

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH BANK
SYARIAH INDONESIA MEDAN PETISAH**

SKRIPSI

OLEH:

**CINDANA FIBRIANI
178320104**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH BANK
SYARIAH INDONESIA MEDAN PETISAH**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas
Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area



OLEH:

**CINDANA FIBRIANI
178320104**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)20/6/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah
Nama : **CINDANA FIBRIANI**
NPM : 17.832.0104
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing



(Dr. Adelina Lubis, SE., M.Si)

Pembimbing

Mengetahui :



(Ahmad Rasyid, M.P.A., M.Mgt, Ph.D, CIMA)
Dekan
(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 14/Oktober/2021

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 14 Oktober 2021



CINDANA FIBRIANI

178320104

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cindana Fibriani
NPM : 178320104
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 14 Oktober 2021

Yang menyatakan :


(4C567AJX813283699 ANI)

178320104

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Purwodadi, Pagar Merbau, Deli Serdang, Sumatera Utara Pada tanggal 24 Maret 1999 dari ayah Nurwansyah dan ibu Nuraini Penulis merupakan putri kedua dari tiga bersaudara.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar Negeri 101911 Sidodadi, Deli Serdang pada tahun 2011. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Pagar Merbau, Deli Serdang dan lulus pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Swasta Nusantara Lubuk Pakam dan lulus pada tahun 2017. Dan pada tahun 2017 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Penulis menyelesaikan kuliah strata satu (S1) pada tahun 2022.

Penulis melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) di Bank Syariah Indonesia Medan Petisah.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, saya selaku penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu pemenuhan persyaratan akademik untuk penyelesaian program perkuliahan strata satu program studi manajemen sesuai dengan yang telah ditetapkan pada jenjang pendidikan strata satu (S1) di Universitas Medan Area.

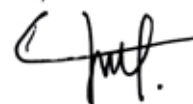
Adapun judul skripsi saya tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Bank Syariah Indonesia Medan Petisah”. Dalam hal ini penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis untuk membuat skripsi yang baik. Tak lupa, saya pun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tak terlepas dari bantuan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih saya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Sari Nuzullina R, SE, Ak, M.Acc Selaku wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat merangkap Gugus jaminan Mutu.

4. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si selaku wakil Dekan Bidang Pengembangan SDM dan Administrasi Keuangan.
5. Ibu Dr. Wan Suryani, SE, M.Si selaku Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni.
6. Ibu Rana Fathinah, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kerjasama dan Sistem Informasi.
7. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
8. Ibu Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membimbing, memberikan masukan dan saran untuk skripsi ini.
9. Ibu Dr. Lailan Tawila, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menghadiri seminar proposal saya.
10. Ibu Hesti Sabrina, SE, M.Si selaku Sekretaris Skripsi saya.
11. Ibu Dra. Isnaniah LKS, MMA selaku Dosen Ketua Skripsi saya yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menghadiri sidang skripsi saya.
12. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah memberikan bekal ilmu bagi penulis selama berkuliah.
13. Bapak Arlyandi selaku Manager Bank Syariah Indonesia Medan Petisah yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
14. Kedua Orang tua tercinta, adik dan keluarga yang selalu memberi ridho, do'a serta dukungannya sampai saat ini. Dan serta teman-teman semua yang selalu ada dan selalu memberi motivasi dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari semua pihak sehingga penulis akhirnya dapat merampungkan penyusunan skripsi ini diwaktu yang tepat.

Medan, Juni 2022



Cindana Fibriani



ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA MEDAN PETISAH

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah. Jenis penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data primer atau kuesioner dan metode analisis data menggunakan SPSS 25. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah yang berjumlah 11.355 nasabah. Teknik sampel yang digunakan adalah *Probability sampling* yaitu *Stratified Proportionate Random Sampling* dengan menggunakan rumus Slovin maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 387 responden. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pengaruh kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung Bank Syariah Indonesia Medan Petisah. Pengaruh kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia Medan Petisah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah.

KATA KUNCI : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Minat Menabung

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND TRUST ON INTEREST SAVING INTERESTS OF BANK SYARIA INDONESIA MEDAN PETISAH

This study aims to determine the effect of Service Quality and Trust on Saving Interests of Indonesian Sharia Bank Customers in Medan Petisah. This type of research is associative with a quantitative approach. The data used are primary data or questionnaires and the method of data analysis using SPSS 25. The population in this study were all customers of Bank Syariah Indonesia Medan Petisah totaling 11,355 customers. The sample technique used is probability sampling, namely Stratified Proportionate Random Sampling using the Slovin formula, the number of samples in this study was 387 respondents. Based on the results of this study indicate that partially the effect of service quality (X1) has a positive and significant effect on interest in saving at Bank Syariah Indonesia Medan Petisah. The influence of trust (X2) has a positive and significant effect on customer interest in saving at Bank Syariah Indonesia Medan Petisah. So it can be concluded that the quality of service and trust have a positive and significant effect on the interest in saving customers of Bank Syariah Indonesia Medan Petisah.

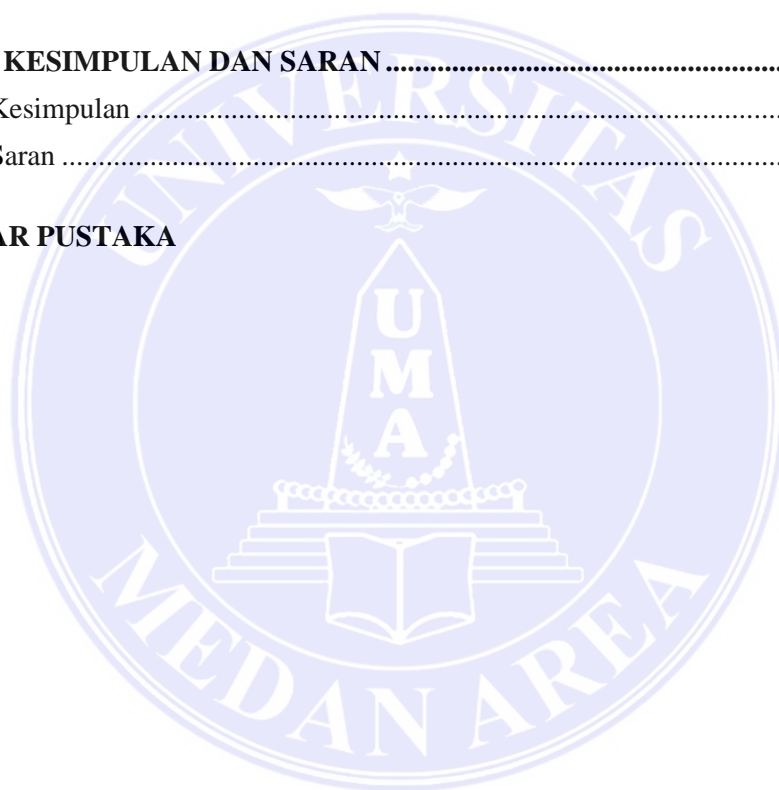
KEYWORDS: *Quality of Service, Trust and Interest in Savings*

