

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BANK BNI SYARIAH KCP
WONOMULYO**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Islam pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
TASLIM
NIM: 90100114015
ALAUDDIN
M A K A S S A R

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : TASLIM
Nim : 90100114015
Tempat/Tgl. Lahir : Tallo, 09 february 1994
Jur/Prodi/Konsentrasi : Ekonomi Islam
Fakultas/Program : EkonomidanBisnis Islam
Alamat : Jl. Mustafa Dg Bunga
Judul : Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap
Minat Menabung Di Bank BNI Syariah KCP
Pembantu Wonomulyo

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau di buat oleh orang lain, sebagian dan seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Samata, Oktober 2018

Penyusun

TASLIM

NIM: 90100114015



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I : Jl. Sultan Alauddin No. 63 Makassar ■ (0411) 864924, Fax. 864923
Kampus II : Jl. H.M. Yasin Limpo Romangpolong – Gowa. ■ 424835, Fax424836

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo”** yang disusun oleh **Tastim**, NIM: 90100114015, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Senin tanggal 25 Maret 2019, bertepatan dengan 18 Rabiul Awal 1440 H, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Islam.

Samata-Gowa, Maret 2019

18 Rabiul Awal 1440 H

DEWAN PENGUJI

Ketua : Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.
Sekertaris : Dr. H. Abdul Wahab, SE., M.Si
Munaqisy I : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
Munaqisy II : Jamaluddin M, SE., M.Si
Pembimbing I : Ismawati SE., M.Si
Pembimbing II : Mustafa Umar, S.Ag., M.Ag

Diketahui Oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
NIP. 19581022 198703 1 002



KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Allahumma shalli 'ala Muhammad Wa 'ala ali Muhammad

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan berkah dan limpahan rahmat serta hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dan salawat serta doa tercurahkan kepada Baginda Muhammad SAW umat beliau yang senantiasa istiqamah dalam menjalankan ajarannya kepada seluruh umatnya. Atas izin dan kehendak Allah SWT skripsi sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Skripsi ini berjudul "**Pengaruh Minat Masyarakat Menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo**" telah diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Penulis menyadari bahwa Banyak hambatan yang penulis temukan dalam penyusunan skripsi ini, terselesaikannya skripsi ini adalah atas izin Allah SWT sebagai pemegang kendali dan penulis sadar bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama, dari berbagai pihak dan sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi dan tidak lepas dari doa dan dukungan dari segenap keluarga besar penulis yang selalu percaya bahwa segala sesuatu yang dilakukan dengan ikhlas dan tulus akan membuahkan hasil yang indah.

Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta Ayahanda Suara dan Ibunda Marayama sebagai motivator yang selalu menyertai penulis dengan ketulusan doa dan restu serta dukungan moril tanpa henti kepada penulis untuk selalu optimis dan tetap semangat dalam menjalani kehidupan, yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang yang tak terhingga selamanya, terimah kasih mak,terimah kasih bapak.
2. Untuk Kakak ku yang tercinta dan terkasih, Aslam yang mengambil berat dalam soal pendidikan yang ku tempuh, yang memberikan semangat yang tiada hentinya, hanya ini yang bisa mewakili tanda sayang, dan rasa terima kasih yang tak terhingga, kupersembahkan karya kecil ini sebagai kado yang dapat membuat kalian tersenyum dan bangga dihari tua dan sebagai balasan atas dukungan kalian selama ini, terima kasih.
3. Untuk kaka salim, salmi, sukuria, marda kaden ku'din yang tiada henti mendoakan serta memberikan semangat kepada penulis untuk selalu sabar dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. Musafir Pababbari, M.Si, sebagai Rektor UIN Alauddin Makassar dan para Wakil Rektor serta seluruh jajarannya.
5. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dan para Wakil Dekan
6. Dr. Hj.Rahmawati.Muin, S.Ag.,M.Ag dan Thamrin Logawali S.Ag., M.Ag selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas segala kontribusi, bantuan dan bimbingannya selama ini.

7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
8. Ismawati, SE.,M.Si., selaku pembimbing I dan Mustofa Umar, S.Ag.,M.,Ag selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, petunjuk dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh Pegawai, Staf akademik, Staf perpustakaan, Staf jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
10. Terima kasih teman-teman seangkatan Ekonomi Islam 2014, angkatan kita yang tersolid dan terhebat semoga semuanya tidak terlupakan dan menjadi kenangan yang indah untuk dikenang nanti. Serta teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam A khususnya Wafiq Azizah, Asyira Ralwiadi, Ulil Amri, Midun Karim terima kasih dukungannya selama ini.
11. Untuk senior-senior, terima kasih masukan-masukannya dan terkhusus Fatmah, Haeria dan Muslihati yang selalu memberikan semangat yang tak henti.
12. Untuk teman-teman KKN Reguler Angkatan 58, khususnya posko Pattong-pattong dan Tonroa, Nur Azizah, Nurmila, Nur Idha Bahtiar, Ranga Birawa, Sudarmin, dan Hermansyah yang telah memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

13. Untuk sahabat ku Haslina, Lili Ira Rahman, Jusriana, Suriadi dan Adi Ramli yang selama ini selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis. Untuk kalian terimah kasih atas dukungan serta doanya selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan segenap kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi bertambahnya pengetahuan penulis. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya dan semoga kekurangan yang ada pada skripsi ini dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik di masa yang akan datang, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya pembaca pada umumnya.

Gowa, 22 Mei 2019

Penulis

TASLIM

NIM. 90100114015



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DFTAR TABEL.....	vi
ABSTRAK.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Hipotesis.....	9
D. Defenisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian.....	12
E. Kajian Pustaka.....	13
F. Tujuan dan Manfaat Penelitian	15
1. Tujuan.....	15
2. Manfaat.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Landasan teori.....	16
1. Theory of Reasoned Action.....	16
2. Teori Al Syatibi.....	17
B. Bank Syariah.....	18
C. Menabung.....	22
D. Minat.....	24
E. Promosi.....	26
F. Kualitas Pelayanan.....	29
G. Kerangka Pikir.....	33

BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Jenis dan Lokasi Penelitian.....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
C. Populasi dan Sampel.....	36
1. Populasi.....	36
2. Sampel.....	36
D. Metode Pengumpulan Data.....	37
E. Instrumen Penelitian.....	37
F. Uji Validasi dan Realibilitas.....	38
1. Validasi.....	38
2. Realibilitas.....	39
G. Teknik Pengolahan Data dan Analisis.....	39
1. Metode Analisis Deskriptif.....	40
2. Analisis Regresi Berganda.....	40
3. Uji asumsi klasik.....	41
4. Pengujian Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Sejarah berdirinya Bank BNI Syariah.....	44
B. Visi dan Misi Bank BNI Syariah.....	47
C. Struktur Organisasi.....	47
D. Produk Bank BNI Syariah.....	48
E. Data khusus.....	59
F. Deskriptif karakteristik responden.....	60
G. Analisis kualitas data.....	63
1. Uji kuisisioner.....	63
2. Analisis deskriptif.....	66
3. Uji asumsi klasik.....	71
4. Uji hipotesis.....	76
H. Pembahasan hasil penelitian.....	82
BAB V PENUTUP.....	87

A. Kesimpulan.	88
B. Implikasi Penelitian.....	89
DAFTAR PUSTAKA.	90
LAMPIRAN.....	94



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Hal
1.1	Penelitian Terdahulu.....	15
4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
4.4	Hasil Uji Validitas Promosi.....	60
4.5	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	61
4.6	Hasil Uji Validitas Minat Menabung.....	61
4.7	Hasil Uji Reabilitas.....	62
4.8	Rentang Skala Pembobotan Jawaban Responden.....	63
4.9	Frekuensi Item Variabel Promosi.....	64
4.10	Frekuensi Item Variabel Kualitas Pelayanan.....	66
4.11	Frekuensi Item Variabel Minat Menabung.....	67
4.12	Hasil Uji Normalitas.....	70
4.13	Hasil Uji Multikolinieritas.....	71
4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.15	Koefisien Regresi (X_1, X_2 Terhadap Y).....	74
4.16	Hasil Uji F.....	76
4.17	Hasil Uji T.....	77
4.18	Hasil Koefisien Determinasi.....	78

ABSTRAK

Nama : Taslim

Nim : 90100114015

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo

Pokok masalah penelitian ini adalah Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo. Pokok masalah tersebut selanjutnya di- *breakdown* ke dalam beberapa submasalah atau pertanyaan penelitian, yaitu: 1) Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap minat masyarakat menabung di Bank BNI Syariah kcp Wonomulyo. 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yang diambil yaitu tehnik sampling non probability. Adapun populasi penelitian ini adalah Nasabah Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo dengan sampel sebanyak 70 orang. Untuk proses analisis data peneliti menggunakan proses analisis regresi berganda.

Hasil penelitian dengan Uji F yang telah dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa Kualitas Jasa dan Kewajaran Harga secara bersama-sama mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat. Adapun hasil Uji T menunjukkan Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Menabung Masyarakat.

Kata Kunci: *Minat Menabung, promosi, kualitas pelayanan.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Menabung merupakan bagian dari mempersiapkan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Secara teknis, cara menabung yaitu menyisihkan harta yang dimiliki saat ini untuk memenuhi kebutuhan masa depan. Menabung merupakan kegiatan yang positif, dengan menabung kita bisa menjadi pribadi yang hemat dan tentu juga kita dapat mengatur keuangan.¹

Di Indonesia, perkembangan bank syariah terbilang lambat dan belum berkembang sebagaimana halnya bank konvensional. Keberadaan bank syariah maupun bank konvensional secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran namun karakteristik dari kedua bank tersebut dapat mempengaruhi calon nasabah dalam menentukan pilihan mereka terhadap kedua bank tersebut.² Dari kondisi inilah bank syariah mulai dikembangkan, pertama kali didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang. Dimulai dari tahun 1998 perbankan syariah terus menunjukkan eksistensinya untuk terus melaju dan berkembang di

¹ Jamalul lai, Program Santono Menabung dalam *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan* no 1 januari 2015

²Dita pertiwi, Analisis Minat Menabung Masyarakat pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* vol 1 no 1 Desember 2012

Indonesia. Tidak hanya itu perkembangan bank syariah ditandai dengan munculnya bank-bank syariah diberbagai daerah di Indonesia.³

Berdasarkan data Bank Indonesia prospek perbankan syariah pada tahun 2005 diperkirakan cukup baik. Industri perbankan syariah diprediksi masih akan berkembang dengan tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi. Jika pada posisi November 2004, volume usaha perbankan syariah telah mencapai 14,0 triliun rupiah dengan tingkat pertumbuhan yang terjadi pada tahun 2004 sebesar 88,6%, volume usaha perbankan syariah diakhir tahun 2005 diperkirakan akan mencapai sekitar 24 triliun rupiah. Dengan volume tersebut, diperkirakan industri perbankan syariah akan mencapai pangsa sebesar 1,8% dari industri perbankan nasional dibandingkan sebesar 1,1% pada akhir tahun 2004. Dana pihak ketiga (DPK) diperkirakan akan mencapai jumlah sekitar 20 triliun rupiah dengan jumlah pembiayaan sekitar 21 triliun rupiah di akhir tahun 2005.⁴ Pertumbuhan volume usaha perbankan syariah tersebut ditopang oleh rencana pembukaan unit usaha syariah yang baru dan pembukaan jaringan kantor yang lebih luas.

Produk bank syariah di identik dengan produk-produk yang mengandung unsur syariah, sedangkan peruntukannya juga sebetulnya dapat digunakan oleh semua masyarakat mempunyai hak dan pilihan atas bank dan produknya. Dalam menjalankan operasinya Bank syariah memiliki 4 fungsi, salah satunya adalah sebagai amanah untuk melakukan investasi dana-dana yang dipercayakan oleh

³Nurul Inayah, Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah, Dalam jurnal *At-Tawassuth*, vol, 2, no 1 2017.

⁴Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, *Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Tahun 2004*, (Jakarta: Bank Indonesia 2004), hal 65

pemegang rekening investasi atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank. Dari beberapa operasional tersebut kemudian diturunkan menjadi produk-produk bank syariah yang secara garis besar dapat dikelompokkan ke dalam produk pendanaan, produk pembiayaan, dan produk jasa perbankan.⁵ Pelaksanaan kegiatan usaha pada Bank Islam di Indonesia tunduk pada ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai perbankan di Indonesia, seperti Undang-Undang No.7 Tahun 1992 dan Undang-Undang No.10 Tahun 1998.⁶

Dalam dunia usaha, kegiatan promosi dilakukan untuk menunjang kegiatan pemasaran maupun penjualan. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk maupun jasa dengan tujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Begitu juga dalam dunia perbankan, promosi juga bertujuan untuk menarik para nasabah untuk menabung di bank.⁷ Kegiatan promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah, termasuk ke dalam kegiatan manajemen pemasaran bank yang harus dilakukan seefektif dan seefisien mungkin dan mampu menarik minat masyarakat sehingga tujuan bank dapat tercapai dengan baik. Dengan diadakannya kegiatan promosi produk-produk bank ini maka masyarakat dapat mengetahui apa saja yang diberikan dan disediakan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung pada bank tersebut⁸

⁵Muhammad Afif, Produk Bank Syariah sebagai Upaya untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Ksps Pati dalam, *Jurnal Ekonomi Syariah* vol 4 no 1. 2016

⁶Wirnyaningsih, *Bank dan Asuransi Islam Di Indonesia* Jakarta (kencana,2005) hal,101

⁷Ade sarwita, pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah untuk menabung dalam jurnal ilmiah manajemen dan akuntansi Vol 4 No 1 2017

⁸Anas Alhifni, Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah dalam jurnal ekonomi syariah vol 5 no 1 2017

Parasuraman mengemukakan bahwa, kualitas merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik, sedang Goetch mengemukakan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sejak tahun 1980-an, kualitas jasa atau pelayanan telah diketahui memiliki pengaruh terhadap profitabilitas dan dipandang sebagai sisi penting dari persaingan. Dengan kualitas pelayanan yang baik perusahaan dapat meraih profitabilitas melalui mekanisme menghasilkan penjualan berulang, umpan balik dari mulut ke mulut yang positif, dan kesetiaan pelanggan. Kualitas layanan dapat disimpulkan sebagai suatu manfaat yang dapat dirasakan oleh konsumen dan sifatnya intangible⁹

Berawal dari kualitas pelayanan maka akan berimbas pada minat masyarakat untuk menabung di suatu lembaga keuangan, 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 dan merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan penelitian. Minat menabung seseorang merupakan bagian dari motivasi seseorang, motivasi menabung menurut Schiffman dan Kanuk dalam

⁹Monica Maria, pengaruh kualitas produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake dalam Jurnal *Manajemen Teori dan Terapan* tahun 6 No 1 april 2013 hal 2

prasetijo dan J.O.I Ihalauw, adalah dorongan dari dalam individu yang menyebabkan dia bertindak.¹⁰

Hal yang sama diungkapkan oleh Rury yang telah melakukan penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Produk Penghimpun Dana Bank Bni Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)" yang mengatakan bahwa, Kepercayaan adalah keyakinan yang muncul dari harapan nasabah serta pengalaman yang sebelumnya telah dirasakan oleh nasabah. Jika ekspektasi nasabah menyatakan produk dan merek baik, maka nasabah percaya bahwa produk dan merek tersebut baik. Lalu ekspektasi dan kinerja jasa yang telah dirasakan oleh nasabah dibandingkan oleh nasabah sehingga menghasilkan tingkat perasaan dari kepuasan nasabah. Kepercayaan merek merupakan keinginan pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan resiko-resiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif. sedangkan Kualitas pelayanan merupakan ukuran selisih antar perbedaan antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Karena konsumen merasakan langsung bagaimana pelayanan yang diberikan, maka konsumen yang dapat menilai seberapa bagus kualitas pelayanan yang telah ia terima. Penilaian mengenai pelayanan yang diterima oleh nasabah inilah yang akan dibandingkan dengan harapan nasabah yang akan menjadi tingkat kepuasan nasabah.¹¹

¹⁰Asih Fitri Cahyani, Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah, dalam Jurnal *Diponegoro journal of social and Politik* Tahun 2013, hal 3

¹¹Rury, Almada "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Nasabah. Jurnal Penelitian Ekonomi. Jom FISIP Volume 4 No. 2 Oktober 2017 h 3-4. Diakses pada tanggal 9 Agustus 2018.

