungkin terjadi dalam transaksi Bank Aceh Syariah.	3,0	5,0	18,0	48,0	26,0	3,89
K5	Jika terdapat keluhan saya segera melapor kepada pegawai Bank Aceh Syariah	6,0	9,0	11,0	50,0	24,0	3,77
K6	Kemudahan dalam bertransaksi di Bank Aceh Syariah.	1,0	10,0	15,0	41,0	33,0	3,95
K7	Saya bersedia mengikuti saran atau permintaan yang diberikan customer service dalam proses awal menabung.	8,0	5,0	14,0	50,0	23,0	3,75

Sumber: Data Primer, 2018 (diolah).

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju bahwa kepercayaan menjadi pendorong bagi responden terhadap minat menabung adalah *item* Pelayanan yang diberikan karyawan menumbuhkan kepercayaan nasabah untuk menabung di bank Aceh Syariah, K1 (M = 3,97); *item* Rasa aman menabung di Bank Aceh Syariah, K2 (M = 3,95); *item* Produk yang ditawarkan Bank Aceh Syariah sesuai kebutuhan nasabah, K3 (M = 3,87); *item* Siap menerima resiko dan konsekuensi negatif yang mungkin terjadi dalam transaksi Bank Aceh Syariah, K4 (M = 3,89) *item* Jika terdapat keluhan saya segera melapor kepada pegawai Bank Aceh Syariah, K5 (M = 3,77), *item* Kemudahan dalam bertransaksi di Bank Aceh Syariah,

K6 ($M = 3,95$) dan *item* Saya bersedia mengikuti saran atau permintaan yang diberikan customer service dalam proses awal menabung K7 ($M = 3,75$).

3. Tanggapan responden Pada Variabel Minat Menabung

Dalam penelitian ini, variabel Minat Menabung terdiri dari 7 *item/* pernyataan. Adapun hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dapat dilihat dalam Tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Terhadap Minat Menabung

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-rata
Y1	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena bagi hasil tinggi yang menguntungkan bagi saya.	3,0	9,0	7,0	52,0	29,0	3,95
Y2	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena produk tabungan sesuai syariah.	6,0	8,0	12,0	35,0	39,0	3,93
Y3	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah tanpa ada paksaan dari pihak lain.	6,0	7,0	13,0	52,0	22,0	3,77
Y4	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena pelayanan yang baik dan memuaskan .	3,0	8,0	16,0	36,0	37,0	3,96
Y5	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena transaksinya mudah.	8,0	7,0	14,0	53,0	18,0	3,66
Y6	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena dijamin keamanannya.	1,0	7,0	13,0	47,0	32,0	4,02

Tabel 4.10- Lanjutan

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-rata
Y7	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena karyawan kepada nasabah tingkat empatinya tinggi.	6,0	6,0	12,0	33,0	43,0	4,01

Sumber: Data Primer, 2018 (diolah).

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju terhadap minat menabung adalah *item* Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena bagi hasil tinggi yang menguntungkan bagi saya, Y1 ($M = 3,95$); *item* Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena produk tabungan sesuai syariah, Y2 ($M = 3,93$); *item* Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah tanpa ada paksaan dari pihak lain, Y3 ($M = 3,77$); *item* Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena pelayanan yang baik dan memuaskan, Y4 ($M = 3,96$) *item* Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena transaksinya mudah, Y5 ($M = 3,66$), *item* Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena dijamin keamanannya, Y6 ($M = 4,02$) dan *item* Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena karyawan kepada nasabah tingkat empatinya tinggi Y7 ($M = 4,01$).

4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan yang mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana

$df=n-2$ dengan signifikansi 5% , jika r tabel $<$ r hitung maka valid (Sujarweni, 2015).

Untuk mengetahui soal valid dan tidak valid dapat dilihat nilai r hitung dibandingkan dengan tabel r *Pearson Product Moment* untuk α sebesar 5% atau signifikansi 0,05 adalah 0,196. Jika r hitung $>$ r tabel maka soal tersebut valid dan jika r hitung $<$ r tabel maka soal tersebut dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas (n-100)

Variabel	Pernyataan /Item	Pearson Correlation (rhitung)	r tabel	Keterangan
Produk Tabungan Seulanga (X1)	P1	0,413	0,196	Valid
	P2	0,725	0,196	Valid
	P3	0,756	0,196	Valid
	P4	0,725	0,196	Valid
	P5	0,633	0,196	Valid
	P6	0,693	0,196	Valid
Kepercayaan (X2)	K1	0,576	0,196	Valid
	K2	0,547	0,196	Valid
	K3	0,564	0,196	Valid
	K4	0,334	0,196	Valid
	K5	0,458	0,196	Valid
	K6	0,619	0,196	Valid
	K7	0,618	0,196	Valid
Minat Menabung (Y)	Y1	0,565	0,196	Valid
	Y2	0,715	0,196	Valid
	Y3	0,530	0,196	Valid
	Y4	0,561	0,196	Valid
	Y5	0,622	0,196	Valid
	Y6	0,491	0,196	Valid
	Y7	0,526	0,196	Valid

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa hasil uji validitas dapat diketahui bahwa nilai r hitung $>$ nilai tabel pada $\alpha = 5\%$ dan $N = 100$ maka dapat disimpulkan semua *item* adalah valid.

4.6.2 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 pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan layak jika *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach's Alpha* $<$ 0,60 (Ghozali, 2016). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Produk tabungan sebulan (X1)	6	0,738	Reliabel
Kepercayaan (X2)	7	0,602	Reliabel
Minat menabung (Y)	7	0,662	Reliabel

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach,s Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian variabel produk tabungan sebulan, kepercayaan dan minat menabung dinyatakan reliabel.

4.7 Uji Asumsi Klasik

4.7.1 Uji Normalitas

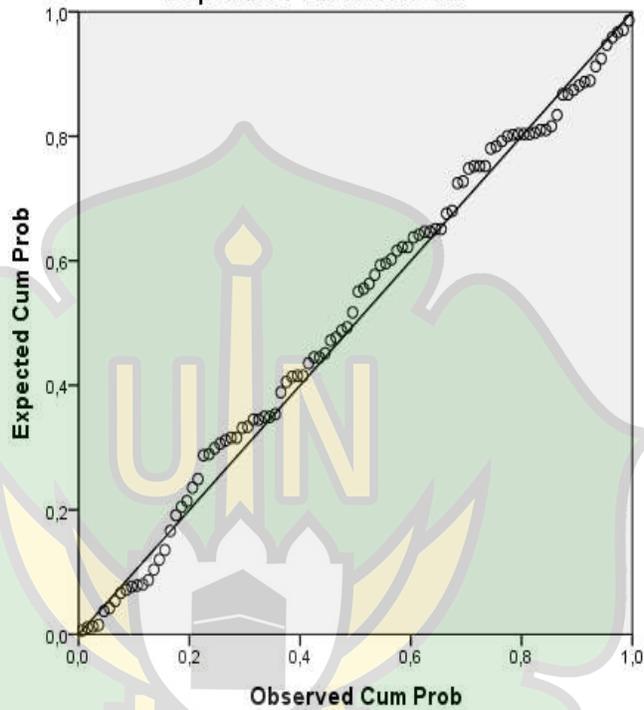
Menurut Ghozali (2016: 160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan dengan *normal probability plot*. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi *asumsi* normalitas. Jika data (titik) menyebar menjauh dari garis diagonal, maka tidak menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Ghozali (2016)

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: minat



Gambar 4.1

Sumber: Data primer (diolah), 2018.

