

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH MEMILIH TABUNGAN SIMPATIK
PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E.) Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo*



Oleh

SULPIANI SULTAN
16 0402 0173

**PROGRAM STUDI PERBANKANSYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
2021**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH MEMILIH TABUNGAN SIMPATIK
PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E.) Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo*



- 1. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si**
- 2. Abd. Kadir Arno, S.E., M.Si**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sulpiani Sultan
Nim : 16 0402 0173
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi, atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain, yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggungjawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 12 Maret 2021

Yang membuat persyaratan

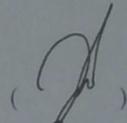
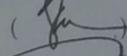
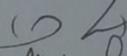
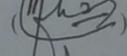
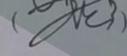
Sulpiani_Sultan
Nim.16 0402 0173

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Simpatik pada Bank Syariah Indonesia yang ditulis oleh Sulpiani Sultan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0173, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 19 April 2021 Miladiyah bertepatan dengan 7 Sya'ban 1442 Hijriyah telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 27 April 2021

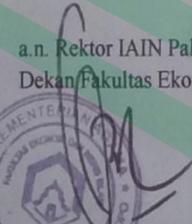
TIM PENGUJI

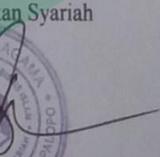
- | | | |
|---|---------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Ketua Sidang | () |
| 2. Hendra Safri, S.E., M.M. | Penguji I | () |
| 3. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek. | Penguji II | () |
| 4. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. | Pembimbing I | () |
| 5. Abd. Kadir Arno, S.E.Sy., M.Si. | Pembimbing II | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP. 19610208199403 2 001


Hendra Safri, S.E., M.M.
NIP. 19861020 201503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Alhamdulillah, segala Puji dan syukur ke hadirat Allah swt. atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Simpatik Pada Bank Syariah Indonesia*" dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan.

Salawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw, keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman Nabi yang diutus Allah swt. sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa memanjatkan doa kehadiran Allah swt memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu. Hanya doa yang dapat penulis berikan untuk mereka semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah swt.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M. Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor I, II, dan III IAIN Palopo.

2. Dr. Hj. Ramlah M., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
3. Hendra Safri, SE., M.M.selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Palopo beserta para dosen, asisten dosen dan staf yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan membantu, mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Dr. Mahadin shaleh, M.Si dan Abd. Kadir Arno, S.E., M.Si selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka menyelesaikan skripsi
5. Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
6. Pimpinan Bank Syariah Indonesia beserta seluruh jajarannya yang telah meluangkan waktu dan membantu penulis dalam mengumpulkan informasi serta memberikan arahan selama penulis mengadakan penelitian hingga selesai menyusun Skripsi ini.

Teriringdoa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuansistem ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah swt. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Olehkarena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-Nya. Amin.

Palopo, 12 Maret 2021

Sulpiani Sultan
NIM. 16 0402 0173

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah

ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Za	Z	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

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

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

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā'* *marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'* *marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْأَفْضَلُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *kasrah* (ِ) ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (ْ). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalah</i> (bukan <i>az-zalzalah</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'in al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ

بِاللَّهِ

dīnullāh

billāh

adapuntā'*marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR AYAT	xv
DAFTAR HADIS	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	7
B. Landasan Teori.....	9
1. Nasabah	11
2. Minat	11
3. Tabungan simpatik.....	24
C. Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi penelitian	31
C. Defenisi Operasional.....	31
D. Populasi dan Sampel	32
E. Instrumen Penelitian.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data.....	36
G. Teknik Analisis Data.....	36

BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	41
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	41
B. Uji Instrumen Angket	42
C. Hasil Penelitian	43
D. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat QS An Nisa/4 : 58.....	26
-------------------------------------	----



DAFTAR HADIS

Hadis tentang tabungan wadiah dengan prinsip titipan.....	26
---	----



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Instrumen.....	36
Tabel 4.1	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.2	Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.3	Pernyataan responden tentang faktor produk.....	49
Tabel 4.4	Pernyataan responden tentang faktor pelayanan.....	50
Tabel 4.5	Pernyataan responden tentang faktor kualitas.....	50
Tabel 4.6	Pernyataan responden tentang faktor fasilitas.....	51
Tabel 4.7	KMO and Barlett's Test.....	52
Tabel 4.8	Angka Measure of Sampling Adequacy (MSA) pada Anti-Image Matrics.....	52
Tabel 4.9	Communalities.....	54
Tabel 4.10	Total Variance Explained.....	59
Tabel 4.11	Componen Matrix.....	62
Tabel 4.12	Rotated Componen Matrix.....	62
Tabel 4.13	Pembagian indikator yang terbentuk.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan jumlah tabungan simpatik.....	4
Gambar 2.1	Skema Kerangka Pikir.....	30