| | |
|--|-------------|
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| RIWAYAT HIDUP..... | iv |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 15 |
| 1.1. Latar Belakang | 15 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 5 |
| Manfaat Penelitian | 6 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 7 |
| 2.1. Kualitas Pelayanan..... | 7 |
| 2.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan..... | 7 |
| 2.1.2. Karakteristik Pelayanan | 8 |
| 2.1.3. Indikator Kualitas Pelayanan | 9 |
| 2.2. Kepercayaan..... | 10 |
| 2.2.1. Pengertian Kepercayaan..... | 10 |
| 2.2.2. Karakteristik Kepercayaan..... | 11 |
| 2.2.3. Jenis Kepercayaan Nasabah..... | 13 |
| 2.2.4. Indikator Kepercayaan | 14 |
| 2.3. Minat Menabung | 15 |
| 2.3.1. Pengertian Minat Menabung..... | 15 |
| 2.3.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam minat menabung | 18 |
| 2.3.3. Indikator Minat Menabung..... | 20 |
| 2.3.4. Jenis-jenis Tabungan Bank Syariah Indonesia | 23 |
| 2.4. Penelitian Terdahulu | 21 |
| 2.5. Kerangka Konseptual..... | 23 |
| 2.6. Hipotesis | 25 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 26 |
| 3.1. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian | 26 |
| 3.1.1. Jenis Penelitian..... | 30 |
| 3.1.2. Tempat Penelitian | 30 |
| 3.1.3. Waktu Penelitian | 30 |
| 3.2. Populasi dan Sampel | 31 |
| 3.2.1. Populasi..... | 31 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2.2. Sampel..... | 32 |
| 3.3. Definisi Operasional Variabel..... | 33 |
| 3.4. Jenis dan Sumber Data..... | 34 |
| 3.4.1. Jenis Data..... | 34 |
| 3.4.2. Sumber Data..... | 34 |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data..... | 34 |
| Teknik Analisis Data..... | 35 |
| 3.6.1. Uji Kualitas Data..... | 35 |
| 3.6.2. Uji Asumsi Klasik..... | 36 |
| 3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda | 37 |
| 3.6.4. Uji Statistik | 37 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 39 |
| 4.1. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia..... | 39 |
| 4.1.1. Sejarah Bank Syariah Indonesia..... | 39 |
| 4.1.2. Makna Logo Bank Syariah Indonesia..... | 41 |
| 4.1.3. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia..... | 44 |
| 4.1.4. Produk Penghimpun dan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia..... | 45 |
| 4.1.5. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia | 47 |
| 4.2. Penyajian Data | 48 |
| 4.2.1. Identifikasi Responden..... | 48 |
| 4.2.2 Penyajian Data Variabel..... | 49 |
| 4.3. Analisis Data..... | 49 |
| 4.3.1. Metode Uji Instrumen | 50 |
| 4.3.1.1. Uji Validitas..... | 50 |
| 4.3.1. Uji Realibitas | 50 |
| 4.3.2. Uji Asumsi Klasik..... | 52 |
| 4.3.2.1. Uji Normalitas..... | 52 |
| 4.3.2.2. Uji Heteroskedastisitas..... | 55 |

| | |
|--|-----------|
| 4.3.2.3 Uji Multikolinieritas..... | 56 |
| 4.3.3. Analisis Linier Berganda | 57 |
| 4.3.4. Uji Hipotesis | 59 |
| 4.3.4.1. Uji Signifikan Parsial (Uji-T)..... | 59 |
| 4.3.4.2. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)..... | 60 |
| 4.3.4.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 61 |
| 4.4. Pembahasan..... | 62 |
| 4.4.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung | 62 |
| 4.4.2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menabung | 63 |
| 4.4.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung.. | 63 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 69 |
| 5.1. Kesimpulan | 69 |
| 5.2. Saran | 70 |

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual | 27 |
| Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia | 45 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia | 56 |
| Gambar 4.3 Grafik Histogram | 72 |
| Gambar 4.4 Pola P-P Plot | 73 |
| Gambar 4.5 Grafik Scatterplot Heteroskedastisitas | 75 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Jumlah Nasabah BSI Medan Petisah Tahun 2016-2021 | 3 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 25 |
| Tabel 3.1 Waktu Penelitian..... | 30 |
| Tabel 3.2 Operasional Variabel..... | 32 |
| Tabel 3.3 Bobot Nilai Angket..... | 35 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 57 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... | 57 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 58 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan..... | 58 |
| Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Tentang <i>Customer Service</i> BSI Medan Petisah Santun Dalam Melayani Nasabah..... | 59 |
| Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Tentang Karyawan BSI Medan Petisah Merespon Permintaan Saya dengan Cepat..... | 60 |
| Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Tentang Tindakan Cepat dan Tanggap Oleh Karyawan BSI Medan Petisah Saat Nasabah Membutuhkan Bantuan..... | 60 |
| Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Tentang BSI Medan Petisah Melayani Semua Nasabah..... | 61 |
| Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Tentang Karyawan BSI Medan Petisah Memberikan Saya Informasi Mengenai Produk Yang Jelas dan Mudah Dimengerti..... | 61 |
| Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Tentang Karyawan BSI Medan Petisah Menunjukkan Sikap Simpatik dan Bersahabat..... | 62 |
| Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Tentang Ketetapan Pelayanan Nasabah Sesuai Dengan Apa yang Dibutuhkan Nasabah..... | 62 |
| Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Tentang Karyawan BSI Medan Petisah Meiliki Pengetahuan dan Kemampuan yang Baik Sehingga Saya Yakin Berurusan Dengan Yang Bersangkutan..... | 63 |
| Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Tentang Saya Yakin Bahwa Menjadi Nasabah BSI Medan Petisah adalah Pilihan Terbaik dan Memberikan Rasa Nyaman..... | 64 |
| Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Tentang Saya Yakin Menabung di BSI Medan Petisah Lebih Aman Karena Bebas Dari Riba..... | 64 |
| Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Tentang Saya Tetap Memprioritaskan Jasa dan Layanan di BSI Medan Petisah..... | 64 |
| Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Tentang Dengan Menabung di BSI Medan Petisah Saya Mendapat Kemudahan Dalam Bertransaksi..... | 65 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden Tentang Dengan Menabung di BSI Medan Petisah Saya Mendapatkan Manfaat Ekonomi Karena Bagi Hasil Yang Saya Terima..... | 66 |
| Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden Tentang Kejelasan Tabungan yang diberikan Telah Mendorong Saya Menabung di BSI Medan Petisah..... | 67 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas pada Variabel Kualitas Pelayanan..... | 68 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas pada Variabel Kepercayaan..... | 68 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas pada Variabel Minat Menabung..... | 69 |
| Tabel 4.22 Hasil Uji Realibilitas pada Variabel Kualitas Pelayanan..... | 70 |
| Tabel 4.23 Hasil Uji Realibilitas pada Variabel Kepercayaan..... | 70 |
| Tabel 4.24 Hasil Uji Realibilitas pada Variabel Minat Menabung..... | 71 |
| Tabel 4.25 Uji Kolmogorov Smirnov | 74 |
| Tabel 4.26 Uji Multikolinieritas..... | 76 |
| Tabel 4.27 Hasil Analisis Linear Berganda..... | 77 |
| Tabel 4.28 Uji Signifikan Parsial (Uji -T)..... | 79 |
| Tabel 4.29 Uji Signifikan Simultan (Uji-F)..... | 80 |
| Tabel 4.30 Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 81 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini, perbankan merupakan inti dari sistem keuangan di setiap negara. Kehadiran perbankan berperan dan berpengaruh signifikan untuk masyarakat kalangan atas, menengah, maupun bawah. Ini dikarenakan masyarakat sudah terbiasa dan membutuhkan bank untuk penambahan modal ataupun menyimpan uang. Hadirnya Bank Syariah termasuk menjadi solusi untuk bertambahnya Minat masyarakat pada suatu kegiatan dalam perbankan dan memberikan rasa nyaman dan aman dalam bertransaksi.

Dalam hal ini salah satunya pada Bank Syariah Indonesia di cabang Medan Petisah yang hadir dan tampil sebagai bank yang dapat tumbuh idealisme dengan nilai-nilai rohani dalam kegiatan operasionalnya. Seperti bisnis yang lainnya dalam industri jasa, BSI dituntut untuk memberikan layanan yang baik, menunjukkan kinerja dan reputasi untuk meningkatkan rasa kepercayaan nasabah untuk dapat berminat menjadi nasabah serta menabung di Bank Syariah Indonesia Medan Petisah.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung nasabah yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap nasabah di Bank Syariah Indonesia Medan Petisah. Dalam memberikan pelayanan, Bank harus memenuhi kriteria kualitas pelayanan sehingga bisa mendapatkan nasabah yang loyal, seperti dari segi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi, dari segi kemampuan dalam pelayanan yang dilakukan dengan cepat dan memuaskan, keinginan para staf untuk

membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan, kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para nasabah.

Apabila nasabah puas maka nasabah akan loyal dan percaya dalam suatu jasa tersebut. Oleh sebab itu maka Bank harus dapat mengutamakan kualitas pelayanannya supaya bisa terus bertahan dalam bisnisnya. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada kepercayaan nasabah dan dampaknya akan berpengaruh juga pada Minat menabung nasabah.