Berdasarkan Gambar 4.1 menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,34789621
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,045
	Negative	-,066
Test Statistic		,066
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: Data primer (diolah), 2018

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada Uji *Kolmogrov-Smirnov* adalah 0,2 dan lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas Ghozali (2016). Salah satu metode untuk menguji ada atau tidak adanya gejala multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*):

- a. Mempunyai nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan VIF > 10 , maka ada gejala multikolinearitas.

- b. Mempunyai nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak ada gejala multikolinearitas.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,346	1,786			
produk tabungan	,191	,089	,163	,533	1,876
Kepercayaan	,781	,082	,718	,533	1,876

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Berdasarkan Tabel 4.14 dari hasil uji VIF dapat diketahui bahwa masing-masing variabel *independen* memiliki VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1, (1,876 < 10) dan (0,533 > 0,1). Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian yang dilakukan ini tidak terdapat hubungan multikolinearitas antar variabel *independen* dengan variabel *dependen*.

4.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini menggunakan statistik dengan uji glejser untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Gujarati, 2003). Jika variabel *indenpenden* signifikan secara statistik mempengaruhi variabel *dependen*, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2016)

Tabel 4.15
Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,973	1,013		4,909	,000
produk tabungan	-,032	,050	-,085	-,642	,523
Kepercayaan	-,084	,047	-,239	-1,805	,074

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikans Uji heteroskedastisitas pada uji glejser nilai signifikansi variabel dependen dengan absolut residual nilai produk tabungan seulanga $0,523 > 0,05$ sedangkan kepercayaan $0,074 > 0,05$ maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.8 Hasil Penelitian

4.8.1 Uji Regresi Berganda

Regresi berganda adalah sebagai pengaruh antara lebih dari dua variabel, di mana terdiri dari dua atau lebih variabel *independen*/bebas dan satu variabel *dependen*/terikat dan juga digunakan untuk membangun persamaan dengan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (Kurniawan, 2009). Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.16
Uji regresi berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	1,346	1,786	
produk tabungan	,191	,089	,163
Kepercayaan	,781	,082	,718

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Berdasarkan Tabel 4.16 dalam hasil analisis regresi berganda di atas dapat diketahui koefisien untuk variabel produk tabungan seulanga (X1) sebesar 0,191, untuk variabel kepercayaan (X2) sebesar 0,781 dengan konstanta sebesar 1,346, sehingga dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,346 + 0,191X_1 + 0,781X_2 + e \quad (4.1)$$

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi linear di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 1,346. Hal ini menunjukkan bahwa apabila produk tabungan sebulan (X1) dan kepercayaan (X2) diasumsikan dalam keadaan tetap maka minat nasabah menabung pasca konversi (Y) sebesar 1,346.
- b. Nilai koefisien regresi produk tabungan sebulan (X1) sebesar 0,191 yang berarti jika produk tabungan sebulan mengalami kenaikan 1% akan menyebabkan minat nasabah menabung pasca konversi meningkat sebesar 0,191 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
- c. Nilai koefisien regresi kepercayaan (X2) sebesar 0,781 yang berarti jika kepercayaan mengalami kenaikan 1% akan menyebabkan minat nasabah menabung pasca konversi meningkat sebesar 0,781 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.

4.8.2 Pengujian Hipotesis

4.8.2.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh variabel *independen* yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel *dependen* secara parsial (Ghozali, 2016). Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS versi 22 maka hasil perhitungan Uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,346	1,786		,754	,453
produk tabungan	,191	,089	,163	2,153	,034
Kepercayaan	,781	,082	,718	9,470	,000

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Berdasarkan Tabel 4.17 hasil output uji t di atas dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel *independen* secara parsial terhadap variabel *dependen* adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah produk tabungan seulanga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung produk tabungan seulanga adalah 2,153. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua, sehingga nilai $\alpha = 0,025$. Sedangkan $dk = n-k-1$ di mana $dk = 100-2-1 = 97$ sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984. Oleh karena itu $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,153 > 1,984$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_{01} ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan antara produk tabungan seulanga terhadap minat nasabah menabung pasca konversi.

2. Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien kepercayaan adalah 9,470. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua, sehingga nilai $\alpha = 0,025$. Sedangkan $df = n-k-1$ di mana $df = 100-2-1 = 97$ sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984. Oleh karena itu t hitung $>$ t tabel ($9,470 > 1,984$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima dan H_{02} ditolak artinya terdapat pengaruh signifiikan antara kepercayaan terhadap terhadap minat nasabah menabung pasca konversi.

4.8.2.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *independen* atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependen* atau variabel terikat (Ghozali, 2016). Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS versi 22 maka hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji F
 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1289,251	2	644,625	114,574	,000 ^b
	Residual	545,749	97	5,626		
	Total	1835,000	99			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), kepercayaan, produk tabungan

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Berdasarkan Tabel 4.18 hasil output uji simultan di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 114,574 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan tingkat signifikansi 5% dan $df_1=2$ $df_2=98$ didapat F tabel sebesar 3,09. Karena nilai F hitung ($114,574 > F$ tabel 3,09) maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel *independen* yaitu produk tabungan sebulan dan kepercayaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi.

4.8.2.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 (R Square) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *dependen* amat terbatas. Sebaliknya jika nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel *dependen* (Ghozali, 2016). Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS versi 22 maka hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,838 ^a	,703	,696	2,372

a. Predictors: (Constant), kepercayaan, produk tabungan

b. Dependent Variable: minat

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat diketahui bahwa angka R^2 (*R Square*) sebesar 0,703 atau 70,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat nasabah menabung pasca konversi yang dapat dijelaskan oleh produk tabungan seulanga dan kepercayaan. Maka sisanya sebesar 0,297 atau 29,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini. Sedangkan nilai korelasi (*R*) disini yaitu sebesar 0,838 maka keterkaitan antara variabel produk tabungan seulanga, kepercayaan dan minat dinyatakan sangat kuat hubungannya.

4.9 Pembahasan

4.9.1 Pengaruh Produk Tabungan Seulanga terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa produk tabungan seulanga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,153 > 1,984$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,034 < 0,05$. Oleh sebab itu,

dapat disimpulkan bahwa variabel produk tabungan seulanga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah, artinya H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.

Hasil penelitian ini didukung dari penelitian terdahulu yang Dalam sebuah penelitian yang dilakukan Destika Primasari (2016) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Ib Hasanah terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BNI Syariah KCP unggaran. Dengan hasil menunjukkan kualitas produk tabungan Ib hasanah memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4.9.2 Pengaruh kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $9,470 > 1,984$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah, artinya H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

Hasil penelitian ini didukung dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahma Bellani Oktavindria Iranati (2017) tentang “

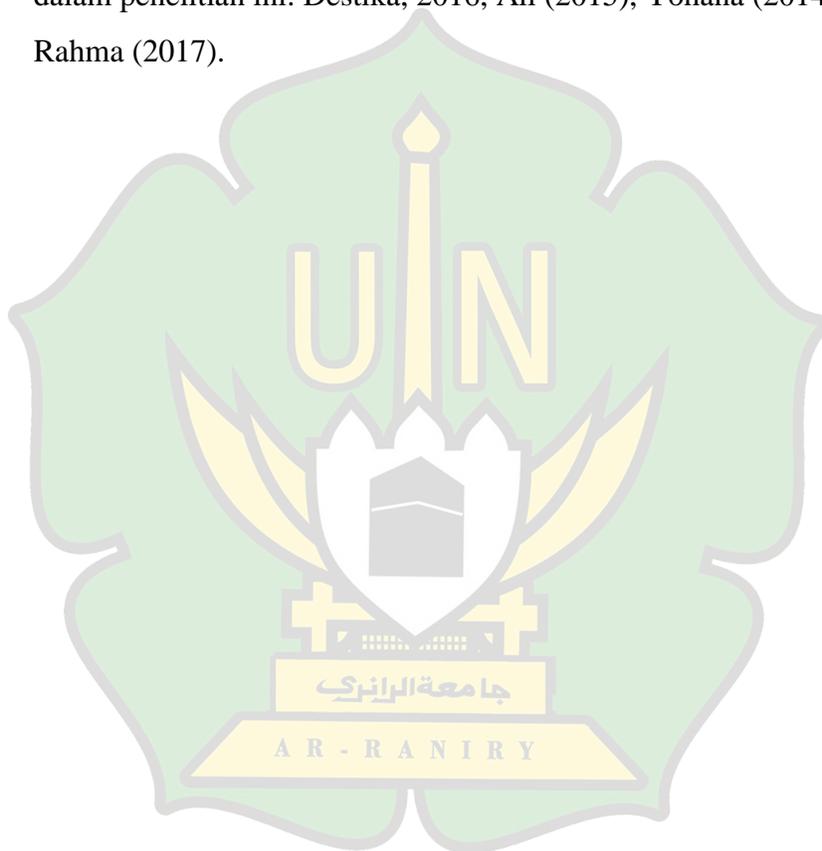
Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat.