Berdasarkan hasil observasi awal yang Peneliti lakukan di Bank BNI Syariah di Wonomulyo khususnya, pada tanggal 6 Agustus 2018 diperoleh bahwa jumlah Bank BNI Syariah telah berdiri sejak 3 tahun terakhir dimulai dari tahun 2015 sampai sekarang, adapun jumlah nasabah yang terdapat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1 : Jumlah Nasabah tiap Tahunnya Bank BNI Syariah di Wonomulyo

Tahun	Jumlah
2015	40
2016	70
2017	106

Sumber : Data Nasabah Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo

Berdasarkan hasil data diatas dapat dikatakan bahwa jumlah peminat Nasabah di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo mengalami peningkatan tiap tahunnya mulai dari tahun 2015-2017, dengan pencapaian total 216 Nasabah dari jumlah penduduk kecamatan wonomulyo 48.764 yang mayoritas beragama islam, melihat fenomena tersebut jika di dibandingkan dengan bank konvensional Bank BNI Syariah ini masih mengalami kerendahan dalam hal jumlah Nasabah, hal ini dikarenakan bahwa Bank syariah sebagai institusi bisnis yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang tak mengenal istilah Riba. Jumlah Nasabah mengalami peningkatan dikarenakan kepercayaan dan kualitas pelayanan yang

cukup baik. Serta Masyarakat diuntungkan dengan tidak berlakunya biaya administrasi dalam produk wadiah.¹²

Fenomena yang terjadi Sebagian besar dari masyarakat masih bersikap sinisme terhadap bank syariah, khususnya warga Kabupaten Polewali Mandar kecamatan Wonomulyo, mereka beranggapan bahwa bank syariah dan bank konvensional tidak berbeda, kedua-duanya sama-sama mengumpulkan modal hanya namanya yang beda yaitu bunga bank dan bagi hasil. Pada dasarnya bahwa masyarakat hanya tahu bank syariah itu tanpa bunga dan tidak tahu sama sekali tentang mekanisme Bagi Hasil, masyarakat berpandangan bahwa jika saya menabung di Bank syariah kemudian tidak mendapat bunga lalu kami mendapat apa? Dari sisi lain juga mereka berfikir bahwa bagi hasil pasti lebih kecil dari bunga. Sementara Bank syariah dengan sistem bagi hasil tidak memberikan kepastian lain halnya dengan bunga Bank yang memberikan kepastian pendapatan. Kesalah pahaman terhadap lembaga keuangan syariah menunjukkan belum meratanya sosialisasi informasi lembaga keuangan syariah sehingga masyarakat masih banyak yang belum mengetahui apa itu lembaga keuangan syariah, sistem yang dipakai, jenis produknya, serta apa keunggulan lembaga keuangan syariah bila dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional.

Perlu diperhatikan bahwa bank syariah seperti organisasi bisnis lainnya memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan secara optimal, namun dengan memperhatikan kaedah dan etika bisnis menurut syariat islam. Fakta lain yang

¹² Data Hasil wawancara Customer Service Bank BNI Syariah Polewali tanggal 6 Agustus 2018.

ikut membentuk persepsi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah yaitu komunikasi atau promosi yang dilakukan lembaga keuangan syariah khususnya Bank BNI Syariah belum maksimal, padahal promosi sangatlah efektif untuk sosialisasi membentuk image dan merubah perilaku masyarakat menuju sistem keuangan syariah, adanya tuduhan masyarakat perihal kemurnian bank syariah yang beroperasi saat ini serta adanya kenyataan empiris manajemen rata-rata lembaga keuangan atau bank islam. Hal inilah yang menjadi tantangan perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya dan juga ujian bagi Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mempunyai komitmen terhadap perkembangan ekonomi syariah untuk mensosialisasikan secara merata agar masyarakat sadar dan memahami secara benar tentang perbankan syariah.¹³

Berdasarkan uraian diatas kepercayaan kualitas pelayanan dan promosi memberikan pengaruh terhadap minat menabung Nasabah hal ini diperoleh berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widhi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Cimb Niaga Syariah Di Surabaya" Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, Semakin baik kualitas layanan dari Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya tidak selalu berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya. Semakin tinggi kepercayaan yang diberikan oleh Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya kepada Nasabah berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah di

¹³Bagus Indriatno, Peluang dan Tantangan Perbankan Syariah di Indonesia *Majalah Ilmiah Ekonomika* vol 13 no 2. 2010

Surabaya. Semakin baik promosi yang dilakukan oleh Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya tidak selalu menurunkan minat menabung nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya. Semakin baik kualitas layanan, tingginya kepercayaan dan promosi yang baik dan terus menerus dari Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya.¹⁴

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo**"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas maka penulis dapat mengemukakan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Wonomulyo?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Wonomulyo?

¹⁴Widhi diyah ariyanti, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Cimb Niaga Syariah Di Surabaya" 2015.(Artikel Ilmiah). Diakses pada tanggal 6 Agustus 2018.

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih harus dibuktikan melalui penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.¹⁵

1. Hubungan Antara Promosi Dengan Minat Menabung

menyatakan bahwa bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Adapun penjelasan-penjelasan dari variabel promosi yang dikembangkan, diantaranya : *Periklanan* adalah komunikasi non-individu, dengan sejumlah biaya melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non laba, hasil yang ingin dicapai dan dirasakan. Nasabah membantu perusahaan dalam mencapai target yang ingin dicapai dari perusahaan. Hubungan yang terjalin dengan baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi kedua belah pihak.¹⁶

Berdasarkan uraian yang didukung oleh beberapa hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H1: Terdapat Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo

¹⁵Basu Swastha dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: liberty 2003) hal 350

¹⁶Dedi Trisnaniadi Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Cimb Niaga Dalam Jurnal *Mix* Vol 6 No 3 Oktober 2013

2. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Minat Menabung

Menurut Kotler dan Amstrong bahwa jika konsumen merasa amat puas terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa, maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang bahkan lebih jauh lagi akan melakukan promosi kepada kerabat, teman, atau orang terdekatnya agar menggunakan produk atau jasa yang sama. Bahkan jika ketidakpuasan nasaah bertambah, maka nasabah akan mengurangi memberikan rekomendasi pada orang lain, tidak menceritakan hal positif pada orang lain, dan tidak menambah jumlah tabungan. Namun demikian nasabah akan tetap menabung di bank atau tidak berpindh berpindah ke bank lain, dan bersedia menerima bunga yang rendah. Pernyataan yang juga dikemukakan oleh Utami yang menyimpulkan bahwa *reliability*, *emphaty*, *responsivenes*, dan *tangibles* secara bersama-sama sangat berpengaruh terhadap terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah dapa meningkatkan loyalitas nasabah.¹⁷

Kesimpulan dari teori-teori yang menyatakan hubungan antara kualitas pelayanan dengan minat menabung adalah kualitas pelayanan yang berhubungan dengan beberapa aspek, salah satunya adalah kualitas pelayanan. karena kualitas merupakan tolak ukur dan indeks dari minat menabung seseorang.

Berdasarkan uraian yang didukung oleh beberapa hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H2: Terdapat Pengaruh Antara Kualitas pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo

¹⁷Bari'ah Zainal, *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Bank dengan Minat Menabung Nasabah PT BRI Kantor Cabang Unggaran*, Universitas diponegoro semarang hal 15

D. Defenisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian

1. Defenisi operasional

Menghindari penafsiran dan menjaga terjadinya kekeliruan pembaca terhadap kata-kata dan istilah-istilah teknis yang terdapat dalam judul, maka penulis perlu memaparkan definisi operasional sebagai berikut:

- a. Promosi merupakan marketing mix dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasanya yang dimilikinya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.
- b. Paraurahman mendefinisikan kualitas jasa/pelayanan sebagai tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ketiga, Sumardi Suryabrata definisi minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya. Menabung adalah menyimpan uang atau sebagian harta yang kita miliki disuatu bank atau koperasi, menabung juga bisa diartikan sebagai harta yang berupa uang yang telah tersimpan dapat diambil sewaktu-waktu.

Berdasarkan beberapa istilah yang di telah di kemukakan diatas, maka definisi operasional yang penulis maksud dari judul "pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung" adalah apakah promosi dan kualitas jasa atau pelayanan mempengaruhi Masyarakat menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo.

E. Kajian Pustaka

dalam penelitian ini, selain membahas teori-teori yang relevan dengan penelitian ini, dilakukan juga pengkajian terhadap hasil-hasil penelitian yang sudah pernah dilakukan para peneliti sebelumnya. Pengkajian atas hasil-hasil penelitian terdahulu akan sangat membantu peneliti-peneliti lainnya dalam menelaah masalah yang akan dibahas dengan berbagai pendekatan spesifik, selain itu dengan mempelajari hasil-hasil penelitian terdahulu akan memberikan pemahaman komprehensif mengenai posisi peneliti.

Tabel 1.2 penelitian -penelitian

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rahmanto, khanif ¹⁸	Pengaruh tingkat religiusitas kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat masyarakat desa sragen kabupaten semarang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa pengaruh tingkat religiusitas, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung
2.	H.ade sarwita ¹⁹	pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah untuk menabung,	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Begitu pula kualitas pelayanan dan promosi

¹⁸Rahmanto Khanif *Pengaruh Tingkat Religiusitas Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sragen Kabupaten Semarang* (semarang:IAIN Salatiga 2016)

¹⁹H. Ade sarwita, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung*, Dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi* Tahun 2017

			secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keputusan nasabah untuk menabung
3.	Widhi Diah Aiyanti ²⁰	Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan promosi terhadap minat menabung nasabah pada Bank CIMB Niaga syariah di Surabaya	Menurut dari hasil analisis regresi linear berganda penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan dan promosi terhadap minat menabung berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah.
4.	Gina Fitri Pertiwi ²¹	Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Jumlah Nasabah Pada BMT Islamic Center Kabupaten Cirebon	Hasil dari penelitian ini adalah diketahui besarnya pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap jumlah nasabah secara simultan sebesar 37.9 % dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap jumlah nasabah sebesar 52.6%. Hasil ini menginformasikan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap nasabah, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap jumlah nasabah.

G. Tujuan dan Manfaat Penelitian

²⁰Widhi diyah ariyanti "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Cimb Niaga Syariah Di Surabaya" 2015.(Artikel Ilmiah).

²¹Gina Fitri Pertiwi, *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Jumlah Nasabah Pada BMT Islamic Center Kabupaten Cirebon* (Cirebon: IAIN 2012)

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap minat masyarakat menabung di Bank BNI Syariah kcp Wonomulyo.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Kegunaan ilmiah

Menambah masukan dan Sebagai bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan penelitian ini

- b. Kegunaan praktis

Bagi PT Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk peningkatan kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat menabung masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. *Theory of Reasoned Action*

Penelitian ini fokus pada faktor penentu niat seperti sikap dan pengaruh sosial. Penelitian ini didasarkan pada model psikologi sosial seperti TRA (*Theory of reasoned action*).

Niat sebagai faktor penentu perilaku telah ditetapkan dalam acuan sistem informasi dan disiplin lain model penerimaan teknologi sebagai adaptasi TRA menjadi populer diantara peneliti sistem informasi untuk menentukan *antecedent* pemakain sistem melalui kepercayaan tentang penggunaan dua faktor: penggunaan dan kemudahan dalam mengakses.²²

TPB (*Theory of Planned Behavior*) merupakan pengembangan dari TRA, inti dari TPB dan TRA adalah niat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Dalam kedua teori tersebut, sikap terhadap perilaku dan norma subyektif pada perilaku dinyatakan mempengaruhi niat, tapi TPB sendiri memasukkan unsur kontrol perilaku yang dirasakan dalam mempengaruhi perilaku sebagai faktor tambahan yang mempengaruhi niat konsumen untuk menabung.

Menurut TRA, tindakan individu pada perilaku tertentu ditentukan oleh niat individu tersebut untuk melakukan perilaku. Dalam hal ini perilaku individu (behavior) didefinisikan sebagai tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan oleh

²²Yohana Neysa Analisis Pengaruh, Jaminan Rasa Aman dan Aksebilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya Dalam Jurnal Menejemen Pemasaran Petra Vol 2 No 1 2014

seorang individu dan sangat erat hubungannya dengan minat individu berperilaku sedangkan minat didefinisikan sebagai keinginan melakukan perilaku.²³

2. Teori Al-Syatibi

Dalam teori Al-Syatibi manusia senantiasa dituntut untuk mencari kemaslahatan aktifitas ekonomi produksi, konsumsi, dan pertukaran yang menyertakan kemaslahatan. Dengan demikian seluruh aktivitas ekonomi yang mengandung kemaslahatan bagi umat manusia disebut kebutuhan atau needs.²⁴

Pemenuhan kebutuhan dalam pengertian tersebut adalah tujuan aktifitas ekonomi dan pencarian terhadap tujuan ini adalah kewajiban agama. Dengan kata lain manusia berkewajiban untuk memecahkan berbagai permasalahan ekonominya, oleh karena itu problematika ekonomi manusia dan perspektif islam adalah pemenuhan kebutuhan (*fulfillment needs*) dengan sumber daya yang tersedia.²⁵

Bila ditelaah dari sudut pandang ilmu manajemen kontemporer konsep Maqhasid Al-Syariah mempunyai relevansi yang begitu erat dengan konsep motivasi. Seperti yang kita kenal bahwa konsep motivasi lahir seiring dengan munculnya persoalan "mengapa" seseorang berperilaku motivasi itu sendiri didefinisikan sebagai seluruh kondisi usaha keras yang timbul dari dalam diri manusia yang digambarkan dengan keinginan dan hasrat.

²³Bakri *Minat Berkarir Menjadi Akuntan Publik Pasca Implementasi UU No 5 Tahun 2011 Kajian Berdasarkan Extended Theory of Reasoned Action* dalam jurnal Al Buhuts Vol 10 No 1 Juni 2014

²⁴Sidik Tono, *Pemikiran dan Kajian Teori Hukum Islam Menurut Al-Syatibi* (Al-Mawarid Edisi ke XIII 2005) hal 107

²⁵Ririn Tri Puspita, *Pemikiran Asy-Syatibi Maqashid Syariah dan Implikasinya Terhadap Teori Perilaku Ekonomi Moderen* (Madium: STAINU) hal 143

Bila dikaitkan dengan Maqhasid Al-Syariah jelas bahwa, dalam pandangan Islam bahwa motivasi manusia dalam melakukan aktivitas ekonomi adalah untuk memenuhi kebutuhannya dalam arti memperoleh kemaslahatan hidup di dunia dan di akhirat.²⁶

B. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Pebankan Syariah pada Bab 1 pasal 1 dan ayat 7 disebutkan bahwa Bank syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Sudarsono berpendapat bahwa yang di maksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu-lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi pada prinsip-prinsip syariah. Ada banyak pendapat yang mendefenisikan tentang Perbankan Syariah dan semua defenisi tesebut mengacu pada konsep dan isi Al-Qur'an, Hadist, Qyas dan Ijma' para ulama.²⁷

Bank Syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Tujuan ekonomi islam dalam Bank Syariah hanya berfokus pada tujuan komersial saja yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi

²⁶Waryani Fajar, *Pertingkatan Kebutuhan Dalam Maqasid Asy-Syariah* dalam Jurnal Hukum Islam Vol 8 No 1, Juni 2010

²⁷Irham fahmi *Pengantar Perubahan Teori dan Aplikasi* (Bandung:Alfabeta 2014) hal 31

masyarakat. Kontribusi untuk turut serta dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat tersebut merupakan peran bank syariah dalam dalam pelaksanaan fungsi sosialnya. Fungsi sosial yang paling tampak diantaranya diwujudkan melalui aktivitas penghimpunan dana zakat.

Dalam konsepsi Islam, aktivitas komersial, jasa dan perdagangan harus disesuaikan dengan prinsip Islam diantaranya "bebas bunga". Hal inilah yang juga menjelaskan tahap awal pembentukan Bank Islam atau Bank Syariah yang juga dikenal dengan sebutan Bank bebas bunga, hal ini karena pandangan bebas bunga merupakan jebakan pengembangan Bank Syariah yang hanya berfokus pada aspek transaksi dan mereduksi fondasi filosofinya. Menurut Iqbal menggambarkan sistem ini secara sederhana dengan hanya bebas bunga tidak menghasilkan gambaran yang benar atas sistem ini secara keseluruhan.

Dalam pandangan Chapra, jelas sekali bahwa selain memberikan jasa keuangan yang halal bagi komunitas muslim sebagai tujuan khusus, sistem keuangan dan perbankan Islam diharapkan juga memberikan kontribusi bagi tercapainya tujuan sosio-ekonomi.²⁸

Bank syariah sebagai lembaga intermediasi antara pihak investor yang menginvestasikan dananya di Bank kemudian selanjutnya Bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak lain yang membutuhkan dana. Investor yang menempatkan dananya akan mendapatkan imbalan dari Bank dalam bentuk bagi hasil. Atau bentuk lainnya yang disahkan dalam syariah.