Berbagai upaya dilakukan BSI Medan Petisah dalam meningkatkan Minat nasabah untuk menabung, diantaranya dengan didukung oleh para tenaga operasional yang profesional dan berpengalaman yang mempunyai kompetensi dalam bidangnya, oleh karena itu bank harus benar-benar memahami bagaimana menarik minat nasabah dalam menjadi nasabah di bank. Pengetahuan mengenai apa yang dibutuhkan oleh nasabah, siapa saja yang menjadi nasabah, dimana nasabah dapat memenuhi kebutuhannya, mengapa nasabah membutuhkan, siapa yang terlibat dalam kegiatan tersebut sudah menjadi prioritas bagi Bank dalam meningkatkan pelayanan dan kepercayaan kepada nasabah agar nasabah dapat berminat menabung. Hal yang melatarbelakangi permasalahan, bahwa berbagai upaya yang dilakukan oleh pihak bank tersebut tidak diimbangi dengan peningkatan nasabah. Hasil survey di lapangan menunjukkan bahwa perkembangan jumlah nasabah tiap tahunnya mengalami fluktuasi. Seperti yang ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah BSI Medan Petisah Tahun 2016-2021

| Tahun | Jumlah nasabah |
|---------------|-----------------------|
| 2016 | 1.045 |
| 2017 | 895 |
| 2018 | 1.450 |
| 2019 | 2.250 |
| 2020 | 1882 |
| 2021 | 3.833 |
| Jumlah | 11.355 |

Sumber: Bank Syariah Indonesia Medan Petisah, 2021

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa jumlah nasabah setiap tahunnya mengalami fluktuasi. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan terjadinya naik turunnya jumlah nasabah tersebut menunjukkan minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankan mengalami pasang surut. Hal ini disebabkan karena minat menabung nasabah yang belum seimbang dengan banyaknya jumlah nasabah yang melakukan transaksi secara langsung di BSI, Pada tabel 1.1 dijelaskan bahwa jumlah nasabah terendah pada tahun 2016-2017 dan tertinggi pada tahun 2019-2021. Faktor fluktuasi di BSI ini dapat disebabkan oleh minat nasabah dalam menabung di BSI seperti rasa aman, nyaman, ekspektasi masa depan, lokasi, transaksi, alat. Hal ini dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di BSI Medan Petisah (Pra Survei, 2021).

Dari beberapa nasabah yang merespon mengenai menabung di BSI Medan Petisah pada April 2021 lalu, beberapa orang masih kurang berminat menabung dikarenakan kerumitan perhitungan bagi hasil, pinjam uang mahal, jumlah ATM yang masih sedikit, kurang kerjasama ke *merchant* lainnya jadi cukup sulit bertransaksi. Fenomena di lapangan menunjukkan BSI Medan Petisah harus melakukan strategi untuk mencapai keunggulan bersaing yang membedakannya

dengan perbankan lain dan untuk mencapai tujuannya yaitu menjadi pemimpin pasar dalam jasa perbankan dan memicu nasabah untuk minat menabung.

Oleh karena itu, sangat diperlukan peningkatan yang baik dalam memasarkan produknya, memberikan inovasi pada produknya, dan juga meningkatkan kualitas pelayanan, dengan seperti ini nasabah mendapatkan kepercayaan sehingga nasabah akan menjadi berminat menabung dan tentunya menjadi keuntungan tersendiri bagi Bank Syariah Indonesia Medan Petisah itu sendiri.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik mengadakan penelitian dan membahas kualitas pelayanan perbankan dan kepercayaan nasabah dengan minat menabung nasabah sebagai mediator. Maka dari itu penulis mengangkat judul **õPengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia O g f c p " R g v k u c j ö**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditetapkan maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Medan Petisah ?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia di Medan Petisah ?

3. Apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Medan Petisah?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Indonesia Medan Petisah.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia Medan Petisah.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah Indonesia Medan Petisah.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi akademik

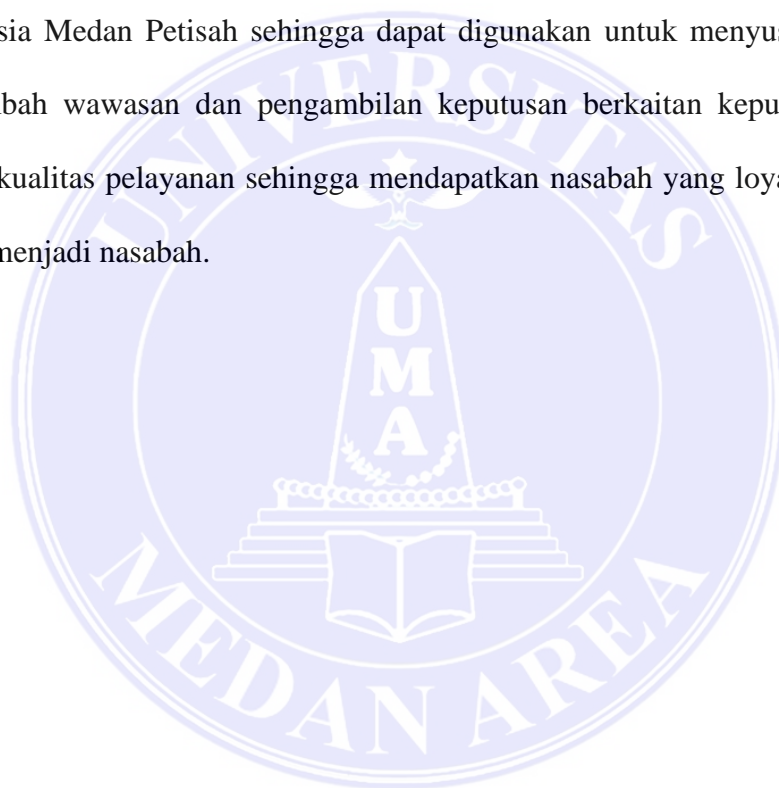
Sebagai referensi penelitian berikutnya terkait pengaruh minat menabung pada bank syariah serta dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik bagi pihak universitas.

2. Bagi peneliti yang akan datang

Dapat memberikan penambahan pengetahuan, umumnya mengenai perbankan, khususnya pada pengaruh minat menabung pada bank syariah serta sebagai bahan referensi dalam bidang yang sama.

3. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan informasi dan masukan kepada Bank Syariah Indonesia Medan Petisah sehingga dapat digunakan untuk menyusun kebijakan, menambah wawasan dan pengambilan keputusan berkaitan keputusan nasabah dalam kualitas pelayanan sehingga mendapatkan nasabah yang loyal dan percaya untuk menjadi nasabah.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono & Chandra (2011:164), sebuah konsep tentang kualitas dianggap sebagai suatu ukuran kesempurnaan sebuah produk ataupun layanan berdiri dari kualitas kesesuaian dan kualitas desain (*con- formance quality*). jika beberapa faktor bisa memenuhi harapan nasabah seperti kondisi dinamis yang berhubungan dengan sumber daya manusia, produk, jasa, proses dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Kotler (2012:378) setiap kegiatan atau Tindakan yang bisa ditawarkan oleh satu pihak terhadap pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun yang dimaksud juga sebagai pelayanan.

Menurut Vargo & Lusch dalam Tjiptono (2011:3), menyatakan bahwa layanan merupakan suatu proses interaksi dalam melakukan sesuatu terhadap seseorang.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan oleh karena itu layanan ialah suatu Tindakan atau aktifitas antara pemberi dan penerima layanan yang ditawarkan oleh pihak pemberi secara tidak berwujud jadi tidak dapat dirasakan oleh fisik. Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono & Chandra (2011:180), kualitas layanan seperti ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberi dapat terwujud sesuai harapan pelanggan.

2.1.2. Karakteristik Pelayanan

Menurut Tjiptono & Chandra (2016:25-29) Karakteristik pelayanan memiliki 4 karakteristik yaitu :

1. *Intangibility*, Layanan bersifat *intangible*, artinya pelayanan tidak dapat dirasa, dilihat, didengar, dicium atau diraba sebelum dikonsumsi atau dibeli. Konsep *intangible* ini mempunyai dua pengertian menurut (Berry, 1980) :
 - a. Sesuatu hal yang tidak bisa disentuh dan tidak dapat dirasakan; dan
 - b. Sesuatu hal yang tidak mudah didefinisikan, dirumuskan, atau dipahami secara rohanih.
2. *Variability*, Pelayanan sangat bersifat variabel dan merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat sangat banyak variasi bentuk, jenis, dan kualitas, tergantung kepada kapan, siapa, dan dimana layanan tersebut diproduksi.

Semuanya ini menyebabkan organisasi layanan sulit mengembangkan citra merek yang konsisten sepanjang waktu.