4.9.3 Pengaruh Produk Tabungan Seulanga dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah.

Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk tabungan seulanga dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik F, di mana F hitung lebih besar dari pada F tabel yaitu F hitung (114,574) > F tabel (3,09), maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara produk tabungan seulanga dan kepercayaan dan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Namun bukan hanya produk tabungan seulanga dan kepercayaan yang mempengaruhi minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah, akan tetapi deposito juga berperan penting dalam meningkat minat nasabah menabung dengan menawarkan nisbah bagi hasil yang lebih menarik.

Besarnya pengaruh produk tabungan seulanga dan kepercayaan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. (R^2) adalah sebesar 0,703 atau 70,3%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh produk tabungan seulanga dan

kepercayaan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah sebesar 70,3%. Sedangkan sisanya yaitu 0,297 atau 29,7%. ditentukan oleh variabel-variabel lain Religiusitas, Promosi, Kualitas Produk, dan pengetahuan yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Destika, 2016, Ali (2015), Yohana (2014), dan Rahma (2017).



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh produk tabungan seulanga dan kepercayaan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah yang khusus menggunakan tabungan seulanga maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk tabungan seulanga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Sehingga semakin banyak poin dan hadiah yang berikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,153 > 1,984$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,034 < 0,05$. Dengan demikian H_{a1} terbukti.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Sehingga semakin tinggi tingkat empati yang diberikan oleh bank syariah maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Hasil

ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $9,470 > 1,984$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ Dengan demikian H_{a2} terbukti.

3. Produk tabungan seulanga dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Oleh sebab itu bank Aceh syariah pada saat ini sudah dapat melayani nasabah sesuai standar yang sudah ditentukan. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik F, di mana F hitung lebih besar dari pada F tabel yaitu F hitung ($114,574$) $>$ F tabel ($3,09$) Dengan demikian H_{a3} terbukti. Namun bukan hanya produk tabungan seulanga dan kepercayaan yang mempengaruhi minat nasabah menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah, akan tetapi deposito juga berperan penting dalam meningkatkan minat nasabah menabung dengan menawarkan nisbah bagi hasil yang lebih menarik.

5.2 Saran

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan masukan pihak manajemen PT. Bank Aceh Syariah guna meningkatkan suatu produk melalui tingkat kepercayaan, dengan melayani nasabah sesuai standar yang sudah ditentukan serta memberikan poin yang banyak dan hadiah

yang menarik, sehingga nasabah dapat menyukai produk tersebut dan pencapaian prestasi perusahaan serta keuntungan yang diperoleh menjadi lebih baik dengan memperhatikan faktor keefektifan, jaminan, akses, rasa empati yang tinggi terhadap nasabah, dan pelayanan yang baik. Faktor-faktor tersebut mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah menabung.

2. Bagi Akademis dapat digunakan untuk menambah sumbangsih dalam pemikiran perbankan syariah sebagai bahan pertimbangan dan informasi dalam kajian yang berkaitan dengan penelitian ini serta menambah kepustakaan di bidang perbankan syariah khususnya tentang minat nasabah serta dapat dijadikan bahan bacaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan dan menjadikan penelitian ini sebagai bahan acuan dan referensi dalam penelitian sejenis dengan menambah variabel lain seperti promosi, produk, regulitas, dan citra bank. Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, terutama pada bahasan penelitian variabel produk tabungan seulanga dan kepercayaan terhadap minat nasabah menabung sehingga masih banyak kajian yang belum diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Terjemahan Departemen Agama RI.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press
- Adji, Jennifer dan Hatane Semuel. 2014. "Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 2(1): 1-10.
- Akbar dan Parvez. 2009. *Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction Loyalty*. *ABAC Journal*, 29(1): 24-38
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- . 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barnes, dan James. 2003. *Secrets Of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: ANDI.
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Brosur PT. Bank Aceh Syariah.
- Burhan, Bungin. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bellani, Rahma. 2017. Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. *Skripsi* : UIN Syarif Hidayatullah.

- Crow. 2011. *Psikologi Belajar*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Dewi, Ayu Nurtika. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung. Studi Kasus Pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean.
- Didin, Hafidhuddin dan Hendri Tanjung. 2003, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Danang, Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Fandy, Tjiptono. 2006. *Manajemen jasa, Edisi Kedua*. Yogyakarta: ANDI.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 22*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Hariwijaya, 2008. *Proposal Dan Skripsi*. Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Hariwijaya. 2008. *Proposal Dan Skripsi*. Yogyakarta: Tugu Publisher
- Hansen dan Mowen. (2001). *Manajemen Biaya*. (Diterjemahkan oleh: Benyamin Molan). Jakarta: Salemba Empat
- Isretno, Evita. 2011. *Pembiayaan Mudharabah Dalam Sistem Perbankan Syariah*. Jakarta: Cintya Press.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

- Ismanto. 2009. *Manajemen Syariah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kurniawan. 2013. *Metode Riset Untuk Ekonomi&Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Luppioyadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori Dalam Praktik)*. Jakarta: Salemba Empat
- Mahmudi, Ali. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di Baitul Mal wa tamwil Tumang Cabang Salatiga. *Skripsi*: IAIN Salatiga
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi dengan Contoh-Contoh Aplikasi Proposal Penelitian dan Laporan)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Maulana, Ibnu. 2012. Analisis Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dampaknya Untuk Meningkatkan Minat Menabung Nasabah. *Tesis*: Universitas Diponegoro Semarang.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. (2013). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Prasetyo dan Jannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Primasari, Destika. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan iB Hasanah Terhadap

Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Unggaran. *Skripsi*: IAIN Salatiga.

- Priadana dan Muis. 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rosady, Ruslan. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Cetakan Ke 5, Jakarta: Raja grafindo Persada.
- Remy, Sultan. 2014. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Simorangkir. 2004. *Pengantar Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah. 2005. *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supardi. 2006. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika, Terapan: Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Edisi 1 Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- . 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*. Cetakan Ke 17, Bandung: Alfabeta.
- Setyawan, Yohana Nesya dan Edwin Japarinto. 2014. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. *Journal : Manajemen Pemasaran*. 2(1): 2-3

- Santoso, Singgi. 2010. *Statistik Non Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT.Elex Media komputindo.
- Syah. 2004. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: PT Remaja
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
- Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian*, Jakarta: Salemba Empat.
- Umiyati, Darma dan Haryadi. (2015).
- Tika. 2006. *Budaya Organisasi Dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Trisnadi, Dedy dan Ngadino Surip. 2013. Pengaruh Kualitas produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kmebali di Cimb Niaga (Studi Kasus PT Bank Cimb Niaga TBK Bintaro) *Skripsi: Manajemen* 6(3): 358
- Tukiran Taniredja. dan Hidayati Mustafidah. 2012, *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*. Bandung: Alfabeta.
- Toto, Tasman. 2002. *Membudayakan Etos Kerja Islam*. Jakarta: Gema Insani Press
- Wardani. 2013. Pengaruh Kepercayaan dan Fasilitas Bank terhadap Perilaku Menabung (Studi Pada Nasabah Bank Purworejo). *Journal: Ekonomi*. 9(2): 11-12

www.ojk.co.id

www.bankaceh.co.id/

1. Lampiran Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Responden Yth,

Saya Nadia Melva Fitria (140603042), Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry. Kuesioner ini disusun dalam rangka penelitian sebagai syarat kelulusan yang mengenai tentang **“Pengaruh Produk Tabungan Seulanga dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah”**. Mengingat pentingnya data ini, saya mengharapkan kepada Saudara (i) untuk dapat mengisi dengan lengkap sesuai kondisi yang sebenarnya. Jawaban yang Saudara (i) berikan hanya digunakan untuk penelitian dan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan waktunya saya ucapkan terima kasih.