²⁸Khaerul umam, *Manajemen Perbankan Islam* (Bandung: Pustaka Setia 2013)Hal, 16-17

Bank Umum Syariah adalah Bank syariah yang berdiri sendiri sesuai dengan akta pendiriannya bukan merupakan bagian dari Bank Konvensional. Beberapa contoh Bank umum Syariah antara lain Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia dll.

Unit usaha syariah merupakan unit usaha syariah yang masih dibawah pengelolaan Bank konvensional. Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah atau unit syariah contoh unit usaha syariah adalah BNI Syariah, BII Syariah an Bank Danamon Syariah.²⁹

2. Prinsi-Prinsip Bank Syariah

Islam sebagai Agama merupakan konsep yang mengatur kehidupan manusia secara komprehensif dan universal, baik dalam hubungan dengan sang pencipta (*habluminallah*) maupun dalam hubungan sesama manusia (*Habluminannas*).

Cukup banyak tuntunan Islam yang mengatur kehidupan ekonomi umat antara lain sebagai berikut.

- a. Islam menempatkan uang semata-mata sebagai alat tukar dan bukan sebagai komoditas sehingga tidak layak untuk diperdagangkan apalagi apalagi mengandung unsur ketidakpastian atau spekulasi (*gharar*) sehingga yang ada

²⁹Jamail, *Perbankan Syariah* (Jakarta:Kencana 2011) hal, 31

adalah bukan harga uang apalagi dikaitkan dengan berlalunya waktu, tetapi nilai uang untuk menukar dengan barang.

b. Riba dalam segala bentuknya dilarang, bahkan dalam ayat Al-Quran disebutkan tentang pelarangan riba yang terakhir yaitu surat Al-Baqarah ayat 278-279 secara tegas dinyatakan sebagai berikut:



Terjemahan:..

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak melaksanakan (apa yang diperintahkan ini) maka ketahuilah bahwa, akan terjadi perang dahsyat dari Allah dan Rasulnya dan jika kamu bertaubat maka bagi pokok harta kamu tidak dianiaya dan tidak pula dianiaya.

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT menghubungkan perintah meninggalkan riba dengan perintah bertakwa. Dengan hubungan itu seakan-akan Allah SWT mengatakan: "jika kamu benar-benar beriman maka

tinggalkanlah riba. Jika kamu tidak menghentikannya berarti kamu telah berdusta kepada Allah SWT dalam pengakuan Islam mu. telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba artinya jika masih.

Ayat ini senada dengan sabda Rasulullah SAW:

مُؤْمِنٌ وَهُوَ يَزْنِي حِينَ الزَّانِي يَزْنِي لَا

Tidaklah orang yang berzina beriman saat dia melakukan perbuatan zina (HR Al-Bukhari dan Muslim)

Maksudnya seseorang yang betul-betul beriman tidak akan melakukan zina, begitu pula dengan seseorang yang betul-betul beriman tidak akan melakukan riba.

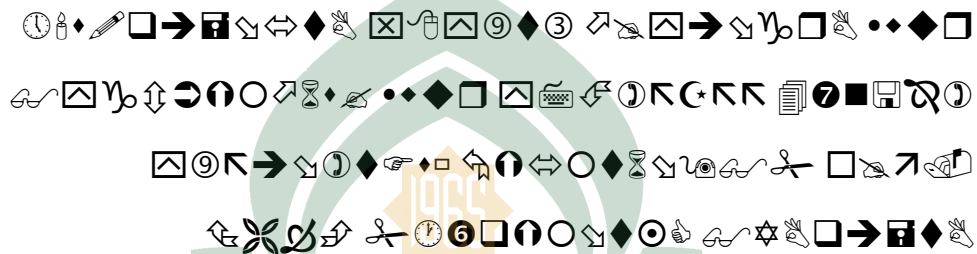
- c. Tidak memperkenankan berbagai bentuk kegiatan yang mengandung unsur spekulasi dan perjudian, termasuk didalamnya aktivitas ekonomi yang diyakini akan mendatangkan kerugian bagi masyarakat.
- d. Bekerja atau mencari nafkah adalah ibadah dan wajib dilakukan sehingga tidak seorangpun tanpa bekerja yang berarti siap menghadapi resiko dapat memperoleh keuntungan atau manfaat (bandingkan dengan perolehan bunga bank dari deposito yang bersifat tetap dan hampir tanpa resiko)

Uraian ringkas diatas memberikan gambaran yang jelas tentang prinsip-prinsip dasar sistem ekonomi Islam yang tidak hanya berhenti pada tataran konsep, tetapi bersedia cukup banyak contoh konkret yang diajarkan oleh Rasulullah. Untuk penyesuaiannya dengan kebutuhan saat sekarang cukup banyak ijtima' yang dilakukan oleh para ahli fiqh disamping pengembangan praktik operasional oleh para ekonom dan praktisi lembaga keuangan islam.³⁰

³⁰Khaerul umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: pustaka setia 2013) hal,25-

C. Menabung

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam Al Quran terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum.



Terjemahan:

Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal. (QS Al-Isra' ayat 27)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa menganjurkan untuk bersifat tidak pelit yang menyebabkan seseorang tidak pelit dan menyebabkan seseorang menjadi tercela karena kepelitannya dan anjuran untuk tidak boros yang menyebabkan seseorang menjadi seseorang menyesal karena keborosannya tersebut. Fokus pada tidak boros mempunyai pengertian sederhana sebagai anjuran untuk menyisihkan sebagian harta untuk digunakan bagi keperluan masa depan (menabung).

Perilaku menabung sendiri mensyaratkan seseorang untuk bisa disiplin dalam hal mengatur keuangan. Menabung sebagai sifat hemat dapat dijadikan sifat positif yang apabila dengan konsisten akan meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik. Islam juga menganjurkan berperilaku hemat dalam setiap pengeluaran,

sehingga islam menetapkan aturan-aturan perekonomian dalam dalam hal menyimpan dan menabung. Aturan-aturan tersebut sebagai berikut:

1. Menyimpan setelah kebutuhan primer terpenuhi
2. Menyimpan kelebihan setelah menghadapi kesulitan
3. Hak harta generasi mendatang
4. Tidak menimbung harta
5. Pengembangan harta harus dilakukan dengan baik dan halal.³¹

Dari defenisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa tabungan adalah dana yang dititip kepada bank, yang penarikannya sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Kemudian Dalam penabungan tersebut dana akan dikelola secara profesional oleh Bank.

D. Minat

1. Pengertian minat

Pengertian minat dalam kamus besar bahasa indonesia adalah arti kecendrungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah, keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.³²

Menurut Iskandarwasid dan Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Terdapat tiga batasan minat yakni pertama, suatu sikap yang dapat

³¹Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016. Hal 19

³²Kamus Besar Bahasa Indonesia

mengikat perhatian seseorang kearah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Yang ketika sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku kesuatu arah atau tujuan tertentu.

Sedangkan menurut Hilgard, kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Dengan demikian minat dapat dilihat dari aspek, perhatian, kesenangan, kegemaran dan kepuasan sebagai stimulasi dari tindakan dan perbuatan seseorang.

Minat juga dapat dipengaruhi oleh diri sendiri dan dari luar lingkungan. Dan kenyataannya, faktor yang paling dominan berpengaruh bagi nasabah adalah faktor lingkungan.³³ Dalam hal ini dipertegas dengan pendapat Bloom bahwa minat seseorang dapat dipengaruhi lingkungan. Dalam pendapatnya Bloom mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya pekerjaan, sosial ekonomi, bakat, jenis kelamin, pengalaman, kepribadian dan faktor lingkungan. Faktor-faktor ini yang saling berinteraksi dan saling mempengaruhi dengan pengaruh yang tidak sama.

2. Karakteristik minat

Ada beberapa macam karakteristik minat, antara lain:

- a. Minat menimbulkan sikap positif terhadap suatu obyek
- b. Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari sesuatu obyek

³³ Iskandarwasid & Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosda, Cet. Ke-3, 2011), h. 113.

- c. Mengandung suatu penghargaan menimbulkan keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya.

E. Promosi

keberadaan suatu produk akan diketahui oleh konsumen apabila ditunjang dengan kegiatan pemasaran yang lain yaitu kegiatan promosi. Promosi sebagai tindakan menginformasikan atau mengingatkan pelanggan mengenai suatu produk atau merek tertentu.³⁴ promosi adalah suatu usaha dari penjual dalam menginformasikan barang kepada pembeli, agar pembeli/konsumen itu tertarik untuk melakukan transaksi pembelian atau pertukaran atas produk/jasa yang dijual atau ditawarkan.³⁵ Maksud lain dari promosi adalah suatu teknik komunikasi yang dirancang untuk menstimulasi konsumen membeli. Tujuan dari promosi itu sendiri adalah untuk meningkatkan penjualan³⁶

ada beberapa bentuk promosi yang terdiri dari:

- a. Iklan yaitu semua bentuk terbayar dari presentase non personal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas. Bentuk iklan adalah iklan cetak dan tayangan, kemasan luar sisipa kemasan, film brosur dan buklet dan selebaran
- b. Promosi penjualan adalah berbagai insentif jangka pndek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk jasa. Bentuk promosi penjualan adalah kontes, permainan undian lotre premi dan hadiah.

³⁴ Madura. *Pengantar Bisnis*. (Jakarta: Salemba Empat 2007) hal 272

³⁵Hapsari, Niken Tri. *Seluk Beluk Promosi dan Bisnis : Cerdas Beriklan Untuk Usaha Kecil & Menengah*. (Jogjakarta: A+PLUS Books 2010). Hal

³⁶Rhenald Kasali *Modul Kewirausahaan* (Jakarta: PT Mzan Publika 2010) hal 156

- c. Pemasaran interaktif yaitu kegiatan dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra atau menciptakan penjualan produk dan jasa.
- d. Hubungan masyarakat dan publisitas yaitu beragam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individunya. Bentuk hubungan masyarakat dan publisitas adalah peralatan media, pidato, seminar, laporan tahunan, donasi amal, publikasi, hubungan komunitas, lobi, media identitas, majalah perusahaan.
- e. Pemasaran langsung yaitu penggunaan surat, faxsimile e-mail ataupun internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan meminta respon atau dialog dari pelanggan dan prospek tertentu.
- f. Pemasaran dari mulut ke mulut yaitu komunikasi lisan tertulis dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa
- g. Penjualan personal adalah interaksi tatap muka dengan salah satu pembeli atau lebih prospektif untuk tujuan melakukan presentase menjawab pertanyaan dan mengadakan pesanan. Bentuk penjualan personal adalah presentase penjualan, rapat penjualan, program insentif sampel, bazar dan pameran dagang.³⁷

³⁷Kotler, philip dan keller kevin lane, *Manajemen Pemasaran edisi13*.Alih Bahasa Bob Sabran (Jakarta: Erlangga 2009) hal 174

Adapun tujuan promosi itu adalah:

a. Menginformasikan barang dan jasa

Promosi yang baik berisi mengenai informasi barang atau jasa yang dijual secara padat namun detil serta jelas

b. Menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Promosi harus dibuat menarik dan unik agar bisa merangsang rasa penasaran konsumen sehingga tertarik untuk melakukan pembelian.

c. Mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Supaya konsumen menjadi loyal dan tertarik melakukan pembelian ulang maka harus dilakukan promosi berkesinambungan, misalnya dengan cara pemberian kupon berhadiah.³⁸

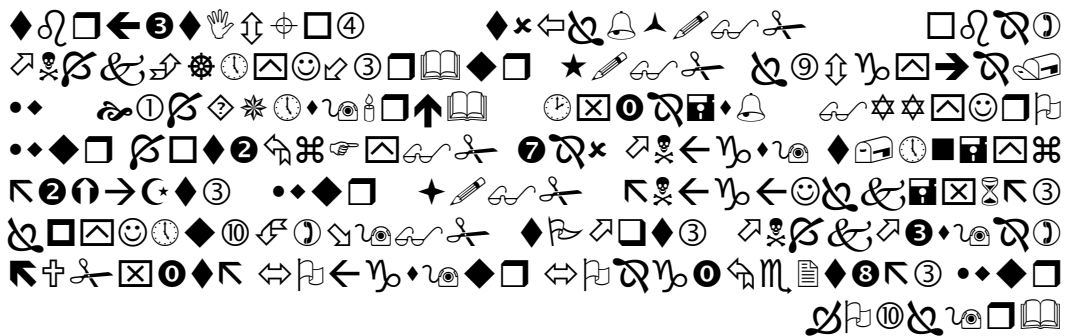
1. Promosi berdasarkan perspektif Islam

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas.

Dengan promosi pada dasarnya diharapkan dapat membuat permintaan menjadi inelastis pada saat harga naik dan membuat elastis pada saat harga turun.³⁹. Dalam Q.S Al-Imran: 77, Allah berfirman:

³⁸Hapsari, Niken Tri. *Seluk Beluk Promosi dan Bisnis : Cerdas Beriklan Untuk Usaha Kecil & Menengah*. (Jogjakarta: A+PLUS Books. 2010) hal

³⁹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal.15.



Terjemahan:

Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian (pahala) di akhirat...(Q.S Ali-Imran:77)

Ayat ini diturunkan berkaitan dengan orang yang menyamarkan kondisi nyata dari barang dagangannya dipasar, sedangkan dia bersumpah demi Allah bahwasanya barang tersebut adalah barang kualitas terbaik, dengan tujuan ada orang tertipu yang disebabkan sumpah palsu dari penjual tersebut. Ini menunjukkan diharamkannya seseorang yang melakukan sumpah dusta agar dagangannya laris dan dibeli orang lain

F. kualitas pelayanan

1. Pengertian kualitas

dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan perusahaan harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mempunyai berbagai macam penafsiran, karena kualitas memiliki sejumlah level universal (sama di manapun) sosial (bentuk oleh kelas sosial, ekonomi, kelompok, etnis, keluarga, teman sepergaulan), dan personal (tergantung preferensi atau selera setiap individu). Secara sederhana kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain produk sesuai dengan standar (target sasaran atau persyaratan

yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur). Namun, definisi berbasis manufaktur ini kurang relevan untuk sektor jasa. Oleh sebab itu, pemahaman kualitas kemudian diperluas menjadi "*fitnes for us*" dan "*conformance to requirements*". Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan.⁴⁰

Kualitas sebagai yang telah diinterpretasikan oleh ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, pelanggan yang menemukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.⁴¹

2. Pengertian kualitas pelayanan

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Suatu perusahaan yang berhasil memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggannya akan dapat mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan. Menurut Lewis dan Booms merupakan pakar pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan espektasi pelanggan.

Kualitas jasa adalah semacam tingkat kemampuan suatu jasa dengan segala atributnya yang secara riil disajikan dengan sesuai harapan konsumen.

⁴⁰Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik Edisi 2*, (Yogyakarta:CV Andi Offset 2012). Hal 78

⁴¹Fandy Tjiptono, *Service, Qualiti and Satisfaction*, Edisi 2, (Yogyakarta:Andi offset 2007) hal 164

Sedangkan menurut Lovelock, pengertian kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.⁴²

3. Dimensi kualitas pelayanan

Terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

a. Realibilitas (*reliability*)

Realibility berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

b. Daya tanggap (*Responsivines*)

Daya tanggap berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

c. Empati (*Empathy*)

Empati berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Ada beberapa cara yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu:

a. Mengidentifikasi determinasi utama kualitas jasa

⁴²Eka Suhartini, *Kualitas Pelayanan Kaitannya dengan Kepuasan Konsumen* (Makassar: Alauddin Press 2012)hal 19

Setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggan. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan antara kualitas pelayanan dari sudut pelanggan. Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan riset untuk mengidentifikasi determinan pelayanan yang paling penting bagi pasar sasaran.

b. Mengelola harapan pelanggan

Semakin banyak janji yang diberikan oleh perusahaan maka semakin besar pula harapan pelanggan yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhinya harapan pelanggan oleh perusahaan

c. Mendidik konsumen tentang jasa

Membantu pelanggan dalam memahami suatu pelayanan merupakan upaya sangat positif dalam rangka penyampaian mutu pelayanan. Pelanggan yang terdidik akan dapat mengambil suatu keputusan secara lebih baik.

d. Menciptakan *automating quality*

Adanya otomatisasi dapat mengatasi variabilitas mutu pelayanan yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki.

e. Menindaklanjuti pelayanan

Menindaklanjuti pelayanan dapat membantu memisahkan aspek-aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan. Perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk menghubungi sebagian atau semua pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap jasa yang diberikan.⁴³

4. Kualitas pelayanan pespektif Islam

⁴³Gunarto Suhardi, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Perbankan di Surabaya*, dalam *Jurnal Kerja* Vol 10, No. 1 2006 hal 51

Pelayanan merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya.⁴⁴

Allah berfirman dalam potongan surat Al-Maidah: 2 yang berbunyi:



Terjemahan:

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam hal (mengerjakan) kebaikan dan taqwa, dan janganlah kamu tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat menyiksa-Nya”. (Q.S Al-Maidah: 2).⁴⁵

G. Kerangka Pikir

Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa beberapa faktor yang mendukung terbentuknya minat yaitu promosi dan kualitas pelayanan. Berdasarkan observasi pada BNI Syariah KCP Wonomulyo dimana promosi mempengaruhi minat menabung karena pengetahuan nasabah mengenai produk yang terdapat pada bank BNI tersebut.

Menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Suatu

⁴⁴Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*,

(Jakarta: Gema Insani Inpress, 2003), h.63.

⁴⁵Al-Qur'an, *Q.S Al-Maidah: 2*.

perusahaan yang berhasil memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggannya dan diterima oleh pelanggannya maka akan dapat mempertahankan diri dan akan mempengaruhi minat menabung.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*) menggunakan metode kuantitatif. Metode Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴⁶ Adapun penelitian ini dilakukan di Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Wonomulyo.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Bank BNI Syariah yang terletak di Jl Trans Sulawesi, Sidodadi Wonomulyo, Kabupaten Polewali Mandar. Penelitian ini akan dilaksanakan selama 1 Bulan.

⁴⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta 2018) hal 35-36

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁷

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang mempunyai keadaan atau ciri-ciri tertentu yang akan diteliti. Penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan *quote sampling* yaitu tehnik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah yang diinginkan.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebesar 70 orang. Dalam pengambilan sampel ini sudah memenuhi syarat jumlah sampel yang akan diteliti hal ini sesuai dengan tehnik penarikan sampel dengan menggunakan saran dari Roscoe yang mengatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah sebesar 30 sampai 500⁴⁸

Adapun dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah Nasabah PT Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo.

⁴⁷Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Alfabeta: Bandung 2017) hal 61

⁴⁸Suryani *Metode Riset Kuantitatif* (Jakarta: Prenamedia group) hal 83

D. Metode pengumpulan data

Untuk memperoleh data sebagai bahan dalam penelitian digunakan beberapa metode seperti berikut ini :

1. Angket atau kusioner

Kusioner adalah sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang lingkungan kerja dan kinerja pegawai, atau hal-hal lain yang ia ketahui.

2. Observasi

Observasi yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. jadi mengobservasi dapat dilakukan melalui penglihatan dan pendengaran.⁴⁹

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu hal yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.⁵⁰

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kusioner untuk responden, yaitu berisi pertanyaan-pertanyaan umum mengenai keyakinan dan kualitas pelayanan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini bermaksud untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial.⁵¹ Dalam

⁴⁹ Arikunto Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi iv. (Jakarta, PT. Asdi Mahastya, 2006)h.97

⁵⁰Sugiyono *Metode Penelitian Bisnis*, (Cet IV, Bandung Alfabeta, 2015), hal 146

⁵¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hal 132

penelitian ini peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuisioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

1. SS: Sangat Setuju = 5
2. TS: Tidak Setuju = 4
3. RG: Ragu-Ragu = 3
4. TS: Tidak Setuju = 2
5. ST: Sangat Tidak Setuju = 1

F. Uji Validasi dan Realibilitas

1. Uji Validasi

Uji validasi merupakan instrumen penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validasi yang dimaksud kelayakan. Suatu pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur dan melakukan apa yang seharusnya dilakukan.⁵²

Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu sistem yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien pada taraf signifikansi 0,05 artinya suatu sistem dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total atau instrumen yang dinyatakan valid bila: $r_{hitung} > r_{tabel}$.⁵³

⁵²Mudrajat Kuncoro *Metode Riset Untuk untuk Bisnis Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga 2002), hal 172

⁵³ Mudrajat Kuncoro *Metode Riset Untuk untuk Bisnis Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga 2002), hal 173

2. Uji Realibilitas

Rabilitas merupakan instrumen untuk mengukur ketepatan, keterandalan *consistency, stability, dependability* terhadap alat ukur yang digunakan. Uji reabilitas merupakan pengujian yang dapat menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan alat ukur yang akan digunakan adalah *cronbachalpha* melalui program komputer *excel statistic analisys dan SPSS* reabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbachalpha* $> 0,60$.⁵⁴

G. Teknik Pengolahan Data dan Analysis

Analisis data merupakan kegiatan setelah ata dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁵⁵ Adapun metode analisis data yang digunakan untuk pembahasan dalam penelitian ini adalah.

⁵⁴Buono Agung Nugroho *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Anndi 2005), hal 72

⁵⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta 2018) hal 35-36

1. Metode Analisis Deskriptif

Metode yang digunakan adalah dengan mengumpulkan, mengolah, mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data penelitian sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti.⁵⁶

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Jadi analisis regresi berganda digunakan bila jumlah variabel independennya minimal 2.⁵⁷ Bentuk umum regresi berganda adalah:

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

keterangan :

Y = Minat Menabung

a = Konstanta (koefisien regresi)

b_1 = Koefisien regresi untuk x_1

b_2 = koefisien regresi untuk x_2

x_1 = Keyakinan

x_2 = Kualitas Pelayanan

e = Residual atau *prediction error*

⁵⁶Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian: suatu pendekatan praktek* (Jakarta: Rineka Cipta 2010), hal 206

⁵⁷Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Alfabeta: Bandung 2017) Hal 275

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam regresi, variabel bebas dan variabel terikat semuanya memiliki kontribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 24. Dengan menggunakan SPSS ini agar mengetahui apakah data distribusi normal atau tidak hanya dilihat pada baris *asyimp, sig (2 tailed)*. Jika nilai tersebut kurang dari taraf signifikansi yang ditentukan misalnya 5% maka data distribusi tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai *Asymp. Sig* lebih dari atau sama dengan 5% maka data berdistribusi normal.⁵⁸

b. Uji Multi Kolinearitas

Uji multi kolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas, nilai korelasi tersebut dapat dari *collinearity statistics*, apabila nilai *VIP (Variance Inflation Factor)*. Memperlihatkan hasil yang lebih besar dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak boleh lebih kecil dari 0,1 maka menunjukkan adanya gejala multikolinearitas, sedangkan jika nilai *VIP* kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 maka gejala multikolinearitas tidak ada.⁵⁹

⁵⁸Ali Muhson, *Penerapan Metode Teknik Solving Dalam Pembelajaran Statistika Lanjut* (Yogyakarta:UNY, 2005) hal 58

⁵⁹Gozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Kedua* (Yogyakarta: Universitas Diponegoro, 2006) hal 95

c. Uji Heteroskendestisitas

Heteroskendestisitas adalah asumsi dalam regresi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika terdapat perbedaan varians maka dijumpai gejala Heteroskendestisitas dilakukan menggunakan Uji Glejser. Dengan uji glejser nilai absolut residual diregresikan pada tiap-tiap variabel independen. Uji Heteroskendestisitas dengan glejser dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 24 untuk menafsirkan hasil analisis yang perlu dilihat adalah angka koefisien antara variabel bebas dengan absolute residuan signifikasinya. Jika nilai signifikasi tersebut lebih besar atau sama dengan 0,05 maka asumsi homoskedastisitas terpenuhi, sebaliknya jika nilai signifikasi tersebut kurang dari 0,05 maka asumsi homoskedastisitas tidak terpenuhi.⁶⁰

4. Pengujian hipotesis

a. Uji parsial

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, ditunjukkan dengan tabel *coefficient*. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka keputusannya adalah ditolak atau independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka keputusannya adalah diterima atau variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁶¹

⁶⁰Ali muhson, *Penerapan Metode Problem Solving Dalam Pembelajaran Statistika Lanjut* (Yogyakarta: UNY 2005) hal 70

⁶¹Ali muhson, *Penerapan Metode Problem Solving Dalam Pembelajaran Statistika Lanjut* (Yogyakarta: UNY 2005) hal 66

b. Uji simultan

Uji simultan didalam analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Yang ditunjukkan dalam tabel anova. Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka keputusannya adalah ditolak atau variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai signifikansi $<0,05$ maka keputusannya itu adalah diterima atau variabel dependen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁶²



⁶² Ali muhson, *Penerapan Metode Problem Solving Dalam Pembelajaran Statistika Lanjut* (Yogyakarta: UNY 2005) hal 73

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Sejarah Berdirinya BNI Syariah*

Sejak awal didirikan tepat pada tanggal 5 juli 1946 sebagai Bank pertama yang dimiliki secara resmi oleh Negara RI BNI merupakan pelopor terciptanya berbagai produk dan layanan jasa perbankan. BNI kemudian terus memperluas peranannya tidak hanya terbatas sebagai Bank sebagai pembangunan tetapi juga ikut melayani kebutuhan transaksi perbankan masyarakat umum dengan berbagai segmentasi yang dimiliki mulai dari Bank Terapung, Bank Sariah (Bank Khusus Perempuan) sampai dengan Bank Bocah Khusus anak-anak. Seiring dengan pertambahan usianya yang memasuki usia 67 tahun, BNI tetap kokoh berdiri dan siap bersaing di industri perbankan yang semakin kompetitif. Dengan motto tak berhenti berkarya BNI akan terus berinovasi dan berkreasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk dan layanan perbankan, bahkan lebih dari itu, BNI bertekad untuk menciptakan *value* pada setiap karyanya.

Berdiri sejak tahun 1946, BNI yang dahulu dikenal sebagai Bank Negara Indonesia, merupakan Bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh pemerintah Indonesia sejalan dengan keputusan penggunaan tahun pendirian sebagai bagian dari identitas perusahaan, nama Bank Negara Indonesia 1946 resmi digunakan mulai akhir tahun 1968. Perubahan ini menjadikan Bank Negara Indonesia dikenal sebagai BNI 46 dan ditetapkan bersamaan dengan perubahan identitas perusahaan tahun 1988.⁶³

⁶³ <http://www.bni.co.id/tentangkami/sejarah.aspx>

Dari tahun ke tahun BNI selalu menunjukkan kekuatannya dalam industri perbankan dari kepercayaan masyarakatpun terbangun dalam memilih Bank Negara Indonesia sebagai pilihan tempat penyimpanan segala alat kekayaan yang terpercaya. Permintaan akan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah pun mulai bermunculan yang pada akhirnya BNI membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep dual system banking, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah sekaligus. Hasil ini sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang memungkinkan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah, yang diawali dengan pembentukan tim Bank Syariah pada tahun 1999, Bank Indonesia (BI) izin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha Syariah BNI. Setelah itu BNI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang Syariah sebagai berikut:

1. Tepatnya pada tanggal 29 April 2000 BNI Syariah membuka 5 kantor cabang Syariah sekaligus di kota-kota potensial yakni: Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin.
2. Tahun 2001 BNI Syariah kembali membuka 5 kantor cabang syariah yang difokuskan ke kota-kota besar di Indonesia, yakni: Jakarta (2 cabang), Bandung, Makassar, dan Padang.
3. Seiring dengan perkembangan bisnis dan banyaknya permintaan masyarakat untuk layanan perbankan syariah, tahun 2002 lalu BNI Syariah membuka dua kantor cabang syariah baru di Medan dan Palembang.
4. Di awal tahun 2003 dengan pertimbangan *load* bisnis yang semakin meningkat sehingga untuk meningkatkan pelayanan kepada Masyarakat BNI

Syariah melakukan relokasi kantor cabang syariah dari Jepara ke Semarang. Sedangkan untuk melayani masyarakat kota Jepara BNI Syariah membuka kantor cabang pembantu Syariah Jepara.

5. Pada bulan Agustus dan September 2004 BNI Syariah membuka layanan BNI Syariah Prima di Jakarta dan Surabaya. Layanan ini diperuntukkan untuk individu yang membutuhkan layanan perbankan yang lebih personal dalam suasana yang nyaman.

Dari awal beropersinya hingga kini BNI Syariah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, disamping itu komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.⁶⁴

Seiring dengan perkembangannya maka BNI Syariah juga telah membuka cabang di Sulawesi Barat yang bernama BNI Syariah Wonomulyo yang akan aktif pada bulan April 2014 lalu. Dengan perkembangan tersebut BNI Syariah selalu mengoptimalkan jasa pelayanannya terutama pengenalan BNI Syariah di daerah-daerah terpencil, sehingga dengan hal tersebut BNI Syariah akan semakin dikenal oleh Masyarakat umum

⁶⁴ <http://www.bnisyariah.tripod.com/profil.html>

B. VISI dan MISI BNI Syariah

1. VISI

Mejadi Bank Syariah pilihan Masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja

2. MISI

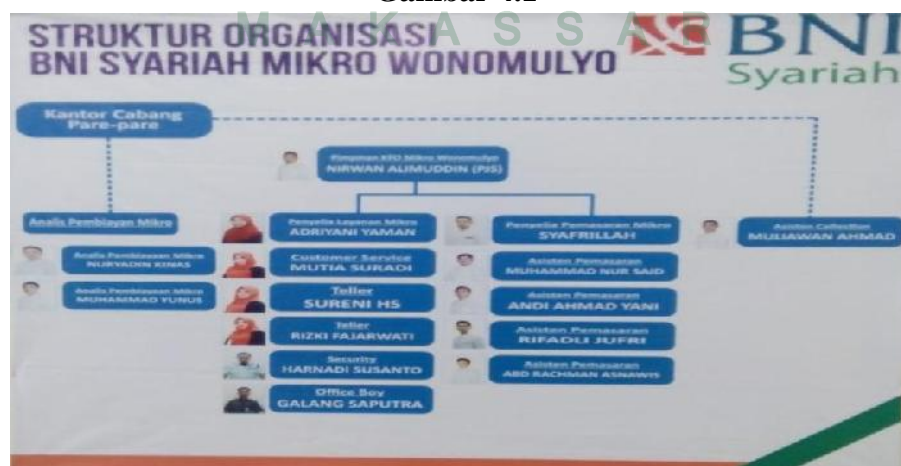
- a) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli kepada kelestarian lingkungan
- b) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah
- c) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor
- d) Menciptakan wahana yang terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah
- e) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah

C. Struktur organisasi

Dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan maka setiap karyawan harus mengetahui dan memahami tugas dan wewenang masing-masing. Dengan struktur organisasi yang jelas maka perusahaan dapat berjalan dengan baik dan terarah adapun struktur bank BNI Syariah KCP Wonomulyo dapat dilihat pada gambar

1.1

Gambar 4.1



D. Produk BNI Syariah

1. Produk pembiayaan Mikro

Pembiayaan yang dapat digunakan untuk tujuan modal kerja, investasi dan pemenuhan kebutuhan yang lain.

a) Mikro 2 IB Hasanah

Memberikan solusi keperluan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja investasi dan konsumtif dengan plafond pembiayaan Rp.5 Juta s/d Rp.50 Juta

b) Mikro 3 IB Hasanah

Memberikan solusi keperluan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja, investasi dan konsumtif dengan plafond pembiayaan >Rp.50 Juta s/d Rp.500 Juta

TUJUAN PEMBIAYAAN

- ❖ Mendukung berbagai keperluan pembiayaan semua jenis usaha dan memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi
- ❖ Mendukung pemenuhan kebutuhan lainnya seperti pembiayaan perbaikan rumah pembelian kendaraan dan sebagainya yang tidak melanggar prinsip syariah dan ketentuan pemerintah yang berlaku.