3. *Inseparability*, Interaksi antara penyedia layanan dan nasabah merupakan suatu ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi pada hasil (*outcome*) dari jasa bersangkutan. Dalam suatu hubungan antara penyediaan layanan dan nasabah ini, efektivitas individu yang memberikan jasa (*contact-personnel*) termasuk merupakan unsur kritis. maksudnya, kunci keberhasilan sebuah bisnis jasa terletak pada proses seleksi dan rekrutmen, penilaian kinerja, sistem imbalan, pelatihan, dan perkembangan karyawannya. penyebab lainnya yang juga tak kalah penting ialah pada pemberian perhatian

khusus terhadap tingkat partisipasi/keterlibatan nasabah dalam proses pemberian layanan dan yang harus diperhatikan secara cermat ialah ketersediaan dan akses pada fasilitas pendukung layanan. Pemilihan lokasi yang tepat, terutama dalam konteks mudah diakses pelanggan dan/atau mudah mengakses pelanggan, juga memainkan peran penting.

4. *Perishability*, berarti bahwa layanan adalah suatu produk yang tidak akan tahan lama, tidak bisa disimpan untuk pemakaian secara berulang pada waktu yang akan datang, dikembalikan, atau dijual kembali (Edgett & Parkinson, 1993; Zeithaml & Bitner, 2003).

2.1.3. Indikator Kualitas Pelayanan

1. *Tangibles* (berwujud) merupakan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana bentuk fisik pada perusahaan yang bisa diandalkan oleh keadaan lingkungan sekitarnya merupakan suatu bukti nyata pada layanan yang diberikan oleh si pemberi layanan.
2. *Realibility* (kehandalan), merupakan suatu pelaksanaan dan perancangan terhadap suatu unsur sehingga unsur tersebut dapat menerapkan fungsinya dengan sangat baik, tanpa kegagalan, sesuai dengan rancangan atau proses yang telah dibuat. Keandalan adalah bahwa kemungkinan suatu sistem memiliki kinerja yang sesuai dengan fungsi yang telah diharapkan dalam beberapa waktu dan suatu kondisi operasi tertentu. Secara umum keandalan adalah suatu pengukuran kemampuan dalam sebuah unsur yang beroperasi

secara terus menerus tanpa adanya kerusakan, Tindakan perawatan pencegahan yang dilaksanakan bisa meningkatkan sistem keandalan.

3. *Responsivess* (ketanggapan), merupakan suatu strategi dalam membantu dan memberikan pelayanan yang sangat cepat/*responsive* dan tepat kepada nasabah, dengan menyampaikan informasi yang sangat jelas.
4. *Assurance* (jaminan), adalah kemampuan, pengetahuan, dan kesopansantunan para pegawai suatu perusahaan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan kepada nasabah terhadap perusahaan.
5. *Emphaty* (Empati), adalah pemberian perhatian yang khusus dan tulus serta bersifat pribadi atau individu yang diberikan kepada para nasabah dengan supaya dapat memahami keinginan nasabah. jika kelima dimensi kualitas layanan mendapatkan nilai positif maka kualitas layanan ini akan dapat berdampak pada terjadinya suatu keputusan pembelian.

2.2. Kepercayaan

2.2.1. Pengertian Kepercayaan

Menurut Tumbel dalam Chu (2003) mendefinisikan kepercayaan bersifat percaya yang didasari pada integritas dan reliabilitas serta pada ketergantungan antara para nasabah dengan penyedia. Menurut Tumbel dalam Ziqmund (2003:72) kepercayaan (trust) kerterkaitan dengan emotional bonding yaitu kemampuan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.

2.2.2. Karakteristik Kepercayaan

Menurut Putri dalam Donni Juni (2017, 118) kepercayaan dibangun atas sejumlah karakteristik. Berbagai karakteristik yang berhubungan dengan kepercayaan yaitu sebagai berikut:

1. Menjaga Hubungan

Nasabah yang percaya akan dapat senantiasa menjaga hubungan yang baik antara dirinya dengan suatu perusahaan karena dia akan menyadari bahwa hubungan yang baik maka akan memberikan dampak yang menguntungkan bagi dirinya.

2. Menerima Pengaruh

Nasabah yang mempunyai rasa kepercayaan yang tinggi dapat dengan mudah dipengaruhi sehingga biaya pengeluaran perusahaan/pemasaran untuk program pemasaran dapat menjadi semakin murah.

3. Terbuka dalam Komunikasi

Nasabah yang mempunyai rasa kepercayaan yang tinggi kepada perusahaan akan dapat memberikan informasi yang berguna bagi suatu perusahaan sehingga arus informasi dapat berjalan lancar.

4. Mengurangi Pengawasan

Nasabah yang memiliki rasa percaya biasanya jarang mengkritik sehingga ia mengurangi fungsi pengawasannya terhadap suatu perusahaan/pemasar.

5. Kesabaran

Nasabah yang memiliki rasa percaya akan dapat memiliki kesabaran yang berlebih dibandingkan dengan nasabah biasa.

6. Memberikan Pembelaan

Nasabah yang memiliki rasa percaya akan bisa memberikan pembelaan kepada suatu perusahaan/pemasar ketika produk yang dikonsumsi dikritik oleh kompetitor atau pengguna lainnya.

7. Memberi Informasi yang Positif

Nasabah yang memiliki rasa percaya akan bisa selalu memberikan informasi yang sangat positif dan membangun bagi suatu perusahaan.

8. Menerima Risiko

Nasabah yang memiliki rasa percaya akan dapat menerima resiko apapun ketika ia akan memutuskan untuk menggunakan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

9. Kenyamanan

Nasabah yang memiliki rasa percaya akan dapat melakukan pembelian secara berulang-ulang karena ia percaya bahwa suatu perusahaan/pemasar memberikannya rasa kenyamanan untuk mengkonsumsi produk dalam jangka waktu pendek maupun panjang

10. Kepuasan

Nasabah yang memiliki rasa percaya dapat dengan mudah untuk diberikan kepuasan dibanding nasabah yang tidak percaya.

2.2.3. Jenis Kepercayaan Nasabah

Putri dalam Donni Juni (2017,119) menyatakan terdapat tiga jenis kepercayaan nasabah, sebagai berikut:

1. Kepercayaan Atribut Objek

Pengetahuan tentang suatu objek yang memiliki atribut khusus dan disebut sebagai kepercayaan objek. Kepercayaan atribut objek menghubungkan suatu atribut dengan objek, seperti seseorang, barang atau jasa.

2. Kepercayaan Manfaat Produk

Nasabah mencari suatu produk dan jasa yang dapat menyelesaikan masalah-masalah dalam memenuhi kebutuhannya dengan kata lain mempunyai atribut yang dapat memberikan manfaat yang bisa dikenal.

3. Kepercayaan Manfaat Objek

Jenis kepercayaan ketiga dibentuk dengan menghubungkan suatu objek dan manfaatnya. Kepercayaan manfaat objek yaitu merupakan persepsi nasabah tentang seberapa jauh suatu produk, orang atau jasa tertentu yang dapat memberikan manfaat tertentu.

2.2.4. Indikator Kepercayaan

Menurut Putri dalam Maharani (2010) adanya empat indikator didalam variabel kepercayaan yaitu :

1. Keandalan

Keandalan adalah kestabilan dari beberapa pengukuran. Keandalan ditujukan untuk pengukuran kestabilan suatu perusahaan dalam melaksanakan usahanya dari masa dulu sampai sekarang.

2. Kejujuran

Sebagaimana suatu perusahaan/pemasar menawarkan produk barang atau jasa yang sesuai dengan informasi yang akan diberikan perusahaan/pemasar kepada nasabahnya.

3. Kepedulian

Perusahaan/pemasar yang akan selalu melayani dengan baik para nasabahnya, selalu dapat menerima keluhan-keluhan yang dikeluhkan nasabahnya serta selalu menjadikan nasabah sebagai prioritas.

4. Kredibilitas

Kualitas atau kekuatan yang ada pada suatu perusahaan/pemasar untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya.

2.3. Minat Menabung

2.3.1. Pengertian Minat Menabung

Minat menabung menurut Kotler (2011:14) menyatakan Minat menabung adalah tindakan dari nasabah untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya nasabah selalu mempertimbangkan kualitas, inflasi dan produk yang sudah di kenal oleh masyarakat sebelum nasabah memutuskan untuk membeli.

Berikut ini Peter dan Olson (2013:19) juga menyatakan tentang Minat menabung, yakni perilaku nasabah sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mengakui dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Minat menabung merupakan suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan.