Berilah tanda (√) pada kotak yang sesuai dengan pilihan anda.

Bagian I : Karakteristik Responden

Nama :(boleh dikosongkan)

- 1) Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan
- 2) Umur : < 16 tahun
 16 – 25 tahun
 26 – 35 tahun
 > 45 tahun

- 3) Pendidikan Terakhir : SD
 SMP
 SMA sederajat
 Akademi/Diploma
 Sarjana/S1
 Pascasarjana
- 4) Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
 Pegawai Negeri
 Wiraswasta
 Petani/Pedagang/Pengusaha
 Karyawan Swasta
 Ibu Rumah Tangga
 Lainnya (*sebutkan*).....
- 5) Pendapatan perbulan : < Rp. 500.000,.
 Rp. 500.000,. – Rp. 2.500.000,.
 Rp. 2.500.000,. – Rp. 4.500.000,.
 Rp. 4.500.000,. – Rp. 6.500.000,.
 Rp. 6.500.000,. – Rp. 8.500.000,.
 > Rp. 8.500.000,.
- 6) Agama : Islam Hindu
 Kristen Budha
 Konghcu

Bagian II : Tanggapan Responden

Pertanyaan pada bagian II yaitu pernyataan yang berkaitan dengan pengaruh produk tabungan seulanga dan kepercayaan terhadap minat menabung pasca konversi yang anda rasakan. Oleh karena itu, dimohon untuk Saudara (i) untuk memberikan tanda

centang (√) pada salah satu kolom jawaban yang sesuai dengan pilihan anda. Keterangan untuk skala dalam kuesioner, yaitu:

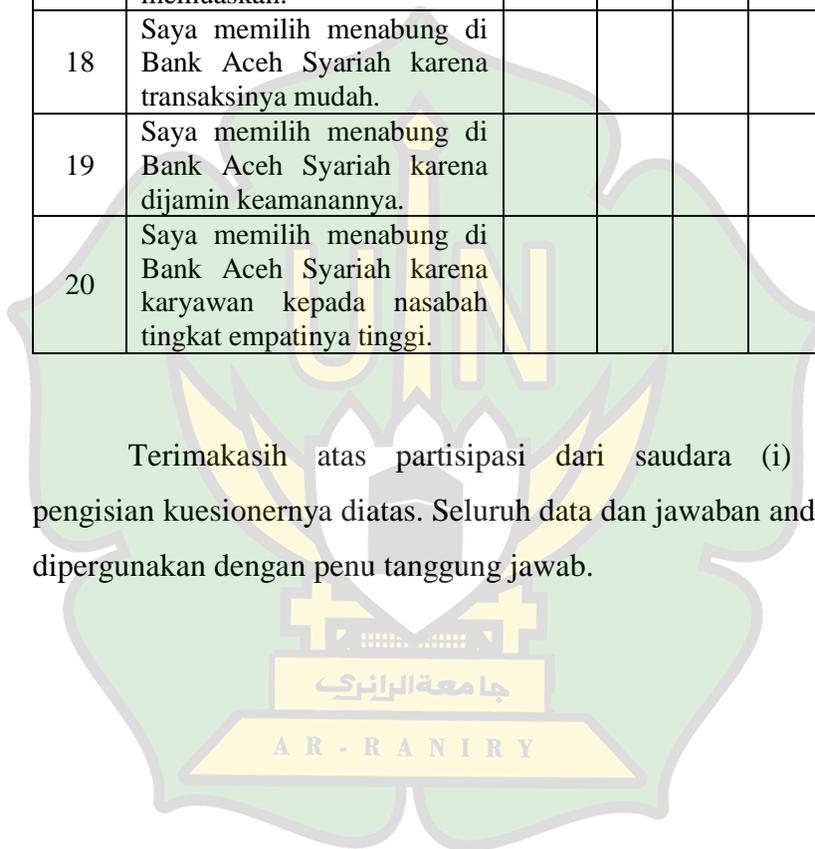
1. Sangat Tidak Setuju (STS) skor = 1
2. Tidak Setuju (TS) skor = 2
3. Kurang setuju (KS) skor = 3
4. Setuju (S) skor = 4
5. Sangat Setuju (SS) skor = 5

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Produk Tabungan (X₁)						
1	Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah sesuai dengan saldo tabungan dan kebutuhan nasabah.					
2	Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah terjamin keamanannya.					
3	Poin produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah ditukarkan dalam bentuk hadiah menarik dan beragam					
4	Poin Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah tidak ada pada produk-produk tabungan lainnya.....					
5	Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah sangat menguntungkan nasabah					
6	Poin Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah sesuai dengan tingkatan saldo nasabah					
Kepercayaan (X₂)						
7	Pelayanan yang diberikan karyawan menumbuhkan kepercayaan nasabah untuk menabung di bank aceh syariah					
8	Rasa aman menabung di Bank Aceh syariah					

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Kepercayaan (X₂)						
9	Produk yang ditawarkan Bank Aceh syariah sesuai kebutuhan nasabah					
10	Siap menerima risiko dan konsekuensi negatif yang mungkin terjadi dalam transaksi Bank Aceh syariah.					
11	Jika terdapat keluhan saya segera melapor kepada pegawai Bank Aceh syariah					
12	Kemudahan dalam bertransaksi di Bank Aceh syariah					
13	Saya bersedia mengikuti saran atau permintaan yang diberikan customer service dalam proses awal menabung					
Minat Menabung (Y)						
14	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena bagi hasil tinggi yang menguntungkan bagi saya.					
15	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena produk tabungan sesuai syariah.					
16	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah tanpa ada paksaan dari pihak lain.					

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Minat Menabung (Y)						
17	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena pelayanan yang baik dan memuaskan.					
18	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena transaksinya mudah.					
19	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena dijamin keamanannya.					
20	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena karyawan kepada nasabah tingkat empatinya tinggi.					

Terimakasih atas partisipasi dari saudara (i) dalam pengisian kuesionernya diatas. Seluruh data dan jawaban anda akan dipergunakan dengan penu tanggung jawab.