JENIS AGUNAN

- ❖ Tanah dan bangunan
- ❖ Kendaraan bermotor
- ❖ Deposito
- ❖ Kios, lapak, los, dasaran atau lainnya yang sejenisnya

SYARAT DAN KETENTUAN

- ❖ Foto copy KTP Suami/Istri
- ❖ Foto copy KK
- ❖ Foto coy Surat Nikah
- ❖ Agunan
- ❖ Foto copy NPWP

2. BNI Griya IB Hasanah

Memberikan pembiayaan kepemilikan rumah, ruko, kavling, siap bangun (KSB), pembangunan dan renovasi rumah.

a) Persyaratan

- ❖ Pemohon minimal berusia 21 tahun dan saat pembiayaan lunas berusia maksimal 60 tahun (usia pensiun)
- ❖ Karyawan/profesional/pengusaha (wiraswasta)
- ❖ Mempunyai penghasilan tetap dan mampu mengangsur
- ❖ Memenuhi persyaratan berdasarkan penilaian Bank

b) Keunggulan

- ❖ Rasa tentram dan tenang karena dengan pembiayaan syariah terhindar dari transaksi yang ribawi
- ❖ Angsuran tetap sampai dengan lunas
- ❖ Proses persetujuan pembiayaan mudah dan relatif cepat
- ❖ Uang muka ringan
- ❖ Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun atau 20 tahun (untuk nasabah fixed income)

- ❖ Pembiayaan angsuran melalui debet rekening secara otomatis
- ❖ Tarif bersaing

3. BNI Fleksi Umrah iB Hasanah

Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan pembelian manfaat jasa paket perjalanan ibadah umrah bekerjasama dengan biro perjalanan umrah

a) Keunggulan

- ❖ Dapat membiayai perjalanan ibadah umrah orang tua/mertua, suami/istri dan anak-anak dengan total pembiayaan sampai dengan Rp.200 juta.
- ❖ Jangka waktu pembiayaan s/d 3 tahun atau 5 tahun untuk nasabah payroll BNI/BNI Syariah
- ❖ Angsuran pembiayaan tetap s/d lunas
- ❖ Proses mudah

b) Persyaratan umum

- ❖ Warga Negara Indonesia (WNI)
- ❖ Usia minimal 21 tahun
- ❖ Pembiayaan lunas sebelum pensiun
- ❖ Memiliki penghasilan tetap dengan repayment capacity sesuai ketentuan

c) Persyaratan Dokumen, uang muka dan agunan

- ❖ Foto copy KTP Suami/Istri
- ❖ Foto copy KK
- ❖ Foto copy surat nikah
- ❖ Foto copy NPWP
- ❖ Slip gaji

- ❖ Legalitas usaha/profesi
- ❖ Rekening simpanan 3 bulan
- ❖ Uang muka (0%, 5% dan 30%)
- ❖ Agunan

4. Pembiayaan Emas iB Hasanah

Salah satu manfaat emas adalah sebagai pelindung nilai harta anda. Pembiayaan Emas iB Hasanah adalah sebuah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara rutin tiap bulannya.

a) Keunggulan

- ❖ Objek pembiayaan berupa logam mulia
- ❖ Angsuran tetap tiap bulannya selama masa pembiayaan s/d lunas
- ❖ Margin kompetitif
- ❖ Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis
- ❖ Jangka waktu pemibayaan minimal 2 tahun maksimal 5 tahun
- ❖ Maksimum pembiayaan sampai dengan Rp.150.000.000

b) Persyaratan

- ❖ Berstatus sebgai pegawai aktif /profesional/pengusaha
- ❖ Pemohon minimal berusia 21 tahun, pada saat pembiayaan unas berusia maksimal 55 tahun untuk pegawai (usia pensiun) dan 60 untuk kalangan profesional dn pengusaha
- ❖ Mempunyai penghasilan tetap dan kemampuan mengangsur

- ❖ Mengajukan permohonan melalui pengisian formulir permohonan pembiayaan konsumtif serta wawancara langsung

c) Dokumen yang dibutuhkan

- ❖ Formulir permohonan pembiayaan
- ❖ Fotocopy KTP
- ❖ Fotocopy NPWP (untuk permohonan Rp.50.000.000 keatas)
- ❖ Fotocopy kartu identitas pegawai (untuk pegawai)

5. BNI Tunas iB Hasanah

Tabungan anak cerdas dengan banyak keuntungan dan bebas biaya bulanan tanpa syarat.

a) Keunggulan

- ❖ Menabung melalui cash Deposit Machine (CDM) sehingga bebas antri di teller
- ❖ Mengambil uang langsung dari ATM maksimal Rp.500.000 per hari
- ❖ Menggunakan kartu ATM untuk membeli barang yang teman-teman inginkan, maksimal Rp.500.000
- ❖ Membeli pulsa isi ulang ponsel dan membantu Ayah/Bunda membayarkan tagihan listrik atau telepon

b) Persyaratan

- ❖ Ktp Ayah/Bunda
- ❖ Akta kelahiran/kartu pelajar
- ❖ Setoran awal Rp.100.000

6. E-Banking

- ❖ Sms Banking
- ❖ Internet Banking
- ❖ Mobile Banking
- ❖ ATM

7. BNI Prima Ib Hasanah

Tabungan bagi nasabah "*high network*" dengan bagi hasil kompetitif dan manfaat berupa fasilitas executive lounge bandara yang telah bekerja sama dengan BNI Syariah. BNI Prima Ib Hasanah dilengkapi dengan zamrud card.

a) Persyaratan

- ❖ Formulir aplikasi pembukaan rekening
- ❖ Kartu identitas asli (KTP/Pasport)
- ❖ Setoran awal Rp.25.000.000 dan memiliki dana di BNI Syariah minimal Rp.250.000.000

b) Keunggulan

- ❖ Zamrud card dengan limit transaksi tarik tunai hingga Rp.10.000.000 per hari transfer hingga Rp.100.000.000 per hari ke sesama (BNIS/BNI) dan Rp.25.000.000 per hari ke non (BNIS/BNI)
- ❖ *Executive lounge* di Bandara yang bekerjasama dengan BNI Syariah
- ❖ Perlindungan asuransi jiwa
- ❖ Fasilitas *Auto Debet* untuk pembayaran tagihan tertentu
- ❖ Fasilitas e-Banking
- ❖ Mutasi di buku tabungan lebih detail

- ❖ Layanan antrian prioritas di kantor-kantor cabang BNI Syariah dengan menunjukkan zamrud card

8. BNI simpel iB Hasanah

Produk simpanan untuk siswa/pelajar dengan fitur yang menarik dan persyaratan yang sangat mudah sehingga mendorong budaya menabung sejak dini. BNI simpel iB Hasanah dilengkapi dengan kartu Atm simpel iB.

a) Persyaratan

- ❖ Formulir aplikasi pembukaan rekening
- ❖ Memiliki kerjasama antara pihak Bank dan sekolah
- ❖ Setoran awal minimal Rp.1000,-
- ❖ Fotocopy KTP orang tua/wali kartu keluarga (bila tidak tinggal serumah dengan orang tua/wali) kartu pelajar/akta kelahiran

b) Keunggulan

- ❖ Buku tabungan atas nama anak
- ❖ Dapat menerima dana secara otomatis (*auto credit*) dari orang tua atau wali
- ❖ Kartu Atm dapat digunakan sebagai kartu debit di mesin EDC BNI
- ❖ Bebas biaya administrasi bulanan

9. BNI Tapenas Ib Hasanah

Tabungan perencanaan dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah, umrah, pendidikan ataupun rencana lainnya.

a) Persyaratan

- ❖ Usia minimal 70 tahun, maksimal 55 tahun
- ❖ Formulir aplikasi pembukaan rekening
- ❖ Kartu identitas asli
- ❖ Setoran awal minimal Rp.100.000
- ❖ Memiliki rekening tabungan Ib hasnah, BNI Bisnis, Ib hasanah BNI prima, BNI iB hasanah sebagai rekening aplikasi
- ❖ Melakukan setoran bulanan minimal Rp.100.000 s/d Rp.500.000 yang akan didebet setiap tanggal 5
- ❖ Rekening akan otomatis ditutup dan saldo dan akan dicairkan ke rekening afiasi setelah dikurangi biaya administrasi, apabila tiga bulan berturut-turt mengalami gagal *Auto credit*

b) Keunggulan

- ❖ Tersedia pilihan jangka waktu minimal 1 tahun s/d maksimal 18 tahun
- ❖ Bagi hasil lebih tinggi
- ❖ *Auto credit* untuk setoran bulanan dari rekening BNI iB Hasanah/BNI Bisnis, iB Hasanah/BNI Prima Ib Hasanah
- ❖ Manfaat perlindungan asuransijiwa hingga Rp. 1 Milyar
- ❖ Manfaat asuransi kesehatan Rp.1000.0000 per hari/orang

- ❖ Biaya administrasi bulanan ringan hanya Rp.500,-/bulan
- ❖ Tersedia perlindungan suransi jiwa plus asuransi kesehatan tambahan (premi 5%, 10%, atau 20% dan setoran bulanan)

10. BNI Baitullah iB Hasanah

Tabungan haji dan umrah yang dikelola secara syariah sebagai sarana pembayaran haji untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah haji dan perencanaan ibadah umrah dalam mata uang Rupiah dan USD. BNI Baitullah iB Hasanah dilengkapi dengan kartu haji dan umrah indonesia sebagai kartu Atm atau Debit yang dapat digunakan di Tanah suci dan Tanah Air.

a) Persyaratan

- ❖ Formulir aplikasi pembukaan rekening
- ❖ Menunjukkan Ktp/Paspor Asli
- ❖ Untuk nasabah anak melampirkan akta kelahiran (Usia s/d 17 tahun)
- ❖ Setoran awal minimal Rp.500.000 USD 50 (mudharabah/Rp.100.000 USD 5 wadiah)

b) Keunggulan

- ❖ Lebih mudah mendapatkan nomor porsi haji karena BNI Syariah merupakan Bank penerima setoran biaya perjalanan ibadah haji dan terkoneksi realtime online dengan siskohak (system komputerisasi haji terpadu) kementrian agama
- ❖ Bebas biaya rekening bulanan
- ❖ Bebas biaya penutupan rekening (IDR)
- ❖ Asuransi kecelakaan diri khusus untuk rekenig mata uang rupiah

- ❖ Fasilitas *Auto credit* untuk setoran bulanan
- ❖ Anak-anak dengan usia 12 tahun dapat didaftarkan untuk mendapat nomor porsi haji
- ❖ Souvenir menarik pada saat pelunasan biaya haji regular

11. BNI Tunas iB Hasanah

Tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun. Tabungan ini disertai dengan kartu Atm debit. (Tunas card) atas nama anak dan sms notifikasi ke orang tua.

a) Persyaratan

- ❖ Formulir aplikasi pembukaan rekening
- ❖ Fotocopy akta kelahiran/kartu pelajar anak dan KTP orang tua
- ❖ Setoran awal minimal Rp.100.000

b) Keunggulan

- ❖ Tunas card dn buku tabungan atas nama anak dengan maksimal transaksi Rp. 500.000/hari
- ❖ Tunas card dengan alternative desain
- ❖ Layanan transaksi perbankan secara elektronik
- ❖ Layanan sms notifikasi ke orang tua
- ❖ Tunas card dapat digunakan sebagai kartu debit di mesin EDC BNI
- ❖ Setoran dapat dilakukan melalui cash deposit machine (CDM)
- ❖ Bebas biaya administrasi bulanan dan tarik tunai di seluruh ATM BNI

12. BNI iB Hasanah

Tabungan dengan berbagai fasilitas transaksi e-banking seperti internet banking SMS Banking, mobile banking dan lain-lain. BNI iB Hasanah dilengkapi dengan hasanah debit silver sebagai kartu Atm /debit yang dapat digunakan untuk transaksi diseluruh marchant Mastercarddi seluruh dunia.

a) Persyaratan

- ❖ Formulir aplikasi pembukaan rekening
- ❖ Kartu identitas asli (ktp/pasport)
- ❖ Setoran awal minimal Rp.100.000

b) Keunggulan

- ❖ Hasanah debit silver dengan limit transaksi tarik tunai Rp. 5.000.000 per hari transfer, Rp.50.000.000 perhari (ke sesama BNIS/BNI) dan Rp.25.000.000 perhari (ke non BNIS/BNI)
- ❖ Bebas biaya administrasi bulanan untuk akad wadiah
- ❖ Fasilitas *Auto Debit* untuk tagihan pembayaran tertentu
- ❖ Fasilitas e-banking
- ❖ Bebas biaya transfer ke sesama rekening BNIS/BNI kode BNIS pada atm menggunakan 009

13. BNI Bisnis iB Hasanah

Tabungan dengan informasi transaksi dan mutasi rekening yang lebih detail, bagi hasil yang kompetitif, serta berbagai fasilitas transaksi e-Banking. BNI Bisni iB Hasanah dilengkapi dengan Hasanah Debit Gold.

a) Persyaratan

- ❖ Formulir aplikasi pembukaan rekening
- ❖ Kartu identitas asli (KTP/Pasport)
- ❖ Setoran awal minimal Rp.5000.000

b) Keunggulan

- ❖ Hasanah debit silver dengan limit transaksi tarik tunai Rp.10.000.000 perhari transfer Rp.100.000.000 perhari (ke sesama BNIS/BNI) dan Rp.25.000.000 perhari (ke non BNIS/BNI)
- ❖ Nisah bagi hasil yang lebih tinggi dari tabungan BNI iB Hasanah
- ❖ Mutasi dibuku tabungan lebih detail
- ❖ Fasilitas *auto debit* untuk pembayaran tertentu
- ❖ Fasilitas e-banking
- ❖ Bebas biaya tarik tunai di seluruh atm bni
- ❖ Bebas biaya transfer ke sesama rekening BNIS/BNI

E. Data khusus

Penelitian ini dilakukan di lembaga keuangan tepatnya di BNI Syariah KCP Wonomulyo yang merupakan salah satu kantor cabang pembantu yang berada di jln poros majene, sidodadi, wonomulyo, kabupaten polewali mandar , sulawesi barat kode pos 91452, indonesia. Karena keterbatasan dana dan waktu peneliti, maka dalam penelitian ini objek peneitiannya adalah nasabah BNI Syariah KCP Wonomulyo itu sendiri dengan jumlah sampel 70 orang.

F. Deskripsi karakteristik Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah sejumlah nasabah Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo. Secara umum karakteristik responden diklasifikasikan Berdasarkan jenis kelamin, umur dan pendidikan. Karakteristik responden penelitian yang dilakukan terhadap 70 orang nasabah diperoleh gambaran sebagai berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, karakteristik responden di bagi dalam dua kelompok, berikut merupakan rangkuman data profil responden berdasarkan jenis kelamin yang peneliti peroleh:

Tabel 4.1

Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah responden	presentase
1	Laki-laki	15	21.4%
2	Perempuan	55	78.6%
	Total	70	100%

Sumber: Data Primer 2018 (Diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa terdapat 15 (21.4%) responden laki-laki dan 55 (78.6%) responden perempuan. Dari data tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa jumlah nasabahnya yang menabung di Bank BNI Syariah adalah mayoritas perempuan, dikarenakan biaya hidup perempuan lebih banyak dan perempuan menabung untuk masa depan bukan hanya

untuk membiyai hidup, pendidikan, ataupun liburan keluarga tetapi juga menabung untuk masa pensiun .

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Berdasarkan usia, karakteristik responden di bagi dalam beberapa kelompok. Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa:

Tabel 4.2

Distribusi responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah responden	presentase
1	>20	6	8.6%
2	21-30	34	48.6%
3	31-40	24	34.3%
4	41	6	8.6%
Total		70	100%

Sumber Data Primer 2018

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menabung di Bank BNI Syariah adalah usia >20 tahun sebanyak 6 orang (8.6%), usia 21-30 tahun sebanyak 34 orang (48.6%), usia 31-40 sebanyak 24 orang (34.3%) dan usia 41 tahun sebanyak 6 orang (8.6%). Peneliti menyimpulkan bahwa mayoritas nasabah yang menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo adalah dengan rentang usia 21-30 dan 31 -40. Dikarenakan pada usia tersebut kebutuhan semakin tinggi serta kemampuan seseorang juga semakin meningkat.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir dalam karakteristik responden dibagi menjadi 4 bagian/kelompok. Berikut data profil responden berdasarkan pendidikan terakhir:

Tabel 4.3

Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan terakhir	Jumlah responden	Presentase
1	SMP/ sederajat	8	11.4%
2	SMA/ Sederajat	23	32.9%
3	Diploma (D1-D3)	20	28.6%
4	S1	19	27.1%
Total		70	100%

Sumber: Data Primer 2018

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa 8 (11.4%) responden yang berpendidikan SMA/ sederajat, 23 (32.9%) responden yang berpendidikan SMA/ sederajat, 20 (28.6%) responden yang berpendidikan Diploma dan 19 (27%) responden yang berpendidikan sarjana. Penulis menyimpulkan bahwa mayoritas yang menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo adalah yang berpendidikan SMA dan Diploma, dikarenakan masih minimnya pendidikan di daerah tersebut.