Kotler (2011:235-245) mengemukakan ada lima tahap proses Minat menabung yaitu :

1) Pengenalan Masalah.

Proses membeli nasabah dimulai karena adanya suatu masalah atau suatu kebutuhan dan kebutuhan tersebut dapat digerakkan oleh rangsangan dari luar maupun dalam pembeli. Dari kebutuhan normal seseorang, yaitu rasa lapar atau

dahaga akan meningkatkan hingga suatu tingkat tertentu dan berubah menjadi dorongan, yang biasanya ditimbulkan dari ransangan internal. Dan kebutuhan yang didapat dari ransangan eksternal misalnya seseorang yang membeli mobil disebabkan karena melihat mobil baru tetangganya.

2) Pencarian Informasi.

Tahap kedua dari proses ini sangat berkaitan dengan pencarian informasi. Untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan karena pencarian informasi bersifat aktif harus dapat berubah kunjungan terhadap beberapa toko untuk membuat perbandingan inflasi dan suku bunga. Sedangkan informasi pasif, mungkin hanya membaca suatu pengiklanan di majalah atau surat kabar tanpa mempunyai tujuan khusus alam tujuannya tentang gambaran yang diinginkan.

3) Evaluasi Alternatif.

Tahap evaluasi alternatif terjadi setelah nasabah menetapkan tujuan pembelian kemudian mengadakan seleksi terhadap alternatif pembelian berdasarkan tujuan pembeliannya. Tujuan pembelian masing masing nasabah tidak selalu sama, tergantung pada jenis produk dan kebutuhannya. Ada nasabah yang mempunyai tujuan pembelian untuk meningkatkan prestasi, ada yang hanya sekedar ingin memenuhi kebutuh jangka pendek, ada juga yang ingin meningkatkan pengetahuan. Setelah tujuan pembelian ditetapkan, nasabah perlu mengidentifikasi alternatif- alternatif pembeliannya. Mengidentifikasi alternatif tersebut tidak dapat terpisah dari pengaruh sumber sumber yang dimiliki maupun resiko keliru dalam pemilihan. Atas dasar tujuan pembelian, alternatif- alternatif pembelian yang telah diidentifikasi dinilai dan diseleksi menjadi

alternatif pembelian yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginannya.

4) Minat menabung.

Keputusan untuk membeli disini merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Jadi setelah tahap-tahap dimuka dilakukan, maka nasabah harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Bila nasabah memutuskan untuk membeli, nasabah akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut produk, inflasi, penjual, waktu pembelian dan setiap perusahaan dapat mengusahakan untuk menyederhanakan pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh para nasabah. Oleh karena itu, orang yang menemui kesulitan dalam membuat Minat menabung. Perusahaan perlu mengetahui berapa jawaban-jawaban atas pertanyaan-pertanyaan menyangkut perilaku nasabah dalam Minat menabungnya.

5) Perilaku Pasca Pembelian.

Setelah melakukan pembelian, nasabah akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Nasabah juga akan melakukan beberapa kegiatan, seperti kepuasan pasca pembelian dan tindakan pasca pembelian.

Dilihat dari tahap-tahap dalam proses Minat menabung tersebut, seseorang nasabah yang merasa puas cenderung akan mengatakan hal-hal yang baik.

Sebaliknya nasabah yang merasa tidak puas akan berusaha mengurangi ketidaksesuaian tersebut. Untuk mengatasi ketidakpuasan tersebut nasabah dapat melakukan tindakan-tindakan sebagai berikut:

- a. Mengambil tindakan. Baik dilakukan secara individu maupun yang dilakukan secara bersama-sama.
- b. Tidak mengambil tindakan sama sekali.

2.3.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah dalam Minat Menabung

Setiap nasabah mempunyai alasan yang berbeda-beda yang mempengaruhi inflasi untuk membeli suatu produk. Karena nasabah memiliki kepribadian dan pemikiran yang berbeda-beda. Berikut ini kita akan membahas faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Minat menabung nasabah terhadap suatu produk.

Menurut Peter dan Olson (2013:23) ada beberapa faktor yang yang mempengaruhi perilaku nasabah antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Suku bunga, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada nasabah yang melebihi atau paling tidak sama dengan suku bunga dari pesaing.
- 2) Inflasi merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan inflasi dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi differensiasi barang dalam pemasaran.
- 3) Kenyamanan, pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.
- 4) Inflasi dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul dalam benak nasabah ketika mengingat suatu inflasi tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat

muncul dalam bentuk pemikiran atau inflasi tertentu yang dikaitkan suatu inflasi, sama halnya ketika kita berpikir tentang orang lain.

Menurut Hasan (2013:35) Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung adalah sebagai berikut :

1) Faktor *marketing mix*

Para pemasar menggunakan sejumlah alat untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan dari pasar sasaran mereka, alat-alat itu membentuk suatu bauran pemasaran.

2) Faktor budaya

Budaya adalah karakter yang penting dari suatu sosial yang membedakannya dari kelompok kultur yang lainnya. Merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar.

3) Faktor Sosial

Orang sangat di pengaruhi oleh kelompok acuan mereka sekurang-kurangnya melalui tiga jalur: Kelompok acuan menghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya hidup baru.

4) Faktor Pribadi

Kepribadian merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

2.3.3. Indikator Minat Menabung

Menurut Kotler (2011:235-245) Minat menabung merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Jadi setelah tahap-tahap dimuka dilakukan, maka nasabah harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Bila nasabah memutuskan untuk membeli, nasabah akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut produk, inflasi, penjual, waktu pembelian dan setiap perusahaan dapat mengusahakan untuk menyederhanakan pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh para nasabah.

Menurut Akbar (2013:45) adapun beberapa indikator minat menabung adalah sebagai berikut :

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

2.3.4. Jenis-jenis Tabungan Bank Syariah

Al-Wadiah merupakan prinsip simpanan murni dari pihak yang menyimpan atau menitipkan kepada pihak yang menerima titipan untuk dimanfaatkan atau tidakdimanfaatkan sesuai dengan ketentuan. Titipan harus bisa dijaga dan dipelihara oleh pihak yang menerima titipan, dan titipan ini bisa diambil sewaktu-waktu jika pada saat dibutuhkan oleh pihak yang menitipkannya. (Ismail, 2011:59)

Al-Mudharabah adalah akad perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan kerja sama usaha. Satu pihak akan menepatkan modal sebesar 100% yang disebut dengan *shahibul maal*, dan pihak lainnya sebagai pengelola usaha, disebut dengan *mudharib*. Bagi hasil dari usaha yang dikerjasamakan dihitung sesuai dengan nisbah yang disepakati antara pihak-pihak yang bekerja sama (Ismail, 2011:83).

Seseorang yang berminat menabung di bank syariah bisa menentukan pilihan antara akad al-wadi'ah atau al-mudharabah. Meskipun pada dasarnya jenis produk tabungan di bank syariah ini mirip dengan bank konvensional, yaitu tabungan, deposito, dan giro, namun dalam bank syariah terdapat perbedaan-perbedaan yang mendasar seperti yang dijelaskan pada berikut ini.

1. Giro

Pada umumnya, bank syariah menggunakan akad al-wadi'ah pada rekening giro. Nasabah yang membuka rekening giro berarti ia melakukan akad wadiah titipan. pada fiqh muamalah, wadiah dibagi menjadi dua macam yaitu : wadiah yad al-amanah dan wadiah yad ad-dhamanah. Akad wadiah yad al-amanah adalah akad titipan yang dilaksanakan sesuai dengan kondisi penerima titipan (dalam hal ini

bank) tidak wajib mengganti apabila terjadi kerusakan. Biasanya, akad ini diterapkan bank pada titipan murni, seperti safe deposit box. Dalam hal ini, bank hanya bertanggung jawab pada kondisi produk (uang) yang dititipkan. Adapun wadiah yad adh-dhamah adalah titipan yang dilaksanakan sesuai dengan kondisi penerima titipan bertanggung jawab atas nilai (bukan fisik) dari uang yang dititipkan. Bank syariah menggunakan akad wadiah yad adh-dhamah untuk rekening giro.