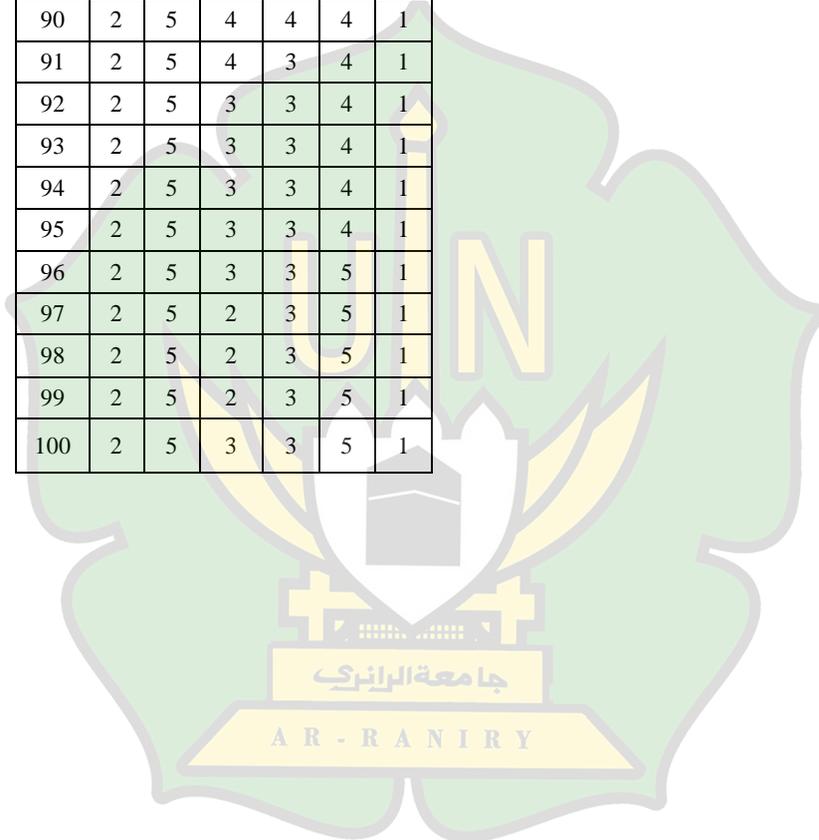
2. Lampiran Tabulasi

No	Karakteristik Responden					
	1	2	3	4	5	6
1	1	2	5	4	3	1
2	1	4	1	3	5	1
3	1	5	1	3	5	1
4	1	4	1	3	5	1
5	1	2	2	3	5	2
6	1	2	3	1	1	1
7	1	2	3	1	1	1
8	1	3	2	3	5	1
9	1	3	2	6	5	2
10	1	3	4	4	3	2
11	1	3	5	3	5	2
12	1	3	2	5	3	1
13	1	3	2	5	2	2
14	1	3	3	5	2	1
15	1	3	5	5	3	2
16	1	3	3	5	2	2
17	1	3	5	2	2	1
18	1	3	5	3	5	2
19	1	3	5	6	5	2
20	1	3	5	3	5	1
21	1	3	5	6	5	1
22	1	3	5	3	5	1
23	1	3	5	3	5	1
24	1	3	5	6	5	1
25	1	3	5	3	5	1
26	1	3	5	3	5	1
27	1	3	5	6	5	1
28	1	2	5	2	2	1

No	Karakteristik Responden					
	1	2	3	4	5	6
29	1	2	5	2	2	1
30	1	4	5	7	5	2
31	1	4	5	7	5	1
32	1	4	5	7	5	1
33	1	4	5	7	5	1
34	1	4	4	3	5	1
35	1	4	4	3	5	2
36	1	4	4	4	4	1
37	1	4	4	4	3	1
38	1	4	6	4	5	1
39	1	4	6	4	5	2
40	1	4	4	7	5	2
41	1	4	4	7	5	2
42	1	4	3	3	5	1
43	1	4	3	3	5	1
44	1	4	3	3	4	1
45	1	4	3	7	5	1
46	1	4	3	7	4	1
47	1	4	3	7	5	1
48	2	4	3	6	5	1
49	2	4	3	6	5	1
50	2	4	3	6	5	1
51	2	4	3	6	5	1
52	2	4	5	3	5	1
53	2	4	5	3	5	1
54	2	4	5	3	5	1
55	2	4	5	3	5	1
56	2	4	5	3	5	1
57	2	4	6	7	5	1

No	Karakteristik Responden					
	1	2	3	4	5	6
58	2	4	6	7	5	1
59	2	4	6	7	5	1
60	2	4	6	7	5	1
61	2	4	6	7	5	1
62	2	4	2	7	3	1
63	2	4	2	7	3	1
64	2	5	2	3	4	1
65	2	5	2	7	4	1
66	2	5	2	7	4	1
67	2	5	4	4	4	1
68	2	5	4	4	3	1
69	2	2	3	1	1	1
70	2	5	4	4	3	1
71	2	5	5	3	5	1
72	2	5	5	3	5	1
73	2	5	5	3	5	1
74	2	5	5	3	4	1
75	2	5	3	3	3	1
76	2	5	3	3	4	1
77	2	5	3	3	3	1
78	2	5	3	3	4	1
79	2	5	3	3	5	1
80	2	5	3	3	5	1
81	2	5	3	3	5	1
82	2	5	4	3	3	1
83	2	5	4	3	3	1
84	2	5	4	3	5	1
85	2	5	4	7	5	1
86	2	5	4	4	4	1

No	Karakteristik Responden					
	1	2	3	4	5	6
87	2	5	4	4	4	1
88	2	5	4	4	4	1
89	2	5	4	4	4	1
90	2	5	4	4	4	1
91	2	5	4	3	4	1
92	2	5	3	3	4	1
93	2	5	3	3	4	1
94	2	5	3	3	4	1
95	2	5	3	3	4	1
96	2	5	3	3	5	1
97	2	5	2	3	5	1
98	2	5	2	3	5	1
99	2	5	2	3	5	1
100	2	5	3	3	5	1



No	X1						X2							Y						
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1	4	4	4	3	5	5	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
2	4	4	3	3	3	1	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	3
3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
5	5	4	4	5	5	3	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3
6	4	4	4	3	4	3	5	5	4	4	3	3	3	4	4	3	5	3	4	4
7	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5
8	4	5	4	5	4	4	4	2	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4
9	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
10	5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5
11	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
12	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
13	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
14	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4
15	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4
16	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
17	5	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
18	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	2	3	1	1	2	1	1	1	3	2
19	4	5	4	2	3	5	5	5	4	1	2	4	3	5	4	3	4	2	2	1
20	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	2	5	4	3	4	5	4	5	4
21	3	4	5	3	4	5	3	4	5	2	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4
22	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	2	5	5	1	4	4
23	4	5	5	5	3	5	4	2	5	5	4	5	4	5	4	2	4	5	3	5
24	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2	2	5	3
25	5	4	5	4	4	4	2	4	3	4	5	4	1	2	4	5	4	5	2	3
26	2	4	2	3	4	2	5	3	3	4	2	5	4	4	5	4	5	2	4	5
27	5	4	5	4	3	3	5	5	2	4	2	4	4	4	1	1	5	1	5	5
28	5	4	5	4	3	4	5	4	1	5	1	5	2	4	1	4	5	4	5	1
29	4	4	3	3	2	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3
30	5	4	5	4	1	4	5	1	4	5	1	5	1	5	1	1	4	1	4	1

No	X1						X2							Y						
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
31	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5
32	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
33	2	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4
34	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
35	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	2	4	4	4	3	4	5	4
36	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5
37	4	4	5	5	3	4	3	4	3	3	4	4	5	3	2	5	2	4	4	1
38	3	4	4	3	4	3	3	4	1	5	2	3	5	2	3	3	2	2	4	2
39	3	4	3	2	3	3	4	2	3	4	4	2	3	4	1	2	3	3	2	5
40	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	2	3	3	4	3
41	4	4	3	3	2	4	5	4	4	4	2	4	5	4	5	3	4	3	4	3
42	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	4	3
43	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5
44	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
45	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
46	4	3	5	5	4	5	5	4	2	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5
47	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5
48	4	3	5	3	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4
49	4	4	5	3	4	5	5	4	2	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	5
50	3	4	3	2	5	4	3	5	3	4	1	4	4	3	2	4	2	4	3	2
51	4	2	3	2	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5
52	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	2	4	4	3	4	5	5	3	4
53	3	3	4	4	5	5	2	3	3	3	4	4	4	4	4	1	3	3	2	5
54	1	3	3	4	5	3	2	3	3	3	4	2	3	3	2	5	5	3	2	2
55	5	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	3	5	4	5	5	4	4	5	2
56	4	4	3	4	4	4	5	2	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4
57	4	4	4	5	5	5	4	5	5	1	5	4	4	4	4	3	5	2	2	5
58	5	1	1	1	2	2	1	3	1	4	4	2	1	1	4	3	3	2	2	4
59	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5
60	4	5	4	5	5	5	5	1	5	5	1	2	3	2	4	3	5	4	3	5