G. Analisis Kualitas Data

1. Uji kuisioner

a. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuesioner atau skala yang ingin diukur. Dalam penentuan valid atau tidaknya suatu item, hal yang perlu diperhatikan adalah perbandingan anatar r_{hitung} dan r_{tabel} dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0.05 dengan $N=60$ untuk mengetahui tingkat validitas tersebut maka dilakukan uji statistik dengan menggunakan spss 21

1. Promosi (X1)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Promosi

No	R Hitung	R Tabel 5% (70)	Keterangan
1	0.564	0.235	Valid
2	0.741	0.235	Valid
3	0.756	0.235	Valid

Sumber: Data Primer 2018

Tabel 4.4 menunjukkan, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel X1 dapat dinyatakan valid, karena seluruh item pernyataan memiliki R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} yaitu 0.235

2. Kualitas pelayanan (X2)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Promosi

No	R Hitung	R Tabel 5 % (70)	Keterangan
1	0,568	0,235	Valid
2	0,418	0,235	Valid
3	0,690	0,235	Valid
4	0,680	0,235	Valid
5	0,604	0,235	Valid

Sumber: Data Primer 2018 (Diolah)

Tabel 4.5 menunjukkan, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel X2 dapat dinyatakan valid, karena seluruh item pernyataan memiliki R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} yaitu 0.235

3. Minat menabung (Y)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Minat Menabung

No	R Hitung	R Tabel 5 % (70)	Keterangan
1	0,427	0,235	Valid
2	0,578	0,235	Valid
3	0,632	0,235	Valid
4	0,529	0,235	Valid
5	0,507	0,235	Valid

Sumber: Data Primer 2018 (Diolah)

Tabel 4.6 menunjukkan, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel Y dapat dinyatakan lulus uji validitas, karena seluruh item pernyataan memiliki R_{hitung} yang lebih besar dari R_{tabel} yaitu 0.235.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Dimana Reabilitas merupakan instrument untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode Alpha Cronbach yang digunakan untuk menghitung reabilitas suatu tes yang tidak mempunyai pilihan benar atau salah maupun ya atau tidak, melainkan digunakan untuk menghitung reabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan *Reliable* dengan menggunakan teknik ini bila koefisien reliabilitas >0.60 .⁶⁵

Tabel 4.7

Hasil uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach alpha	Cronbach alpha yang diisyaratkan	Keterangan
1	Promosi	0,454	0,60	Reliable
2	Kualitas Pelayanan	0,538	0,60	Reliable
3	Minat menabung masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo	0,411	0,60	Reliable

Sumber: Data Primer 2018 (Diolah)

⁶⁵Syofian Siregar *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta:Kencana 2013) Hal 55

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas dari nilai koefisien alpha cronbach dari seluruh item pernyataan yang dijadikan sebagai instrumen dalam penelitian ini berada >0.60 artinya bahwa semua pernyataan dijadikan instrumen dapat dipercayakeandalannya. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan adalah valid dan reliable, sehingga kusioner yang digunakan dapat dikatakan layak/bisa sebagai instrumen untuk melakukan pengukuran setiap variabel.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang digunakan adalah dengan mengumpulkan, mengolah, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan data penelitian sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti dalam memberikan makna penilaian secara empiris variabel penelitian ini mengadopsi prinsip dari pembobotan yang dikemukakan sugiyono.⁶⁶

Nilai rata-rata pembobotan atau nilai skor jawaban responden yang diperoleh diklasifikasikan ke dalam rentang skala kategori ini yang disajikan dalam tabel 4.8 berikut

No.	NILAI Rata-Rata Skor Jawaban	Makna Kategori/Interpretasi	Nilai Skor	Penentuan Interval
1.	1,00-1,80	Sangat Rendah/ Tidak Baik.	1	$I = \frac{BK_{maks} - BK}{K}$
2.	1,81-2,61	Rendah/Kurang Baik.	2	$I = \frac{5-1}{5}$
3.	2,62-3,42	Sedang.	3	Keterangan:

⁶⁶ Neling Sutrayanti, Pengaruh Sistem Imbalan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Swalayan Nana Jaya Kendari (Skripsi: Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Haluleo), h. 10

4.	3,43-4,23	Tinggi/Baik.	4	I : Interval
5.	4,24-5,00	Sangat Tinggi/ Sangat Baik.	5	BK :Batas Atas K : Jumlah Kelas

Adapun uraian dari analisis deskriptif dari sebaran jawaban responden terhadap pernyataan pada setiap variabel baik variabel promosi (x1), kualitas pelayanan (X2) ataupun minat menabung masyarakat (Y)

a. Promosi (X1)

Variabel ini memiliki beberapa pernyataan yang sesuai dengan indikator promosi, yaitu Saya berminat menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo karena tertarik dengan iklan yang dibuat oleh Bank BNI Syariah (p1) Saya berminat menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo karena dapat informasi dari karyawan Bank BNI Syariah (p2) Saya berminat menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo karena karena brosurnya sangat Menarik (p3)

Tabel 4.9

UNIVERSITAS ALAUDDIN
M A K A S S A R
Frekuensi Item Variabel Promosi

Item (Variabel)	Frekuensi Jawaban Responden & Presentase										Rata-rata	Kategori
	SS (5)		S(4)		KS(3)		TS(2)		STS(1)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
P1	32	45,7	36	51,4	2	2,9	-	-	-	-	4,43	Sangat Tinggi/ Sangat Baik
P2	39	55,7	25	34,3	6	8,6	-	-	-	-	4,47	
P3	37	52,9	26	37,1	5	7,1	2	2,9	-	-	4,40	

Rata-rata Variabel Promosi	4,42	
----------------------------	------	--

Sumber : Data Primer 2018 (Diolah)

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden pada setiap pernyataan Promosi termasuk dalam kategori tinggi dengan skor yang paling rendah adalah P3 yaitu Saya berminat menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo karena karena brosurnya sangat Menarik dengan rata-rata 4,40 dan yang paling tinggi adalah P1 yaitu Saya berminat menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo karena tertarik dengan iklan yang dibuat oleh Bank BNI Syariah dengan rata-rata 4,43. Dilihat dari total rata-rata Promosi mendapatkan skor 4,42 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi/sangat baik.

b. Kualitas pelayanan (X2)

Variabel ini memiliki beberapa pernyataan yang sesuai dengan indikator dari kualitas pelayanan yaitu, Penampilan Pegawai Bank BNI Syariah Wonomulyo bersih dan rapih (P1) Pegawai Bank BNI Syariah Wonomulyo memiliki kompetensi dalam melayani nasabahnya (P2) Pegawai Bank BNI Syariah Wonomulyo melayani dengan sepenuh hati (P3) Pegawai Bank BNI Syariah Wonomulyo memberikan inforasi secara jelas dan mudah dimengerti (P4) Perlakuan pegawai Bank BNI Syariah kepada semua nasabah sama (P5).

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden pada setiap pernyataan Kualitas Pelayanan termasuk dalam kategori tinggi dengan skor yang paling rendah adalah P4 yaitu Pegawai Bank BNI Syariah Wonomulyo memberikan inforasi secara jelas dan mudah dimengerti 4,49 dan yang paling tinggi adalah P1 yaitu Pegawai Bank BNI Syariah Wonomulyo memiliki

kompetensi dalam melayani nasabahnya dengan rata-rata 4,74. Dilihat dari total rata-rata Kualitas Pelayanan mendapatkan skor 4,58 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi/sangat baik.

Tabel 4.10

Frekuensi Item Kualtas Pelayanan

Item (Var iabel)	Frekuensi Jawaban Responden & Presentase										Rata- rata	Kate- gori
	SS (5)		S(4)		KS(3)		TS(2)		STS(1)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
P1	55	78,6	14	20,0	-	-	-	-	-	-	4,74	Sangat Tinggi/ Sangat Baik
P2	41	58,6	28	40,0	-	-	-	-	-	-	4,54	
P3	43	61,4	25	35,7	2	2,9	-	-	-	-	4,59	
P4	36	51,4	25	35,7	4	5,7	-	-	-	-	4,49	
P5	41	58,6	24	35,7	4	5,7	-	-	-	-	4,59	
Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan											4,58	

Sumber : Data Primer 2018 (Diolah)

c. Minat Menabung (Y)

Variabel ini memiliki beberapa pernyataan yang sesuai dengan indikator Minat Menabung yaitu Menabung di Bank BNI Syariah Wonomulyo karena keinginan diri sendiri (P1), Menabung di Bank BNI Syariah Wonomulyo karena bebas riba (P2), Menabung di Bank BNI Syariah Wonomulyo karena ingin

mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat (P3), Ramah terhadap semua nasabah (P4), Kenyamanan ruangan, bersih dan rapih (P5).

Tabel 4.11

Frekuensi Item Minat Menabung

Item (Variabel)	Frekuensi Jawaban Responden & Presentase										Rata-rata	Kategori
	SS (5)		S(4)		KS(3)		TS(2)		STS(1)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
P1	42	60,1	27	38,6	1	1,4	-	-	-	-	4,59	Sangat Tinggi/ Sangat Baik
P2	47	67,1	20	28,6	-	-	-	-	1	1,4	4,61	
P3	38	54,3	20	28,6	12	17,1	-	-	-	-	4,37	
P4	42	60,0	28	40,0	-	-	-	-	-	-	4,60	
P5	46	65,7	24	34,3	-	-	-	-	-	-	4,66	
Rata-rata Variabel Minar Menabung											4,55	

Sumber : Data Primer 2018 (Diolah)

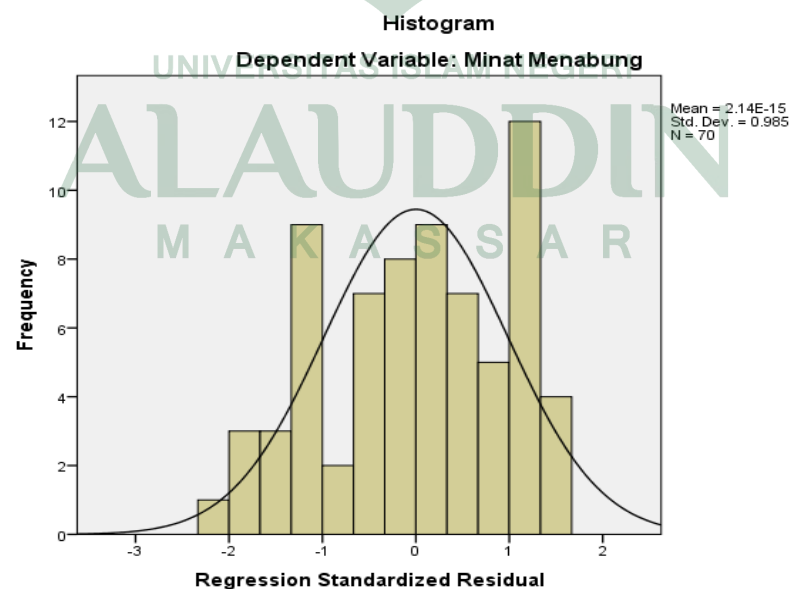
Tabel 4.11 menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden pada setiap pernyataan Minat menabung termasuk dalam kategori tinggi dengan skor yang paling rendah adalah P3 yaitu Menabung di Bank BNI Syariah Wonomulyo karena ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat dengan rata-rata 4,49 dan yang paling tinggi adalah P5 yaitu Kenyamanan ruangan, bersih dan rapih dengan rata-rata 4,66. Dilihat dari total rata-rata minat menabung mendapatkan skor 4,55 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi/sangat baik.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan suatu persyaratan analisis berganda, dalam uji asumsi klasik ini terdapat beberapa bagian yaitu Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas dan uji aukorelasi. Uji asumsi klasik ini juga digunakan untuk menguji suatu kesalahn dalam model regresi berganda yang digunakan dalam penelitian.

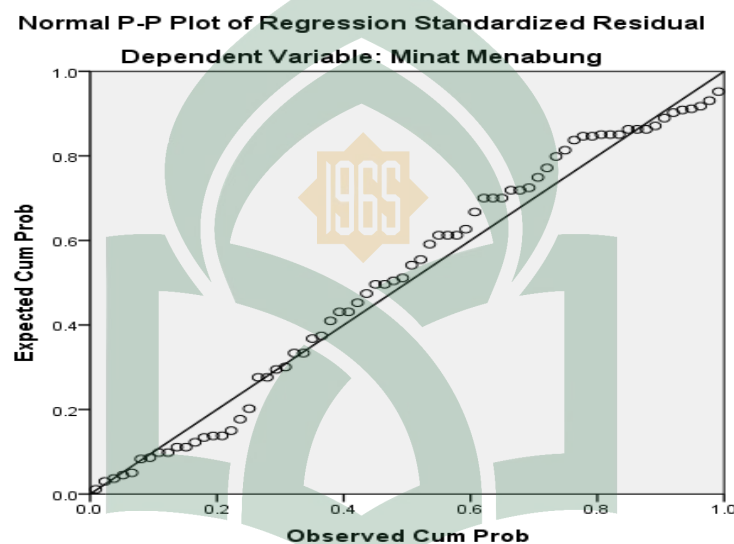
1. Uji Normalitas

Uji Normalitas pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen ataupun independen terdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini dalam menguji normalitas suatu data maka peneliti menggunakan analisis gambar yaitu dengan melihat pada gambar histogram yang memiliki bentuk menyerupai lonceng. Serta pada gambar grafik dimana titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa suatu data itu terdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada gambar 4.1



Sumber : Data Primer 2018 (Diolah)

Berdasarkan pengujian normalitas data pada gambar 4.1 terlihat sangat jelas bahwa gambar histogram diatas memiliki bentuk seperti lonceng tegak condong ke kiri atau ke kanan. Hasil uji Normalitas data dapat juga dibuktikan dengan melihat uji grafik dimana titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal. (gambar 4.2) grafik uji normalitas p-plot dapat dilihat melalui gambar dibawah:



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Sumber : Data Primer 2018 (Diolah)

Grafik Normal p-plot diatas menggambarkan titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas. Pengujian menggunakan grafik tersebut memiliki kelemahan karena hanya berdasarkan subjektifitas dalam menafsirkan suatu grafik. Pada penelitian ini digunakan uji statistik jenis *kolmogorov-smirnov*, karena *kolmogorov-smirnov* penggunaannya lebih fleksibel serta dapat digunakan dengan data jumlah sampel

yang kecil ataupun besar, tidak memerlukan adanya pengelompokan data. Tujuan dari *kolmogorov-smirnov* adalah untuk menguji apakah dalam model regresi variabel memiliki distribusi normal atau tidak. Adapun hasil pengujian normalitas *kolmogorv* dapat dilihat pada tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,62639942
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,082
	Negative	-,088
Kolmogorov-Smirnov Z		,740
Asymp. Sig. (2-tailed)		,644

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa hasil output uji normalitas yakni taraf signifikansinya adalah 0.644 lebih besar dari 0.05. dari data tersebut maka peneliti

dapat menyimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal atau memenuhi asumsi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas. Nilai korelasi tersebut dapat dilihat dari *collinearity statistics*, apabila nilai VIF (*Variance Iflation Factor*) memperlihatkan hasil yang lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* tidak boleh lebih kecil dari 0,10 maka menunjukkan adanya gejala multikolinearitas, sedangkan apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10, maka gejala multikolinearitas tidak ada⁶⁷

Tabel 4.13 menunjukkan hasil perhitungan nilai Tolerance pada setiap variabel bebas lebih besar dari 0,10. Promosi menunjukkan angka ,977 (lebih besar dari 0,10), variabel kualitas pelayanana juga menunjukkan angka ,977 (lebih besar dari 0,10).

Tabel 4.13
Hasil uji multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Promosi	,977	1,023
Kualitas Pelayanan	,977	1,023

⁶⁷ Gazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21 Edisi Kedua* (Yogyakarta: Universitas Diponegoro, 2006), h. 95

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Pada perhitungan Vif setiap variabel bebas memiliki nilai yang sama nilai yang ditunjukkan lebih kecil dari 10. Promosi dan kualitas pelayanan menunjukkan nilai 1,023 lebih kecil dari 10, sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa model regresi ini terbebas dari Multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan asumsi dalam regresi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika terdapat perbedaan varians maka dijumpai gejala heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas ini dilakukan menggunakan Uji Glejser. Dengan uji glejser nilai absolute residual di absolute residual direresikan pada tiap-tiap variabel independen. Uji heterokedastisitas dengan Glejser dilakukan dengan menggunakan *spss* versi 21 dengan menggunakan *spss* ini untuk menafsirkan hasil analisis yang perlu dilihat adalah angka koefisien antara variabel bebas dengan absolute residu dan signifikannya. Jika nilai signifikan tersebut lebih besar atau sama dengan 0,05 maka asumsi homosedastisitas terpenuhi, akan tetapi jika nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05 maka asumsi homosedastisitas tidak terpenuhi.⁶⁸ dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

⁶⁸ Ali Muhson, *Penerapan Metode Problem Solving Dalam Pembelajaran Statistika Lanjut*. h. 66

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,102	1,532		2,025	,047
1 Promosi	,001	,073	,001	,012	,990
kualitas pelayanan	-,077	,058	-,160	-1,314	,193

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa nilai sig > alpha dalam hal ini nilai sig > untuk semua variabel independen yakni variabel Promosi dan Kualitas Pelayanan yang artinya bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen. Jadi peneliti dapat menyimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas.0,05.