2. Tabungan

Bank syariah menggunakan dua akad didalam tabungan, yaitu wadi'ah dan mudharabah. Tabungan yang menjelaskan akad wadi'ah mengikuti pada prinsip-prinsip wadia'ah yad adh-dhamah seperti yang telah dijelaskan di atas. maknanya tabungan ini tidak akan bisa mendapatkan keuntungan karena ia titipan dan bisa diambil pada sewaktu-waktu dengan menggunakan buku tabungan atau media lain seperti kartu ATM. Tabungan berdasarkan akad wadi'ah ini tidak akan bisa mendapatkan keuntungan dari bank karena sifatnya yang titipan.

3. Deposito

Bank syariah melakukan penerapan akad mudharabah untuk deposito. Seperti dalam tabungan, dalam hal ini nasabah (deposan) bertindak sebagai shahibul maal dan bank sebagai mudharib. Penerapan mudharabah terdapat deposito dikarenakan kesesuaian yang terdapat diantara keduanya. Misalnya, seperti yang dikemukakan di atas bahwa akad mudarabah mensyaratkan adanya tenggang waktu antara penyeter dan penarikan agar dana itu bisa dapat diputar.

Tenggang waktu ini termasuk salah satu sifat deposito, bahkan didalam deposito terdapatnya pengaturan waktu, seperti 30 hari, 90 hari, dan seterusnya.

2.4. Penelitian Terdahulu

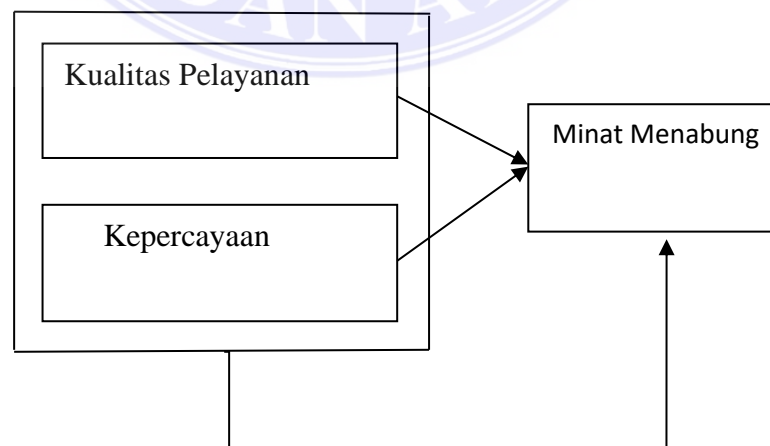
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No | Nama | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|--------------------------|---|---|
| 1. | Aziz, dkk (2020) | Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang | Menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan. |
| 2. | Andika S, dkk (2021). | Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi. | Terdapat pengaruh positif dan signifikan. |
| 3. | Jannah, F. Z. (2021). | Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kota Surabaya (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya). | Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada minat menabung. |
| 4. | Wijayani (2017) | Kepercayaan masyarakat menabung di Bank Syariah. | Tidak ada pengaruh pada kepercayaan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah. |
| 5. | Monica, A. C, dkk (2020) | Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara). | Menyatakan bahwa penelitiannya berpengaruh positif dan signifikan. |
| 6. | Nugroho, A. S. (2018) | Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan dan Minat Menabung terhadap Kemantapan Keputusan Menabung Nasabah di Bank Syariah | Hasil penelitiannya menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan. |
| 7. | Khotimah, N. (2018) | Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada | Menunjukkan bahwa hasil penelitiannya berpengaruh positif dan signifikan. |

| No | Nama | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|-------------------------|---|--|
| | | Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik. | |
| 8. | Oktaviani, H. R. (2021) | Pengaruh <i>Sharia Compliance</i> , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Masyarakat Kelurahan Pringapus). | Hasil penelitian ini sharia compliance dan kualitas pelayanan terhadap minat yang melalui kepercayaan yang berpengaruh positif dan tidak signifikan. |

2.5. Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir yang baik akan dapat menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang hendak diteliti. Maka secara teoritis perlunya dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Pertautan antar variabel tersebut, selanjutnya dirumuskan ke dalam bentuk hubungan antar variabel penelitian. Kriteria utama agar suatu kerangka pemikiran bisa meyakinkan sesamailmuan, adalah alur-alur pikiran yang logis dalam membangun suatu kerangka berfikir yang membuahkan kesimpulan yang berupa hipotesis.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

- ‘ = Kualitas Pelayanan
- = Kepercayaan
- = Minat Menabung

2.6. Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah dugaan atau referensi yang dirumuskan dalam jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan dalam kebenarannya. Hubungan variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut :

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menabung nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Medan Petisah.

H2 : Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menabung nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Medan Petisah.

H3 : Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia di Medan Petisah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, menurut V.Wiratna Sujarweni (2019:74), ialah penelitian yang dilakukan untuk dapat mengetahui hubungan diantara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka bisa dapat dibangun suatu teori yang bisa berfungsi untuk menjelaskan, mengontrol dan meramalkan suatu gejala yang timbul.

3.1.2. Tempat Penelitian

Untuk mendapatkan data-data yang relevan dalam penelitian ini, Penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Indonesia, Jl. Rotan No. 6-7, Medan Petisah, Petisah Tengah, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara.

3.1.3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian adalah waktu yang menunjukkan kapan penelitian ini dilaksanakan. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2020-2021.

Adapun waktu penelitian yang dilaksanakan adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

| No. | Kegiatan | 2020 | | | 2021 | | | | | 2022 |
|-----|---------------------|------|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|------|
| | | Sep | Nov | Des | Jan | Mar | Apr | Mei | Ags | Jan |
| 1 | Pengajuan Judul | ■ | | | | | | | | |
| 2 | Penyusunan Proposal | | ■ | ■ | ■ | | | | | |
| 3 | Seminar Proposal | | | | | ■ | | | | |
| 4 | Pengumpulan Data | | | | | | ■ | | | |
| 5 | Analisis Data | | | | | | | ■ | | |
| 6 | Seminar Hasil | | | | | | | | ■ | |
| 7 | Sidang Meja Hijau | | | | | | | | | ■ |

Sumber : Data diolah oleh Peneliti, 2020-2022

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut V.Wiratna Sujarweni (2019:80), Populasi adalah jumlah dari keseluruhan yang terdiri atas objek ataupun subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri Petisah Medan yang berjumlah 11.355 nasabah dari 2016 sampai 2021.

3.2.2. Sampel

Menurut Sugiono (2018 : 73), Sampel merupakan bagian dari jumlah populasi di atas maka ditentukan jumlah sampel menggunakan penarikan sampel. Metode yang digunakan untuk menentukan besaran sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *Stratified Proportionate Random Sampling*.

Rumus Slovin :


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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = batas toleransi kesalahan (error tolerance) 0%

Cara penyelesaian peneliti menggunakan 5% (0,5)

$$= \frac{386,3875}{1 + 386,3875 \times 0,05^2}$$
$$= 386,3875 = 387 \text{ Responden}$$

3.3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah variabel penelitiann dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrument, serta sumber pengukuran

Tabel 3.2
Operasional Variabel

| No | Variabel | Defenisi Operasional | Indikator Variabel | Skala Ukur |
|----|-------------------------|---|---|------------|
| 1 | Kualitas Pelayanan (X1) | Sebagai pengukuran seberapa bagus dan baik tingkat layanan yang telah diberikan mampu serta sesuai dengan ekspetasi nasabah, dimana diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan para nasabah serta cara penyampaianya untuk mengimbangi harapan nasabah (Parasuraman, et al., 1985 dalam Tjiptono dan Chandra, 2016 : 125) | Untuk mengukur variabel kualitas pelayanan penelitian ini mennggunakan indikator yang dikemukakan oleh Zeithaml (1988) yaitu : 1. Kecakapan customer service 2. Kemampuan penyelesaian masalah 3. Kecepatan pelayanan nasabah 4. Ketepatan pelayanan nasabah 5. Ketuntasan pelayanan 6. Kepedulian terhadap nasabah 7. Keadilan pelayanan terhadap nasabah (Andesra, 2016) | Likert |
| 2 | Kepercayaan (X2) | Derajat penilaian seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan di dalam situasi yang berubah-ubah dan beresiko. | 1. Tidak ada keraguan 2. memberikan manfaat 3. Tidak adanya kecurigaan 4. Berfikiran Baik. | Likert |

| No | Variabel | Definisi Operasional | Indikator Variabel | Skala ukur |
|----|--------------------|--|--|------------|
| 3 | Minat Menabung (Y) | Perilaku konsumen yang menunjukkan sejauh mana komitmennya untuk melakukan tindakan pembelian atau kegiatan penggunaan jasa. | Untuk mengukur variabel minat menabung penelitian ini menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Ferdinand (2002), yaitu : 1. Keinginan segera menabung 2. Mengutamakan menabung 3. Mencari informasi tabungan (Syahriyal, 2018) | Likert |

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis Data

Jenis-jenis data yang digunakan pada penelitian ini ialah data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka, sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika. Data kuantitatif memiliki fungsi untuk mengetahui jumlah atau besaran dari suatu objek yang diteliti.