No	X1						X2							Y						
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
61	5	4	5	5	5	2	4	3	5	5	4	4	4	4	4	2	3	5	5	5
62	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	3	3	4	5	4	5	5
63	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	3	3	5	4	5
64	5	5	4	4	3	5	5	3	4	4	5	5	1	2	1	4	5	4	3	5
65	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4
66	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	2	5	4	5	5	4	4	3
67	5	4	5	5	1	3	1	4	3	1	5	2	3	3	1	5	1	1	4	5
68	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	1	4	4	5	4	4	4	4
69	5	4	5	5	3	4	4	5	3	5	3	4	2	1	5	1	4	4	5	5
70	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5
71	4	5	4	5	5	5	4	1	3	4	5	4	5	4	4	4	4	1	4	3
72	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	3	5
73	4	5	3	4	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	5	4	3	4	5	4
74	5	4	5	4	5	5	4	3	2	5	4	4	2	4	5	4	3	4	5	1
75	5	4	3	4	5	5	5	3	4	2	5	5	4	4	4	5	2	5	4	5
76	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5
77	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	3	4	5	4	5	4	5	4
78	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	4
79	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	5
80	4	5	5	4	5	2	4	2	3	4	5	2	1	4	3	3	5	2	5	5
81	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4
82	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	5	5	5	4	5	4	5	4
83	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	3	4	5	3	4	2	4	4	5
84	4	5	4	5	1	1	4	4	2	5	1	5	3	2	2	4	3	5	4	4
85	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	3	2	4	5	5
86	5	5	4	5	4	1	4	4	3	2	4	3	5	5	3	2	4	5	3	4
87	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	3	4	4	2
88	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5
89	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4
90	5	5	5	5	5	4	2	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5

No	X1						X2							Y							
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	
91	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
92	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	2	4	5	4	5	5	3	4	5	5	5
93	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	5	4	1	1
94	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	3	3
96	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4
97	5	5	5	2	4	5	1	5	2	5	4	2	4	5	4	5	4	1	1	5	5
98	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5
99	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	2	4	5	4	4
100	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	1	1	1	3	3



3. Lampiran Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid LAKI-LAKI	47	47,0	47,0	47,0
Valid PEREMPUAN	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 16-25 th	7	7,0	7,0	7,0
Valid 26-35 th	20	20,0	20,0	27,0
Valid 36-45 th	36	36,0	36,0	63,0
Valid > 45 th	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	3	3,0	3,0	3,0
Valid SMP	13	13,0	13,0	16,0
Valid SMA	28	28,0	28,0	44,0
Valid AKADEMI/ DIPLOMA	20	20,0	20,0	64,0
Valid SARJANA/S1	29	29,0	29,0	93,0
Valid PASCA SARJANA	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PELAJAR	3	3,0	3,0	3,0
PNS	3	3,0	3,0	6,0
PETANI/ PEDAGANG/ PENGUSAHA	47	47,0	47,0	53,0
Valid KARYAWAN SWASTA	14	14,0	14,0	67,0
IRT	5	5,0	5,0	72,0
SWASTA	9	9,0	9,0	81,0
LAINNYA	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rp.500.000- Rp.2.500.000	3	3,0	3,0	3,0
Rp.2.500.000- Rp.4.500.000	6	6,0	6,0	9,0
Valid Rp.4.500.000- Rp.6.500.000	13	13,0	13,0	22,0
Rp.6.500.000- Rp.8.500.000	20	20,0	20,0	42,0
>Rp.8.500.000	58	58,0	58,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Agama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ISLAM	86	86,0	86,0	86,0
KRISTEN	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

4. Lampiran Tanggapan Responden

Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah sesuai dengan saldo tabungan dan kebutuhan nasabah.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	1	1,0	1,0	1,0
2,00	3	3,0	3,0	4,0
3,00	6	6,0	6,0	10,0
4,00	53	53,0	53,0	63,0
5,00	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah terjamin keamanannya.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	2	2,0	2,0	2,0
2,00	2	2,0	2,0	4,0
3,00	5	5,0	5,0	9,0
4,00	50	50,0	50,0	59,0
5,00	41	41,0	41,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Poin produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah ditukarkan dalam bentuk hadiah menarik dan beragam

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	2	2,0	2,0	2,0
2,00	2	2,0	2,0	4,0
3,00	11	11,0	11,0	15,0
4,00	42	42,0	42,0	57,0
5,00	43	43,0	43,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Poin Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah tidak ada pada produk-produk tabungan lainnya.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	2	2,0	2,0	2,0
2,00	6	6,0	6,0	8,0
3,00	14	14,0	14,0	22,0
4,00	38	38,0	38,0	60,0
5,00	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah sangat menguntungkan nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	4	4,0	4,0	4,0
2,00	4	4,0	4,0	8,0
3,00	13	13,0	13,0	21,0
4,00	42	42,0	42,0	63,0
5,00	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Poin Produk tabungan seulanga Bank Aceh Syariah sesuai dengan tingkatan saldo nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	4	4,0	4,0	4,0
2,00	7	7,0	7,0	11,0
3,00	10	10,0	10,0	21,0
4,00	31	31,0	31,0	52,0
5,00	48	48,0	48,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pelayanan yang diberikan karyawan menumbuhkan kepercayaan nasabah untuk menabung di bank aceh syariah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	5	5,0	5,0	5,0
2,00	4	4,0	4,0	9,0
3,00	11	11,0	11,0	20,0
4,00	49	49,0	49,0	69,0
5,00	31	31,0	31,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Rasa aman menabung di Bank Aceh syariah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	5	5,0	5,0	5,0
2,00	5	5,0	5,0	10,0
3,00	15	15,0	15,0	25,0
4,00	40	40,0	40,0	65,0
5,00	35	35,0	35,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Produk yang ditawarkan Bank Aceh syariah sesuai kebutuhan nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	4	4,0	4,0	4,0
2,00	6	6,0	6,0	10,0
3,00	18	18,0	18,0	28,0
4,00	43	43,0	43,0	71,0
5,00	29	29,0	29,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Siap menerima risiko dan konsekuensi negatif yang mungkin terjadi dalam transaksi Bank Aceh syariah.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	3	3,0	3,0	3,0
2,00	5	5,0	5,0	8,0
3,00	18	18,0	18,0	26,0
4,00	48	48,0	48,0	74,0
5,00	26	26,0	26,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Jika terdapat keluhan saya segera melapor kepada pegawai
Bank Aceh syariah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	6	6,0	6,0	6,0
2,00	9	9,0	9,0	15,0
3,00	11	11,0	11,0	26,0
4,00	50	50,0	50,0	76,0
5,00	24	24,0	24,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Kemudahan dalam bertransaksi di Bank Aceh syariah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	1	1,0	1,0	1,0
2,00	10	10,0	10,0	11,0
3,00	15	15,0	15,0	26,0
4,00	41	41,0	41,0	67,0
5,00	33	33,0	33,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Saya bersedia mengikuti saran atau permintaan yang diberikan customer service dalam proses awal menabung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	8	8,0	8,0	8,0
2,00	5	5,0	5,0	13,0
3,00	14	14,0	14,0	27,0
4,00	50	50,0	50,0	77,0
5,00	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena bagi hasil tinggi yang menguntungkan bagi saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	3	3,0	3,0	3,0
2,00	9	9,0	9,0	12,0
3,00	7	7,0	7,0	19,0
4,00	52	52,0	52,0	71,0
5,00	29	29,0	29,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena produk tabungan sesuai syariah.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	6	6,0	6,0	6,0
2,00	8	8,0	8,0	14,0
3,00	12	12,0	12,0	26,0
4,00	35	35,0	35,0	61,0
5,00	39	39,0	39,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah tanpa ada paksaan dari pihak lain.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	6	6,0	6,0	6,0
2,00	7	7,0	7,0	13,0
3,00	13	13,0	13,0	26,0
4,00	52	52,0	52,0	78,0
5,00	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena pelayanan yang baik dan memuaskan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	3	3,0	3,0	3,0
2,00	8	8,0	8,0	11,0
3,00	16	16,0	16,0	27,0
4,00	36	36,0	36,0	63,0
5,00	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena transaksinya mudah.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	8	8,0	8,0	8,0
2,00	7	7,0	7,0	15,0
3,00	14	14,0	14,0	29,0
4,00	53	53,0	53,0	82,0
5,00	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena dijamin keamanannya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,0	1,0	1,0
2,00	7	7,0	7,0	8,0
3,00	13	13,0	13,0	21,0
4,00	47	47,0	47,0	68,0
5,00	32	32,0	32,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena karyawan kepada nasabah tingkat empatnya tinggi.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	6	6,0	6,0	6,0
2,00	6	6,0	6,0	12,0
3,00	12	12,0	12,0	24,0
4,00	33	33,0	33,0	57,0
5,00	43	43,0	43,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