4. Uji hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap minat menabung masyarakat. Selain itu dari penelitian ini juga akan diperoleh variabel yang dominan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo. Dalam analisis data, peneliti menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan program *spss 21*.

Untuk menganalisa data yang diperoleh dari hasil penelitian digunakan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif ini digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dengan menggunakan model analisis regresi berganda. Pembuktian ini dimaksudkan untuk menguji variabel dari dari model regresi yang digunakan dalam menerangkan pengaruh variabel x terhadap variabel terikat y dengan menguji koefisien regresinya. Hasil perhitungan dengan regresi ini diperoleh dengan menilai koefisien regresi beberapa variabel yang mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo. Tabel 4.15 menunjukkan tampilan model regresi dengan bantuan *SPSS 21*.

Tabel 4.15

Koefisien Regresi (X1,X2 Terhadap Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	21,629	2,887		7,492	,000
	Promosi	,243	,138	,212	1,756	,084
	kualitas pelayanan	,090	,110	,099	,822	,193

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Dalam menganalisa data yang diperoleh dari kegiatan penelitian ini, peneliti menggunakan metode regresi linear berganda yaitu analisis tentang hubungan antara variabel dependen dengan dua atau lebih variabel dependen.

Hubungan antara variabel dependen dengan independen ditunjukkan dengan persamaan:

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

$$Y = 21,629 + (0,243)X_1 + (0,90) X_2 + e$$

Dimana: a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Y = Minat Menabung

X₁ = Promosi

X₂ = kualitas pelayanan

E = Error

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Koefisien X₁ sebesar 0,243 artinya setiap 1 unit nilai X₁ akan menambahkan nilai Y sebesar 0,243
2. Koefisien X₂ sebesar 0,90 artinya setiap 1 unit nilai X₂ akan mengurangi nilai y sebesar 0,90
3. Konstanta sebesar 21,629 artinya jika X₁,X₂ sama dengan 0 maka y = 21,629

b. Uji F

Uji F ini digunakan untuk membuktikan hipotesis dari penelitian yaitu pengaruh variabel Promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo.

Uji statistik F atau uji signifikansi simultan ini, pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang diteliti. Uji F ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel pada taraf alpha 0,05. Uji F mempunyai pengaruh signifikan apabila F hitung lebih besar dari F tabel atau probabilitas kesalahan kurang dari 10% ($p < 0,1$).

Tabel 4.16
Hasil Uji F (X1,X2 terhadap Y)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,269	2	4,634	4,701	,000 ^b
	Residual	182,517	67	2,724		
	Total	191,786	69			

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Dari hasil perhitungan regresi linear berganda dengan bantuan *spss 21* diatas diperoleh F-Hitung sebesar 4,701 dan F-tabel sebesar 3,16 sehingga F hitung > F (4.701 > 3,16). Hal ini berarti variabel promosi dan kualitas pelayanan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo.

Besarnya pengaruh (kontribusi) variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin besar (mendekati 1) maka dapat dikatakan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar atau dengan kata lain jika nilai mendekati 1 maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 semakin kecil (mendekati 0) berarti variabel independen dalam memberikan informasi yang dibutuhkan sangat terbatas.

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh $R^2 = 0,58$ yang berarti seluruh variabel (Promosi dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat menabung masyarakat sebesar 0,58 atau 58%.

Sedangkan sisanya dielaskan oleh sebab-sebab lain diluar penelitian. Sedangkan Untuk mengetahui hubungan variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel terikat dapat dilihat dari besarnya koefisien regresi multiple (R) yaitu sebesar 0,220 yang berarti adanya indikasi hubungan yang kuat antara keseluruhan variabel bebas dan variabel terikat.

c. Uji T

Uji ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 10% ($P > 0,1$). Selanjutnya akan dicari nilai koefisien determinasi parsial (R^2) untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 4.17
Hasil Uji T (X1,X2, Terhadap Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21,629	2,887		7,492	,000
1 Promosi	,243	,138	,212	1,756	,084
kualitas pelayanan	,090	,110	,099	2,822	,414

Dari hasil perhitungan diatas menggunakan *SPSS 21* dapat dilihat nilai t hitung dari masing-masing variabel. Suatu variabel dikatakan signifikan jika t-hitung $>$ t-tabel dimana t-tabel adalah 1,671. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi dan kualitas pelayanan sama-sama berpengaruh positif terhadap Minat menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo. karena nilai t-hitung setiap variabel tersebut $>$ dan $>$ dari t-tabel. Untuk variabel Promosi yaitu $1,756 > 1,671$, variabel kualitas pelayanan $2,822 > 1,671$

d. Koefisien determinasi

Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel-variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4.18

Hasil koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,220 ^a	,058	,020	1,650

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa besarnya nilai R^2 (koefisien determinasi) = 0,58 atau 58,0% berarti seluruh variabel (Promosi dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Minat menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo. Sedangkan sisanya sebesar 42,0 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

H. Pembahasan hasil penelitian

1. Promosi Terhadap Minat Menabung Masyarakat

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan ternyata terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel promosi terhadap minat menabung masyarakat. Hal ini berarti bahwa konsumen akan memilih Bank yang melakukan penjualan langsung dengan masyarakat, sehingga sangat berpengaruh pada tingkat kenaikan peminat nasabah di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo.

Hipotesis satu menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara promosi dan minat masyarakat menabung yang dapat didukung oleh hasil penelitian. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler yang menyatakan bahwa promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori Stansons yang menyatakan bahwa promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan personal dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.⁶⁹

Promosi memiliki peranan yang sangat penting untuk menyampaikan informasi mengenai Bank BNI Syariah sehingga minat menabung dapat bertambah apabila promosi yang dilakukan dapat terlaksana dengan baik. Konsep promosi yang dilakukan BNI Syariah sesuai dengan yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW. Nabi Muhammad SAW dalam menjual tidak pernah melebih-

⁶⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h.76

lebihkan produk dengan maksud untuk memikat pembeli. Nabi Muhammad SAW dengan tegas menyatakan bahwa seorang penjual harus menjauhkan diri dari sumpah-sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. Kalaupun ada yang bersumpah, Nabi Muhammad SAW menyarankan orang itu untuk tidak melakukan sumpah tersebut secara berlebihan. Nabi Muhammad bersabda:

لِلْبَرَكَاتِ مُمِحَّةٌ لِلْسَّاعَةِ مُنْفَقَةٌ الْحَلْفُ

Artinya:

"Sumpah yang diucapkan untuk melariskan perniagaan. Dapat merusak keuntungan." (HR. Muslim, dari Abu Huraira R.A)

Sesuai dengan hadits tersebut, promosi yang dilakukan BNI Syariah tidak menggunakan sumpah palsu, tidak menyamarkan kondisi produk yang ditawarkan, dan tidak melebih-lebihkan keadaan produk. Sehingga minat nasabah dapat timbul karena tertarik dan percaya dengan promosi yang dilakukan oleh BNI Syariah

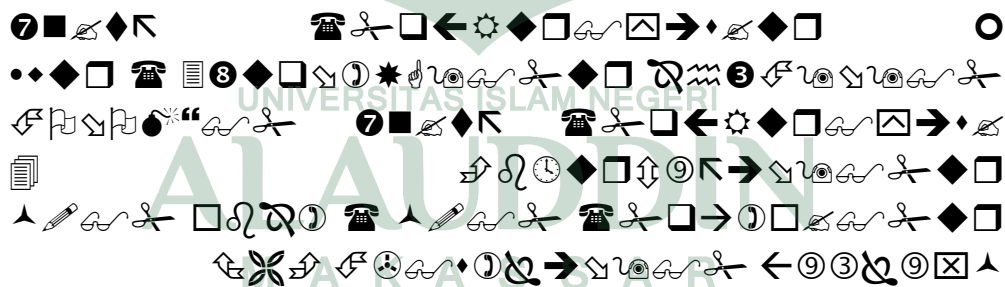
2. Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung

berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan ternyata terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat. Hal ini berarti bahwa konsumen akan tetap memilih Bank yang kualitas pelayanannya diutamakan dan sesuai dengan kemauan masyarakat, sehingga sangat berpengaruh terhadap minat menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo.

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung, artinya dengan kualitas

pelayanan yang tinggi maka nasabah akan tetap memilih menabung di IB Hasanah. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Hasibun yang menyatakan bahwa pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.⁷⁰

Konsep kualitas pelayanan BNI Syariah sudah menerapkan nilai-nilai islami yang selalu diterapkan dalam melayani nasabah dengan harapan dapat memberikan pelayanan yang maksimal sehingga nasabah dapat merasa puas. Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Allah SWT berfirman dalam potongan surat Al-Maidah: 2 yang berbunyi:



Terjemahan:

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam hal (mengerjakan) kebaikan dan taqwa, dan janganlah kamu tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat menyiksa Nya”. (Q.S Al-Maidah: 2)

⁷⁰Hasibun Malayu, *Manajemen Sumber Daya*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), h. 157

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam potongan surat Al- Maidah, Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Apabila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dan nyaman dengan kelembahlembutan maka pelanggan dapat beralih ke perusahaan lain. Pelaku bisnis harus menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Hal tersebut dilakukan agar nasabah merasa nyaman dan terhindar dari rasa takut dan tidak percaya dari pelayanan yang diberikan. Berdasarkan uraian diatas, diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh BNI Syariah sudah sangat baik karena dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan di BNI Syariah yang ditawarkan oleh BNI Syariah dan kualitas pelayanan BNI Syariah sudah dapat memberikan rasa puas kepada nasabah. Sehingga nasabah ataupun responden tetap ingin menjadi nasabah di BNI Syariah.

BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Berdasarkan hasil perhitungan penelitian dengan hasil regresi yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo. Hal ini membuktikan bahwa dalam pemasaran produk-produk sangat mempengaruhi nasabah dalam memilih Bank dan produk yang akan dipilih.
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang sangat bagus juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan pelayanan yang baik maka nasabah akan memilih Bank tersebut untuk tetap menjadi nasabah dari Bank tersebut.

B. *Implikasi Penelitian*

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka saran-saran yang diajukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai-berikut:

1. Variabel yang mempunyai pengaruh paling tinggi adalah Promosi. Oleh karena itu, kegiatan promosi untuk memperkenalkan perbankan syariah harus lebih ditingkatkan agar masyarakat banyak yang mengetahui perbankan syariah untuk menarik minat nasabah BNI Syariah dalam menjaga efektivitas perbankan Syariah.

2. Meskipun Promosi merupakan faktor yang paling banyak berpengaruh tetapi perusahaan juga harus memperhatikan factor lain seperti kualitas pelayanan yang secara bersama-sama memiliki pengaruh dan signifikan dalam menarik minat nasabah. serta Pelayanan juga harus lebih ditingkatkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain yang mempengaruhi Minat menabung Masyarakat, misalnya seperti produk-produk dalam Bank BNI Syariah. Selanjutnya dapat meneliti variabel dependen lainnya seperti loyalitas nasabah. Hal tersebut bertujuan agar penelitian yang dilakukan peneliti selanjutnya bisa bermanfaat bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, (2004) *Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Tahun 2004*, (Jakarta: Bank Indonesia),
- Wirduyaningsih, (2005) *Bank dan Asuransi Islam Di Indonesia* Jakarta (kencana,)
- Mahmud Nuhung, (2014) *Bank Syariah Kualita Jasa dan Pemasaran Relasional* (Makassar Fahmi Pustaka,)
- Sugiyono (2012) *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif R&B)*, (Bandung: Alfabeta)
- Davis Perceifed Usefulness, Perceifed Ease of Use and User Aapter of Information Technology dalam *Jurnal Mis Quarterly* Vol 13 No 3
- Sidik Tono, (2005) *Peikiran dan Kajian Teori Hukum Islam Menurut Al-Syatibi* (Al-Mawarid Edisi ke XIII)
- fahmi Irham (2014) *Pengantar Perubahan Teori dan Aplikasi* (Bandung:Alfabeta)
- Khaerul umam, (2013) *Manajemen Perbankan Islam* (Bandung: Pustaka Setia)
- Jamail (2011) *Perbankan Syariah* (Jakarta:kencana)
- Khotibul Umam, (2016) *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,.
- Dadang & Iskandarwasid (2011), *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosda, Cet. Ke-3,)
- Edi Wibowo, (2005) *Mengapa Memilih Bank Syariah* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia)
- Sugiyono, (2018) *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta)
- Sugiyono, (2017) *Statistika untuk Penelitian* (Alfabeta: Bandung)
- Nanang Martono *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Rajawali Pers)
- Arikunto Suharsimi. (2006) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi iv.* (Jakarta, PT. Asdi Mahastya,)
- Ali muhson, (2005) *Penerapan Metode Problem Sloving Dalam Pembelajaran Statistika Lanjut* (Yogyakarta: UNY)

- Jamalul lai, (2015) Program Santono Menabung dalam *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan* no 1.
- Dita pertiwi, (2012) Analisis Minat Menabung Masyarakat pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* vol 1 no 1
- Inayah Nurul, (2017) Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah, Dalam jurnal *At-Tawassuth*, vol, 2, no 1.
- Afif Muhammad, (2016) Produk Bank Syariah sebagai Upaya untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Ksps Pati dalam, *Jurnal Ekonomi Syariah* vol 4 no 1.
- Almadea Rury, (2018) "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Nasabah*. Jurnal Penelitian Ekonomi. Jom FISIP Volume 4 No. 2 Oktober 2017 h 3-4. Diakses pada tanggal 9.
- Dedi Trisnaniadi (2013) Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Cimb Niaga Dalam *Jurnal Mix* Vol 6 No 3 Oktober
- Ririn Puspita Tri, *Pemikiran Asy-Syatibi Maqashid Syariah dan Implikasinya Terhadap Teori Perilaku Ekonomi Moderen* (Madium: STAINU)
- Fajar Waryani, (2010) *Pertingkatan Kebutuhan Dalam Maqasid Asy-Syariah* dalam *Jurnal Hukum Islam* Vol 8 No 1
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13*. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Hasibun Malayu, *Manajemen Sumber Daya*, 2007, Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 2012 Jakarta: Erlangga,
- Gazali, Aplikasi *Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21 Edisi Kedua 2006* Yogyakarta: Universitas Dipenogoro
- <http://www.bnisyariah.tripod.com/profil.html>
- Syofian Siregar *Metode Penelitian Kuantitatif* 2013 Jakarta: Kencana
- Gazali, 2006 *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21 Edisi Kedua* Yogyakarta: Universitas Dipenogoro,

- Neling Sutrayanti, *Pengaruh Sistem Imbalan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Swalayan Nana Jaya Kendari* (Skripsi: Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Haluleo)
- Syofian Siregar *Metode Penelitian Kuantitatif* 2013 Jakarta:Kencana
- Bari'ah Zainal, *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Bank dengan Minat Menabung Nasabah PT BRI Kantor Cabang Unggaran*, Universitas diponegoro semarang
- Basu Swastha dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, 2003 Yogyakarta: liberty
- Dedi Trisnaniadi 2013 *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Cimb Niaga* Dalam Jurnal Mix Vol 6 No 3
- Widhi diyah ariyanti, 2018 "*Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Cimb Niaga Syariah Di Surabaya*" 2015.(Artikel Ilmiah).
- Bagus Indriatno,2010 *Peluang dan Tantangan Perbankan Syariah di Indonesia* *Majalah Ilmiah Ekonomika* vol 13 no 2
- Asih Fitri Cahyani, 2013 *Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah*,dalam Jurnal Diponegoro journal of social and Politik,
- Rury, Almadea 2017 "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Nasabah*. Jurnal Penelitin Ekonomi. Jom FISIP Volume 4 No. 2
- Monica Maria, 2013 *pengaruh kualitas produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake* dalam Jurnal Manajemen Teori dan Terapan tahun 6 No 1

LAMPIRAN



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

LAMPIRAN 1: KUESIONER

PENGARUH KEYAKINAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BANK BNI SYARIAH KCP WONOMULYO

Assalamualaikum Wr. Wb.