3.4.2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer, data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuisioner dengan narasumber. Data ini menggunakan kuesioner yang didistribusikan langsung kepada nasabah di Bank Syariah Mandiri Medan Petisah.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data didalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa macam teknik antara lain :

1. Observasi adalah suatu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang terlihat pada objek penelitian.
2. Kuesioner atau Angket (questionnaire) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan bermacam cara seperti memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab.

Nilai bobot angket yang ditentukan yaitu :

Tabel 3.3
Bobot Nilai Angket

| Pernyataan | Bobot |
|---------------------------|-------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Netral (N) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

3.6. Teknik Analisis Data

Data penelitian yang dikumpulkan akan dianalisis melalui metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik pengujian sebagai berikut :

3.6.1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013 : 52) Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan kriteria dalam pengukuran kuesioner, sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $>$ r table maka pernyataan dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r table maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013 : 47) reliabilitas sebenarnya merupakan suatu alat untuk mengukur sebuah kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dinyatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut ialah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini cara yang digunakan peneliti untuk menguji reliabilitas kuesioner dengan menggunakan rumus koefisien Cronbach Alpha, yaitu:

- 1) Apabila hasil koefisien Cronbach Alpha $>$ taraf signifikansi 70% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliable.
- 2) Apabila hasil koefisien Cronbach Alpha $<$ taraf signifikansi 70% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013 : 29) apabila terdapatnya normalitas maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Yaitu perbedaan diantara nilai prediksi dengan skor yang sebenarnya atau error akan terdistribusi secara simetri disekitar nilai means sama dengan nol. Adanya 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu sebagai berikut :

1) Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk dapat melihat normalitas residual ialah dengan melihat grafik histogram yang melakukan perbandingan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati pada distribusi normal. Namun demikian jika hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah/total sampel yang kecil. Metode yang lebih handal ialah dengan cara melihat normal probability plot yang melakukan perbandingan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan dapat membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal, jika distribusi data residual normal maka garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2013 : 160-161).

2) Analisis Statistik

Uji normalitas dengan grafik bisa menyesuaikan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa dapat sebaliknya (Ghozali 2013 : 163).

b. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2013 : 105-106) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji dan mengukur apakah model regresi dapat ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak ada terjadinya korelasi diantara variabel independen. Apabila variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal ialah variabel independen yang dinilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai yang dihasilkan pada suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. apabila antar variabel ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi supaya variabel independen tidak berarti bebas dari multikolonieritas. Multikolonieritas bisa dapat disebabkan karena adanya efeknya dari kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- 3) Multikolonieritas bisa juga dilihat dari nilai tolerance dan lawannya variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan adanya setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam penjelasan sederhananya setiap variabel independen akan menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. Tolerance

mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak akan dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1 \geq 10$). Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat bisa ditolerir. Sebagai missal nilai tolerance = 0,10 sama dengan tingkat kolonieritas 0,95. Walaupun multikolonieritas bisa dapat dideteksi dengan nilai Tolerance dan VIF, tetapi kita masih tetap tidak dapat mengetahui variabel-variabel independen mana sajakah yang paling dapat berkolerasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013: 139) uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadinya ketidaksamaan variance dari residual ataupun pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut sebagai heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossection dapat mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang dapat mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor *predictor* dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis seberapa besar hubungan dan pengaruh

variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap variabel Minat Menabung pada nasabah Bank Syariah Mandiri Medan Petisah. Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini menggunakan SPSS for windows. Bentuk persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + E$$

Keterangan:

Y = Minat Menabung

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi dari variabel X1 (Kualitas Pelayanan)

β_2 = Koefisien Regresi dari variabel X2 (Kepercayaan)

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kepercayaan

E = Standar Error (variabel pengganggu)

3.6.4. Uji Statististik

a. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghazali (2013: 97) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauhnya kemampuan model menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai yang kecil berarti dapat menandakan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi-variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel

variabel independent dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Menurut Ghozali (2013: 98) uji statistik F pada dasarnya dapat menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan kedalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen ataupun terikat. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji statistic F sebagai berikut:

- 1) Quick look : jika nilai F lebih besar daripada 4 pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain hipotesis alternative diterima yang dapat menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) perbandingan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada F maka semua variabel independent akan secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2013 : 98) uji statistik t pada dasarnya dapat menunjukkan seberapa jauhnya pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Cara melakukan uji statistik t adalah sebagai berikut yaitu :

1) Quick look : jika jumlah degree of freedom (df) adalah 20 atau lebih dan derajat kepercayaan sebesar 5% maka bisa dapat dinyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

2) Membandingkan nilai statistic hasil perhitungan dengan titik kritis menurut tabel. jika nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi daripada nilai t tabel maka bisa dinyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya membahas pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat menabung Bank Syariah Indonesia Medan Petisah, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia Medan Petisah secara parsial dengan nilai t hitung $4,507 > t$ tabel $1,960$ serta nilai signifikan kualitas pelayanan $0,000$, dimana $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_1 diterima yang artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah.
2. Terdapat pengaruh kepercayaan pada minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia Medan Petisah dengan nilai t hitung $4,093 > t$ tabel $1,960$ serta nilai signifikan kepercayaan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan H_2 diterima yang artinya bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung Bank Syariah Indonesia Medan Petisah.
3. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah secara parsial dengan nilai sebesar $0,000$, dimana $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $25,954 > F$ tabel $3,00$, maka menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung.

4. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat menabung nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah secara simultan dengan nilai *R square* sebesar 0,119 atau 11,9% sedangkan 88,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel lain yang tidak diteliti.

5.2. Saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, ada beberapa hal yang perlu disampaikan sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah sehingga diharapkan Bank Syariah Indonesia Medan Petisah dapat mempertahankan bahkan meningkatkan lebih baik lagi strategi layanan agar lebih menarik sehingga nasabah lebih tertarik dan terus percaya dan berminat menabung di Bank Syariah Indonesia Medan Petisah.

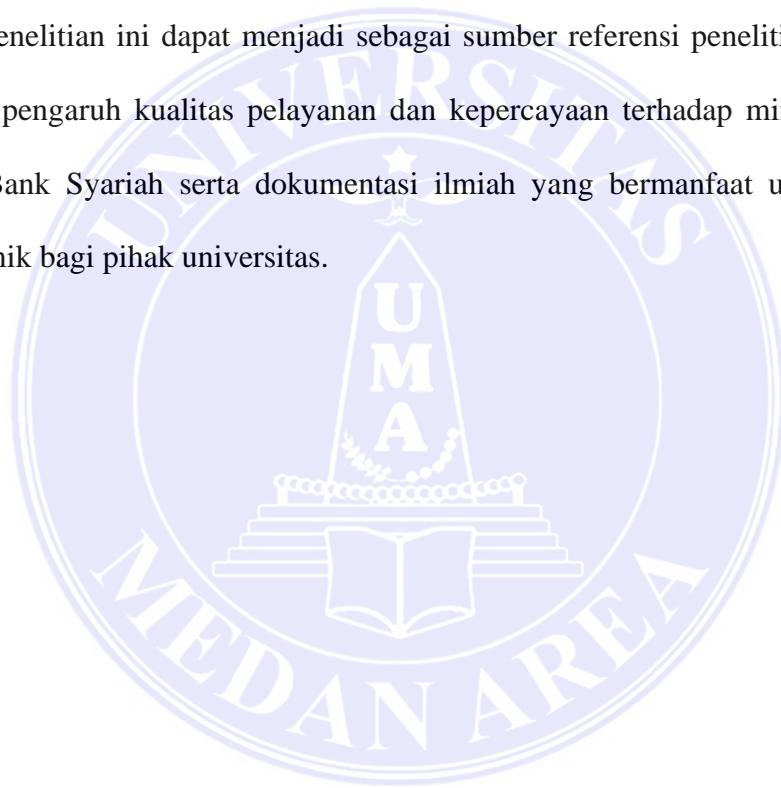
2. Bagi peneliti lain

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas menyatakan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung pada nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti lain sekaligus sebagai pengembangan kualitas layanan dan kepercayaan khususnya dalam bidang

manajemen pemasaran dan diharapkan untuk penelitian berikutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kekurangan dan kelemahan dalam penelitian ini.

3. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas menyatakan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi sebagai sumber referensi penelitian berikutnya terkait pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat menabung pada Bank Syariah serta dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik bagi pihak universitas.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program Ibm Spss 21: Up Date PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *“Marketing Management”*. US of America: Pearson Education.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PustakaBaruPress.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *“Service, Quality & Satisfaction”*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction (4 ed.)*. Yogyakarta: Andi.

Jurnal :

Andika, S., & Syahputra, M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1250-1257.

Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227-234.

Daulay, R. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung nasabah pada bank mandiri syariah di kota medan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 12(1).

Jannah, F. Z. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kota Surabaya (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).

Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiulitas, Kercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik. *jmm17*, 5(01).

Monica, A. C., & Arafah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara). *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 639-648.

Nugroho, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan dan Minat Menabung terhadap Kemantapan Keputusan Menabung Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus pada BRI Syariah KC Semarang) (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).

Oktaviani, H. R. (2021). Pengaruh *Sharia Compliance*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Masyarakat Kelurahan Pringapus).

Ulfa, S. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (studi kasus pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).

Wijayani, D. R. (2017). Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(1), 1-12.

Link :

<https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/04/22/download-tabel-f-lengkap/>

<https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/04/21/download-tabel-t-untuk-d-f-1-200/>

<https://www.bankbsi.co.id/>

LAMPIRAN 1

DRAFT KUESIONER

No Responden :

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENABUNG BANK SYARIAH INDONESIA MEDAN PETISAH

Kepada :

Yth. Saudara/I Responden

di Kota Medan

Dengan Hormat,

Dalam rangka mengumpulkan data dan untuk penyelesaian Studi Strata Satu (S1), Saya mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Bank Syariah Indonesia"** yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung bank syariah Indonesia. Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Medan. Dengan demikian, saya mohon bantuan dan dukungan anda dalam hal ini :

Nama : Cindana Fibriani

Npm : 178320104

Jur/Fak/PT : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis/Universitas Medan Area

Berdasarkan dengan hal tersebut, saya mengharapkan bantuan anda dalam penelitian yang saya lakukan dengan kesediaan mengisi daftar kuesioner yang terlampir. Mohon diisi setiap pernyataan sesuai dengan kondisi anda yang sebenarnya. Data yang diperoleh dari pengisian kuesioner ini hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Kerahasiaan terhadap isi kuesioner sangat dijamin oleh peneliti. Atas partisipasi dan kerjasama anda yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab semua pertanyaan dalam kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

I. IDENTITAS RESPONDEN

Beri tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang paling sesuai dengan pilihan anda.

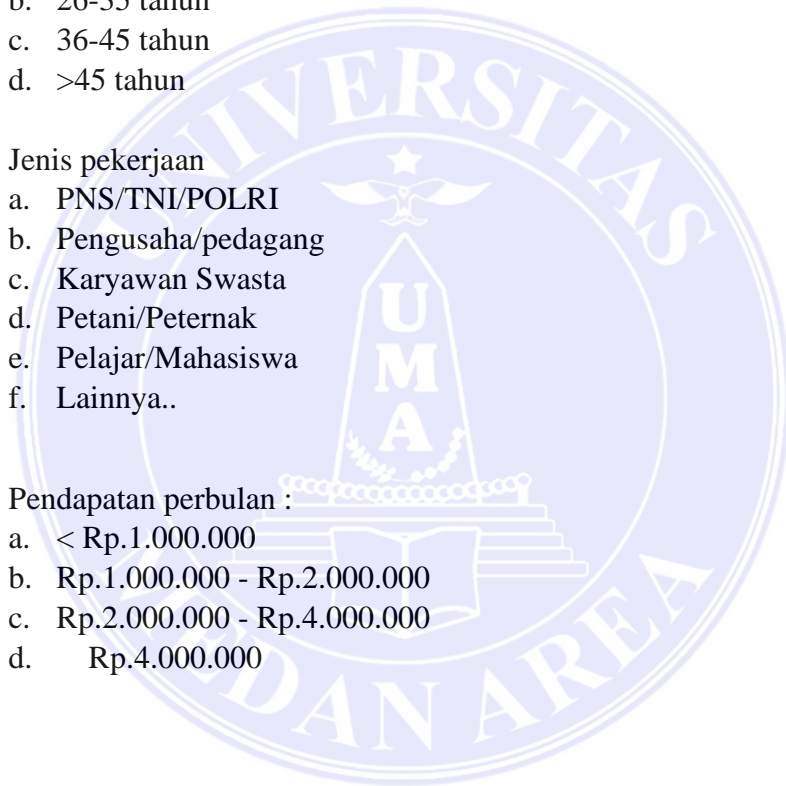
1. Nama :.....(boleh diisi inisial)

2. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan

3. Usia :
 - a. 18-25 tahun
 - b. 26-35 tahun
 - c. 36-45 tahun
 - d. >45 tahun

4. Jenis pekerjaan
 - a. PNS/TNI/POLRI
 - b. Pengusaha/pedagang
 - c. Karyawan Swasta
 - d. Petani/Peternak
 - e. Pelajar/Mahasiswa
 - f. Lainnya..

5. Pendapatan perbulan :
 - a. < Rp.1.000.000
 - b. Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000
 - c. Rp.2.000.000 - Rp.4.000.000
 - d. Rp.4.000.000



KUESIONER PENELITIAN**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT MENABUNG BANK SYARIAH INDONESIA
MEDAN PETISAH**

Kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini, dengan mengisi dan memberikan tanda centang (J) pada pilihan jawaban yang anda anggap sesuai dengan kondisi atau pendapat anda yang sebenarnya.

Keterangan jawaban :

1. STS (Sangat tidak setuju)
2. TS (Tidak setuju)
3. N (Netral)
4. S (Setuju)
5. SS (Sangat Setuju)

| NO | Pertanyaan | STS | TS | N | S | SS |
|----|---|-----|----|---|---|----|
| | Kualitas Pelayanan | | | | | |
| 1 | Costumer Service BSI Medan Petisah santun dalam melayani nasabah. | | | | | |
| 2 | Karyawan BSI Medan Petisah merespon permintaan transaksi saya dengan cepat. | | | | | |
| 3 | Tindakan cepat dan tanggap oleh karyawan BSI Medan Petisah saat nasabah membutuhkan bantuan. | | | | | |
| 4 | BSI Medan Petisah melayani semua nasabah | | | | | |
| 5 | Karyawan BSI Medan Petisah memberikan saya informasi mengenai produk yang jelas dan mudah dimengerti. | | | | | |
| 6 | Karyawan BSI Medan Petisah mampu menunjukkan sikap simpatik dan bersahabat. | | | | | |
| 7 | Ketepatan pelayanan nasabah sesuai dengan apa yang dibutuhkan nasabah | | | | | |

| NO | Pertanyaan | STS | TS | N | S | SS |
|----|---|-----|----|---|---|----|
| | Kepercayaan | | | | | |
| 1 | Karyawan BSI Medan Petisah memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik sehingga saya yakin berurusan dengan yang bersangkutan. | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| 2 | Saya yakin bahwa menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia Medan Petisah adalah pilihan terbaik dan memberikan rasa nyaman. | | | | | |
| 3 | Saya merasa sulit untuk berpindah dari Bank Syariah Indonesia Medan Petisah. | | | | | |
| 4 | Saya tetap memprioritaskan jasa dan layanan di Bank Syariah Indonesia Medan Petisah | | | | | |

| NO | Pertanyaan | STS | TS | N | S | SS |
|----|--|-----|----|---|---|----|
| | Minat Menabung | | | | | |
| 1 | Dengan menabung di BSI Medan Petisah saya mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi. | | | | | |
| 2 | Dengan menabung di BSI Medan Petisah, saya mendapatkan manfaat ekonomi karena bagi hasil yang saya terima. | | | | | |
| 3 | Kejelasan tabungan yang diberikan telah mendorong saya menabung di BSI Medan Petisah. | | | | | |