5. Lampiran Uji Validitas

		Correlations						Total_
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1
x1.1	Pearson Correlation	1	,149	,422**	,190	,002	,063	,413**
	Sig. (2-tailed)		,138	,000	,059	,988	,530	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	,149	1	,447**	,582**	,343**	,393**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,138		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	,422**	,447**	1	,523**	,276**	,392**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,005	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.4	Pearson Correlation	,190	,582**	,523**	1	,301**	,280**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,059	,000	,000		,002	,005	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.5	Pearson Correlation	,002	,343**	,276**	,301**	1	,456**	,633**
	Sig. (2-tailed)	,988	,000	,005	,002		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.6	Pearson Correlation	,063	,393**	,392**	,280**	,456**	1	,693**
	Sig. (2-tailed)	,530	,000	,000	,005	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_x1	Pearson Correlation	,413**	,725**	,756**	,725**	,633**	,693**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	total_ x2
x2.1 Pearson Correlation	1	,183	,323**	,215*	-,015	,339**	,189	,576**
Sig. (2- tailed)		,069	,001	,032	,880	,001	,060	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.2 Pearson Correlation	,183	1	,167	-,045	,178	,216*	,327**	,547**
Sig. (2- tailed)	,069		,097	,658	,077	,031	,001	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.3 Pearson Correlation	,323*	,167	1	,016	,303**	,311**	,314**	,643**
Sig. (2- tailed)	,001	,097		,873	,002	,002	,001	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.4 Pearson Correlation	,215*	-,045	,016	1	-,073	,187	,069	,334**
Sig. (2- tailed)	,032	,658	,873		,473	,062	,495	,001
N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.5 Pearson Correlation	-,015	,178	,303**	-,073	1	,119	,159	,458**
Sig. (2- tailed)	,880	,077	,002	,473		,237	,115	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.6 Pearson Correlation	,339*	,216*	,311**	,187	,119	1	,227*	,619**
Sig. (2- tailed)	,001	,031	,002	,062	,237		,023	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.7 Pearson Correlation	,189	,327**	,314**	,069	,159	,227*	1	,618**
Sig. (2- tailed)	,060	,001	,001	,495	,115	,023		,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
total_ x2 Pearson Correlation	,576*	,547**	,643**	,334**	,458**	,619**	,618**	1
Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	total_Y
y1	Pearson Correlation	1	,350**	,237*	,265**	,113	,179	,175	,565**
	Sig. (2-tailed)		,000	,018	,008	,264	,075	,082	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y2	Pearson Correlation	,350**	1	,287**	,241*	,387**	,285**	,268**	,715**
	Sig. (2-tailed)	,000		,004	,016	,000	,004	,007	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y3	Pearson Correlation	,237*	,287**	1	,206*	,277**	,120	,010	,530**
	Sig. (2-tailed)	,018	,004		,039	,005	,235	,921	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y4	Pearson Correlation	,265**	,241*	,206*	1	,186	,116	,238*	,561**
	Sig. (2-tailed)	,008	,016	,039		,063	,252	,017	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y5	Pearson Correlation	,113	,387**	,277**	,186	1	,279**	,224*	,622**
	Sig. (2-tailed)	,264	,000	,005	,063		,005	,025	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y6	Pearson Correlation	,179	,285**	,120	,116	,279**	1	,115	,491**
	Sig. (2-tailed)	,075	,004	,235	,252	,005		,256	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y7	Pearson Correlation	,175	,268**	,010	,238*	,224*	,115	1	,526**
	Sig. (2-tailed)	,082	,007	,921	,017	,025	,256		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
total_Y	Pearson Correlation	,565**	,715**	,530**	,561**	,622**	,491**	,526**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

6. Lampiran Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,738	,740	6

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,602	,600	7

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

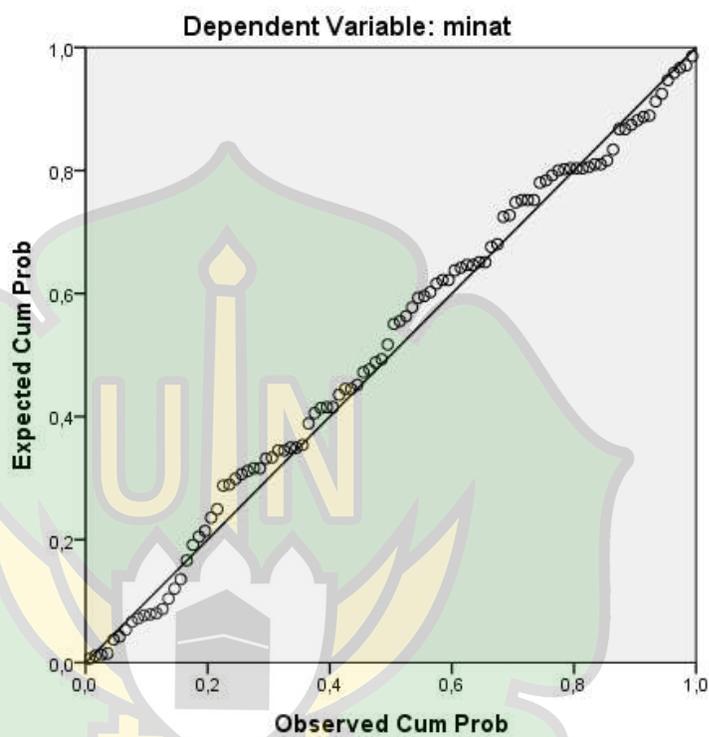
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,662	,660	7

7. Lampiran Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,34789621
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,045
	Negative	-,066
Test Statistic		,066
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.