Saudara/saudari yang saya hormati, saya mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar sedang melakukan penelitian pada nasabah Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo penelitian yang saya lakukan dengan judul **Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo**. Penelitian ini merupakan rancangan dalam pembuatan skripsi.

Saya memohon kesediaan saudara/saudari untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi angket ini. Saya berharap saudara/saudari menjawab dengan leluasa, sesuai dengan apa yang saudara/saudari rasakan, lakukan dan alami, saya menjamin kerahasiaan semua data saudara/saudari. Kesediaan saudara/saudari mengisi angket ini adalah bantuan yang tak ternilai bagi saya, karena tanpa kesediaan saudara/saudari dalam mengisi kuesioner penelitian ini, penelitian ini tidak dapat berjalan dengan lancar. Akhirnya saya sampaikan terimakasih atas kerjasamanya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Laki-Laki b. Perempuan
3. Usia :
4. Pendidikan Terakhir :

<input type="checkbox"/> SD/Sederajat	<input type="checkbox"/> Diploma (D1-D3)
<input type="checkbox"/> SMP/Sederajat	<input type="checkbox"/> Sarjana (S1)
<input type="checkbox"/> SMA/Sederajat	

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang sesuai dengan pendapat anda. Anda hanya dapat memilih satu jawaban untuk satu pertanyaan. Tidak boleh ada nomor yang tidak terjawab. Keterangan pilihan jawaban adalah sebagai berikut:

- | | |
|-----------------------|------------------------------|
| 1. SS : Sangat Setuju | 4. TS : Tidak Setuju |
| 2. S : Setuju | 5. STS : Sangat Tidak Setuju |
| 3. R : Ragu-Ragu | |

Promosi (X1)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya berminat menabung di Bank BNI Syariah Wonomulyo karena tertarik dengan iklan yang dibuat oleh bank bni syariah					
2.	Saya berminat menabung di Bank BNI Syariah Wonomulyo karena dapat informasi dari karyawan Bank BNI Syariah					
3.	Saya berminat menabung di Bank BNI Syariah Wonomulyo karena karena brosurnya sangat Menarik					

Kualitas pelayanan (X2)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Penampilan Pegawai Bank Bni syariah wonomulyo bersih dan rapih					
2.	Pegawai Bank Bni syariah wonomulyo memiliki kompetensi dalam melayani nasabahnya					

3.	Pegawai Bank Bni syariah wonomulyo melayani dengan sepenuh hati					
4.	Pegawai Bank Bni syariah wonomulyo memberikan inforasi secara jelas dan mudah dimengerti					
5.	Perlakuan pegawai Bank BNI Syariah kepada semua nasabah sama					

Minat menabung (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Menabung di Bank BNI Syariah Wonomulyo karena keinginan diri sendiri					
2.	Menabung di Bank BNI Syariah Wonomulyo karena bebas riba					
3.	Menabung di Bank BNI Syariah Wonomulyo karena ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat					
4.	Ramah terhadap semua nasabah					
5.	Kenyamanan ruangan, bersih dan rapih					

LAMPIRAN 2: TABULASI DATA

responden	Promosi			Total
	p1	p2	p3	
1	5	5	5	15
2	5	5	4	14
3	5	4	4	13
4	4	5	5	14
5	4	4	3	11
6	3	3	4	10
7	5	5	5	15
8	4	5	4	13
9	4	5	5	14
10	4	5	5	14
11	4	4	5	13
12	5	5	5	15
13	5	5	3	13
14	4	4	5	13
15	4	5	4	13
16	4	4	4	12
17	4	4	5	13
18	5	5	5	15
19	5	5	5	15
20	5	5	3	13
21	5	4	4	13
22	4	4	4	12
23	4	4	4	12
24	5	4	5	14
25	4	4	3	11
26	4	5	4	13
27	4	5	4	13
28	5	4	5	14
29	4	5	4	13
30	4	4	4	12
31	5	5	5	15
32	5	5	5	15
33	5	5	5	15
34	5	5	5	15
35	4	5	5	14
36	4	5	5	14
37	4	5	4	13
38	4	4	5	13

39	5	5	4	14
40	5	5	5	15
41	5	5	5	15
42	4	5	5	14
43	5	3	2	10
44	4	5	5	14
45	4	5	4	13
46	5	5	5	15
47	4	5	5	14
48	4	5	5	14
49	4	5	4	13
50	5	5	4	14
51	4	4	4	12
52	4	4	4	12
53	4	4	5	13
54	4	4	5	13
55	4	4	4	12
56	5	4	5	14
57	5	4	4	13
58	5	5	5	15
59	5	4	4	13
60	4	3	4	11
61	5	5	5	15
62	5	5	5	15
63	5	5	5	15
64	5	5	5	15
65	3	4	3	10
66	4	4	5	13
67	5	3	4	12
68	4	4	4	12
69	4	3	2	9
70	5	3	5	13

Responden	Kualitas Pelayanan					Total
	p1	p2	p3	p4	p5	
1	5	5	4	5	5	24
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	4	21

5	4	5	4	5	4	22
6	5	5	5	4	4	23
7	4	4	5	5	5	23
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	5	4	4	21
10	5	4	4	4	4	21
11	5	4	5	4	4	22
12	5	5	4	4	4	22
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25
15	5	4	4	4	3	20
16	4	5	5	5	4	23
17	5	4	5	5	5	24
18	5	4	4	4	5	22
19	5	5	4	4	4	22
20	5	4	4	4	4	21
21	4	4	4	4	4	20
22	5	4	5	4	4	22
23	5	4	5	5	5	24
24	5	5	4	5	5	24
25	5	4	5	5	5	24
26	5	4	5	5	4	23
27	5	4	4	4	5	22
28	5	4	4	4	5	22
29	5	4	5	5	4	23
30	5	4	4	4	5	22
31	5	5	5	5	5	25
32	5	5	5	4	4	23
33	4	5	5	4	4	22
34	5	4	5	4	4	22
35	5	5	4	4	5	23
36	5	4	4	5	4	22
37	5	5	5	5	5	25
38	4	5	5	5	4	23
39	5	4	5	4	4	22
40	5	5	5	5	5	25
41	5	5	5	5	5	25
42	5	5	5	4	5	24
43	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	4	5	24

46	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	5	5	5	25
49	5	5	4	4	4	22
50	5	5	5	4	4	23
51	5	4	5	5	5	24
52	5	5	4	5	5	24
53	5	5	5	5	5	25
54	5	5	5	5	5	25
55	5	5	5	5	5	25
56	4	5	4	4	4	21
57	4	4	4	4	5	21
58	5	5	5	5	5	25
59	1	5	1	5	5	17
60	5	5	5	5	4	24
61	5	4	4	4	5	22
62	5	4	5	5	5	24
63	5	5	4	4	5	23
64	5	4	5	4	5	23
65	5	1	5	4	5	20
66	4	4	5	5	5	23
67	5	5	3	3	3	19
68	4	4	4	3	3	18
69	4	5	5	5	3	22
70	5	5	4	4	5	23

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Responden	Minat menabung					Total
	p1	p2	p3	p4	p5	
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	4	5	24
3	5	5	4	4	4	22
4	4	4	3	5	5	21
5	5	5	5	4	5	24
6	5	1	5	5	5	21
7	5	5	5	5	5	25
8	5	5	4	5	4	23
9	5	5	5	5	4	24
10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25

13	4	5	5	5	4	23
14	5	5	4	5	5	24
15	4	5	5	4	4	22
16	5	5	4	4	5	23
17	4	5	5	5	5	24
18	5	5	5	5	5	25
19	5	5	5	5	5	25
20	4	5	5	5	5	24
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	5	25
23	5	5	4	5	5	24
24	5	5	5	5	5	25
25	4	5	5	4	5	23
26	5	5	5	5	5	25
27	5	4	3	4	4	20
28	4	5	5	5	5	24
29	4	5	4	4	4	21
30	4	5	5	4	4	22
31	4	5	5	4	5	23
32	4	5	5	5	4	23
33	5	5	4	4	5	23
34	5	5	5	5	4	24
35	5	4	4	5	5	23
36	5	5	4	5	5	24
37	5	4	4	5	5	23
38	5	4	4	4	5	22
39	5	4	4	5	5	24
40	4	5	5	5	5	24
41	4	4	5	4	4	21
42	4	5	4	5	4	22
43	5	4	3	4	4	20
44	5	5	5	4	4	23
45	4	5	5	4	5	23
46	4	4	3	5	5	21
47	4	4	3	4	4	19
48	5	5	5	5	5	25
49	5	4	3	4	5	21
50	4	4	4	4	4	20
51	5	4	3	4	5	21
52	5	5	4	4	4	22
53	5	4	5	5	4	23

54	4	5	4	4	4	21
55	4	4	4	4	4	20
56	4	5	4	4	4	21
57	5	4	5	4	4	22
58	5	5	3	5	5	23
59	4	4	3	5	5	21
60	4	5	5	4	5	23
61	5	5	3	5	5	23
62	4	5	4	5	5	23
63	5	5	5	5	5	25
64	5	5	5	5	5	25
65	5	5	5	5	5	25
66	4	3	3	5	5	20
67	5	1	5	5	5	21
68	5	4	3	5	4	21
69	3	4	5	5	5	22
70	4	4	5	4	5	22

LAMPIRAN 3 : HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

promosi

Correlations

		P1	P2	P3	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.140	.209	.564**
	Sig. (2-tailed)		.246	.082	.000
	N	70	70	70	70
P2	Pearson Correlation	.140	1	.300*	.741**
	Sig. (2-tailed)	.246		.012	.000
	N	70	70	70	70
P3	Pearson Correlation	.209	.300*	1	.756**
	Sig. (2-tailed)	.082	.012		.000
	N	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	.564**	.741**	.756**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70

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

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

Kualitas pelayanan

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	-.045	.534**	-.011	.178	.568**
	Sig. (2-tailed)		.711	.000	.928	.141	.000
	N	70	70	70	70	70	70
P2	Pearson Correlation	-.045	1	-.039	.260*	.033	.418**
	Sig. (2-tailed)	.711		.751	.029	.783	.000
	N	70	70	70	70	70	70
P3	Pearson Correlation	.534**	-.039	1	.349**	.155	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.751		.003	.199	.000
	N	70	70	70	70	70	70
P4	Pearson Correlation	-.011	.260*	.349**	1	.472**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.928	.029	.003		.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
P5	Pearson Correlation	.178	.033	.155	.472**	1	.604**
	Sig. (2-tailed)	.141	.783	.199	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	.568**	.418**	.690**	.680**	.604**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

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

Minat menabung

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.020	-.008	.190	.177	.427**
	Sig. (2-tailed)		.870	.946	.114	.143	.000
	N	70	70	70	70	70	70
P2	Pearson Correlation	.020	1	.219	.000	-.011	.578**
	Sig. (2-tailed)	.870		.068	1.000	.928	.000
	N	70	70	70	70	70	70
P3	Pearson Correlation	-.008	.219	1	.131	.116	.632**
	Sig. (2-tailed)	.946	.068		.281	.341	.000

	N	70	70	70	70	70	70
P4	Pearson Correlation	.190	.000	.131	1	.393**	.529**
	Sig. (2-tailed)	.114	1.000	.281		.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70
P5	Pearson Correlation	.177	-.011	.116	.393**	1	.507**
	Sig. (2-tailed)	.143	.928	.341	.001		.000
	N	70	70	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	.427**	.578**	.632**	.529**	.507**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

Inter-Item Correlation Matrix

	p1	p2	p3
p1	1.000	.140	.209
p2	.140	1.000	.300
p3	.209	.300	1.000

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	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
.457	.454	3

Inter-Item Correlation Matrix

	p1	p2	p3	p4	p5
p1	1.000	-.045	.534	-.011	.178
p2	-.045	1.000	-.039	.260	.033
p3	.534	-.039	1.000	.349	.155
p4	-.011	.260	.349	1.000	.472

p5	.178	.033	.155	.472	1.000
----	------	------	------	------	-------

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	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
.529	.538	5

Inter-Item Correlation Matrix

	p1	p2	p3	p4	p5
p1	1.000	.020	-.008	.190	.177
p2	.020	1.000	.219	.000	-.011
p3	-.008	.219	1.000	.131	.116
p4	.190	.000	.131	1.000	.393
p5	.177	-.011	.116	.393	1.000

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	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
.370	.411	5



RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap TASLIM, lahir di Tallo pada tanggal 09 februari 1994, Merupakan anak bungsu dari pasangan Marayama dan suara

Penulis sekarang bertempat tinggal di polewali Mandar.

Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SDN 065 Balanipa dan lulus pada tahun 2008, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 2 Tinambung dan lulus pada tahun 2011, kemudian menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Tinambung dan lulus pada tahun 2014, dan melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar pada tahun 2014 jurusan Ekonomi Islam.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
NOMOR : 655 TAHUN 2019**

TENTANG

**PANITIA DAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

- Membaca : Surat permohonan : Taslim
NIM : 90100114015
Tanggal : 21 Maret 2019
Mahasiswa Jurusan : EKONOMI ISLAM
Untuk Ujian Skripsi/ Munaqasyah yang berjudul "Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wanomulya"
- Menimbang : 1. Bahwa saudara tersebut diatas telah memenuhi persyaratan Ujian Skripsi/ Munaqasyah
2. Bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran ujian/ Munaqasyah perlu dibentuk panitia ujian.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan IAIN Alauddin menjadi UIN Alauddin Makassar;
4. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;
5. Keputusan Menteri Agama RI. No. 3 Tahun 2006 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar
6. Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;
7. Keputusan Menteri Keuangan No.330/05/2008 tentang penetapan UIN Alauddin Makassar pada Departemen Agama sebagai Instansi Pemerintah yang menerapkan pengelolaan Badan Layanan Umum (BLU).
8. Surat Keputusan Rektor UIN Alauddin Nomor 241 B Tahun 2010 Tentang Pedoman Edukasi UIN Alauddin.
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan : 1. Membentuk Panitia Ujian Skripsi/ Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi :
- Ketua : Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.
Sekretaris : Dr. H. Abdul Wahab, M.Si.
Penguji I : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
Penguji II : Jamaluddin M. SE., M.Si.
Pembimbing : Ismawati, SE., M.Si.
Pembimbing II : Mustafa Umar, S.Ag., M.Ag.
Pelaksana : Nurmiah Muin, S.I.P., MM.
2. Panitia bertugas melaksanakan ujian Skripsi/Munaqasyah bagi saudara yang namanya tersebut diatas.
3. Biaya pelaksanaan ujian dibebankan kepada anggaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
4. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya.
- Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab.

Ditetapkan di : Samata-Gowa
Pada tanggal : 22 Maret 2019
Dekan,



Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.
NIP. 19581022 198703 1 002



ALAUDDIN

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
NOMOR : 1730 TAHUN 2018**

TENTANG

**PANITIA DAN TIM PENGUJI KOMPREHENSIF
JURUSAN EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR

- Membaca : Surat permohonan Ujian Komprehensif Taslim : NIM: 90100114015
- Menimbang : Bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran ujian komprehensif perlu dibentuk Panitia dan Tim Penguji
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2010 yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010;
4. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Insitut Agama Islam Negeri Alauddin menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar;
5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;
6. Peraturan Menteri Agama RI No. 25 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama RI No 85 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : 1. Membentuk Panitia dan Tim Penguji Komprehensif, Jurusan **EKONOMI ISLAM** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi:
- | | |
|--|--------------------------------------|
| Ketua | : Prof. Dr. H. Mustimin Kara, M.Ag. |
| Sekretaris | : Sukmawati, S.Ag. |
| Penguji Dirasah Islamiyah | : Hj. Wahidah Abdullah, S.Ag., M.Ag. |
| Penguji Dasar Ekonomi Syariah | : Dr. Urbanus Uma Leu, M.Ag. |
| Penguji Keuangan dan Perbankan Syariah | : Dr. Hj. Rahmawati Muin, M.Ag. |
| Pelaksana | : Ayu Ruqayyah Yunus, S.EI., M.EK. |
2. Panitia bertugas melaksanakan ujian
3. Biaya pelaksanaan ujian dibebankan kepada anggaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
4. Panitia dianggap bubar setelah menyelesaikan tugasnya.
5. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN
MAKASSAR

Ditetapkan di : Samata-Gowa
pada tanggal : 17 Oktober 2018

Prof. Dr. H. AmboASSE, M.Ag.
NIM: 17581022 198703 1 002