8. Lampiran Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,346	1,786			
produk tabungan	,191	,089	,163	,533	1,876
kepercayaan	,781	,082	,718	,533	1,876

a. Dependent Variable: minat

9. Lampiran Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,973	1,013		4,909	,000
produk tabungan	-,032	,050	-,085	-,642	,523
kepercayaan	-,084	,047	-,239	-1,805	,074

a. Dependent Variable: abs_res

10. Lampiran Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	1,346	1,786	
produk tabungan	,191	,089	,163
kepercayaan	,781	,082	,718

a. Dependent Variable: minat

11. Lampiran Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1289,251	2	644,625	114,574	,000 ^b
	Residual	545,749	97	5,626		
	Total	1835,000	99			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), kepercayaan, produk tabungan

12. Lampiran Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,346	1,786		,754	,453
produk tabungan	,191	,089	,163	2,153	,034
Kepercayaan	,781	,082	,718	9,470	,000

a. Dependent Variable: minat

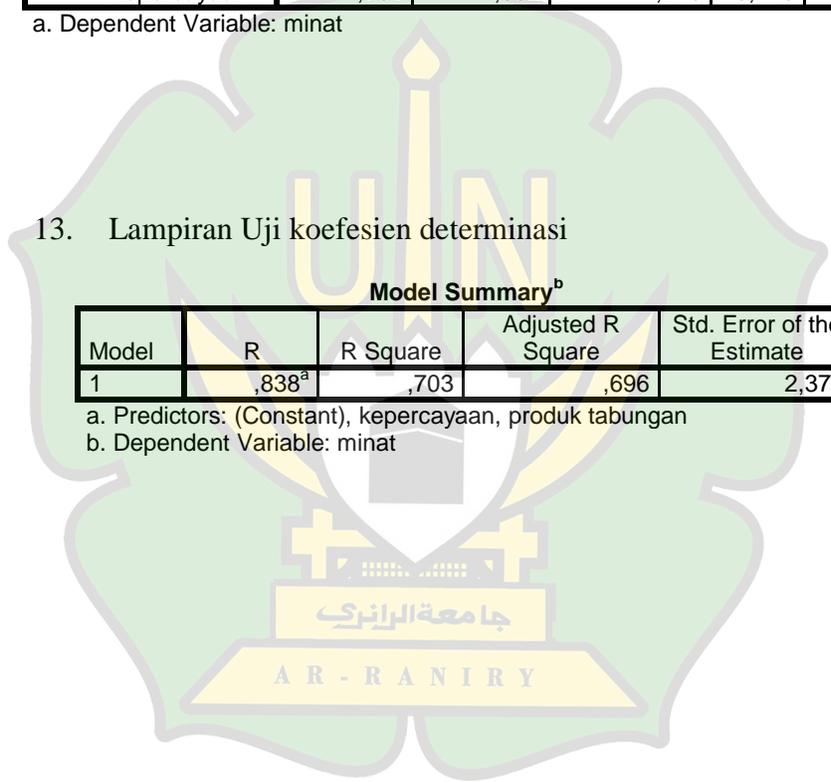
13. Lampiran Uji koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,838 ^a	,703	,696	2,372

a. Predictors: (Constant), kepercayaan, produk tabungan

b. Dependent Variable: minat



14. Lampiran r tabel

df=(N2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.025	0.01	0.005	0.0005	
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226

15. Lampiran F tabel untuk probabilita = 0,05

Titik persentase distribusi F untuk probabilita = 0,05						
df untuk Penyebut (N2)	Df untuk pembilang (N2)					
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	1.89
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	1.89
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	1.89
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	1.89
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	1.89
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	1.89
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	1.89
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	1.88
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	1.88
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	1.88
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	1.88
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	1.88
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	1.88
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	1.88
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	1.88
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	1.88
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	1.88
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	1.88
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	1.88
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	1.87
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	1.87
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	1.87
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	1.87
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	1.87
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	1.87
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	1.87
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	1.87
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	1.87
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	1.87
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	1.87
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	1.87
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	1.87
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	1.87
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	1.86
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	1.86
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	1.86
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	1.86
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	1.86
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	1.86
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	1.86
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	1.86
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	1.86

16. Lampiran t tabel

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782

17. Lampiran Dokumentasi wawancara dengan karyawan Bank Aceh syariah



18. Surat Permohonan Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
 Site : <http://fekiuii.ar-raniry.ac.id>

Nomor : /p25/Un.08/FEBI.1/TL.00/12/2018

04 Desember 2018

Perihal : Permohonan kesediaan memberikan
 data dan wawancara

Kepada Yth.

Direksi PT. Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Banda Aceh.

di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
 Dengan Hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan ini menerangkan bahwa yang namanya tersebut di bawah ini:

Nama : Nadia Melva Fitria
 NIM : 140903042
 Prodi : Perbankan Syariah
 Semester : IX (Sembilan) T.A. 2018 / 2019.

adalah benar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang sedang menyusun Proposal Skripsi dengan judul: Pengaruh Produk Tabungan Seulanga dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi Pada Bank Aceh Syariah.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat membantu memberikan data-data serta penyelesaian yang diperlukan sesuai dengan judul tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

AR - RANIRY

Wassalam
 a.n. Dekan
 Wakil Dekan I


 Hatas Furgani



Nomor
Lampiran

ACB/039/020XII/2018

Banda Aceh, 10 Desember 2018

Kepada Yth.

1. Pemimpin Divisi Produk dan Layanan PT. Bank Aceh Syariah
2. Pemimpin Kantor Pusat Operasional PT. Bank Aceh Syariah
3. Pemimpin PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh

di-

Tempat

Perihal: Bantuan Pengambilan Data Wawancara

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Salah seorang dosen semoga kita semas dalam keadaan sehat walafiat dan mendapatkan perlindungan dari Allah SWT.

Sehubungan dengan surat dari Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh Nomor 4288/UJ.03/FEBI.1/TL.0012/2018 tanggal 04 Desember 2018 perihal Permohonan Koneksi Memberikan Data dan Wawancara, dengan ini disampaikan sebagai berikut:

Nama : Nadia Melva Firda
 NIM : 140603042
 Prodi : Perbankan Syariah
 Judul : "Pengaruh Produk Tabungas Sevlanga dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah"

Untuk melakukan Pengambilan Data dan Wawancara pada PT. Bank Aceh Syariah dalam rangka menyelesaikan Skripsi.

Berkaitan dengan hal tersebut diatas diharapkan untuk membantu Mahasiswa tersebut dalam pengumpulan data tersebut dengan tetap menjaga kerahasiaan Bank.

Pertanyaan Laporan Penelitian tersebut tetap tidak dicantumkan nama dan logo PT. Bank Aceh Syariah, dan sebagai pengganti nama Bank dapat diartikan (contoh Bank X).

Demikian disampaikan untuk dapat difahami, dan terima kasih.
 Wassalamualaikum, Wr. Wb.

PT. BANK ACEH SYARIAH
 DIVISI SUMBER DAYA INSAANI

جامعة الرانيري
 AR - RANIRY

MUKHLIS THAHER
 PEMBAWA

Tembusan:

1. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
2. Mahasiswa yang bersangkutan



RIWAYAT HIDUP PENULIS

1. Nama Lengkap : Nadia Melva Fitria
2. Tempat / Tanggal Lahir : Batu Itam/ 10 Agustus 1996
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Kebangsaan : Indonesia
6. Status : Belum Kawin
7. Pekerjaan : Mahasiswi
8. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Surnadi (Alm.)
 - b. Ibu : Nila Wati
 - c. Pekerjaan : IRT
 - d. Alamat : Desa Batu Itam Kec. Tapaktuan Kab. Aceh Selatan
9. Riwayat Pendidikan
 - a. SD/MI : SDN Panjupian Tamat Tahun 2008
 - b. SMP/MTs : SMPN1 Tapaktuan Tamat Tahun 2011
 - c. SMA/MA : SMKN1 Tapaktuan Tamat Tahun 2014
 - d. Perguruan Tinggi : UIN- Arraniry

Banda Aceh, 21 Januari 2019

Penulis,

Nadia Melva Fitria