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Dokumentasi Peneliti
- Lampiran 2 Hasil Olah Data Spss
- Lampiran 3 Halaman Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 4 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 5 Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 6 Halaman Persetujuan Tim Penguji
- Lampiran 7 Kartu Kontrol
- Lampiran 8 Berita Acara
- Lampiran 9 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 10 Daftar Hadir Ujian
- Lampiran 11 Nota Dinas Tim Verifikasi
- Lampiran 12 Turnitin
- Lampiran 13 Riwayat Hidup

ABSTRAK

Sulpiani Sultan, 2021. *“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Simpatik Pada Bank Syariah Indonesia”*. *Skripsi*. Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dibimbing oleh Mahadin Shaleh, dan Abd. Kadir Arno.

Penelitian ini mengungkap pokok permasalahan yang berkenaan dengan faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan simpatik. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih tabungan simpatik pada Bank Syariah Indonesia.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah yang menggunakan Tabungan Wadiah di Bank Syariah Indonesia. Sedangkan sampel yang diambil sebagai responden penelitian sebanyak 73 orang, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik Non probability sampling dengan metode accidental sampling. Analisis data yang digunakan, yaitu analisis faktor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih tabungan simpatik pada Bank Syariah Indonesia, terdapat 8 faktor yang berasal dari 4 indikator, yaitu pelayanan, kualitas, fasilitas dan produk. Faktor pertama yaitu faktor pelayanan, seperti pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah mandiri kepada semua nasabah tanpa memandang status social, tabungan yang berprinsip wadiah mengutamakan keamanan dana dan kemudahan bertransaksi sehari-hari kepada masyarakat dan cepat dan tanggap dalam melayani setiap keluhan nasabah. Faktor kedua yaitu faktor kualitas dimana produk yang dihasilkan harus mencerminkan kualitas yang baik. Produk yang berkualitas berarti produk yang memiliki nilai lebih dibandingkan produk pesaing. Faktor ketiga yaitu faktor fasilitas. Fasilitas merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Faktor keempat yaitu faktor produk, seperti rukun wadiah tidak mempersulit nasabah untuk menipis atau menggunkan tabungan tersebut, tidak terjadi akad jika salah satu rukun tidak terpenuhi, akad wadiah berfungsi untuk menjaga keamanan, keselamatan serta keutuhan barang titipan, setoran awal tabungan simpatik sangat terjangkau dan keunggulan produk tabungan simpatik sesuai dengan yang ditawarkan.

Kata Kunci: *Nasabah, Tabungan Simpatik.*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pelanggan merupakan salah satu faktor terpenting bagi perkembangan suatu perusahaan karena tanpa pelanggan suatu perusahaan tidak akan dapat menjalankan kegiatan usahanya. Pelanggan dalam industri perbankan biasa disebut dengan nasabah. Seorang calon nasabah dalam memilih bank untuk membuka tabungan memiliki kriteria sendiri-sendiri, khususnya terkait bank syariah. Beberapa alasan yang mendasari calon nasabah lebih memilih tabungan bank syariah yaitu perbankan syariah berbeda dengan bank konvensional karena bank syariah menerapkan prinsip-prinsip Syariah (hukum Islam). Dua sumber utama dari hukum Islam adalah Al Quran dan Hadis, sedangkan sumber hukum kedua hukum Islam adalah Ijma (kesepakatan para ulama) dan Qiyas (analogi). Perbankan Islam memberikan layanan bebas bunga pada nasabahnya. Bunga (riba) dilarang dalam Islam, yaitu bank tidak diperbolehkan melakukan pembayaran maupun penarikan bunga dalam semua bentuk transaksi. Sebuah fitur unik ditawarkan oleh bank syariah yakni sistem profit-and-loss-sharing (bagi-untung-dan-rugi). Meskipun banyak sekali kontrak dalam Islam, namun ada beberapa jenis transaksi yang penting: mudharabah (kontrak permodalan); musyarakah (kontrak kemitraan atau partnership)

Di dalam Islam aktivitas keuangan dan perbankan dipandang sebagai wahana bagi masyarakat, dimana wahananya seperti bank syariah melaksanakan kegiatan

usahanya berdasarkan prinsip Islam, yaitu aturan perjanjian (akad) antara Bank dengan pihak lain (nasabah) berdasarkan hukum Islam.¹ Kehadiran bank syariah ditengah-tengah bank konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan yang alternatif bagi umat islam yang membutuhkan atau yang ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar riba.

Bank syariah dalam peranannya sebagai manajer investasi dapat mengelola investasi dana nasabah, juga dapat menjadi investor yang menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.² Selain sebagai manajer investasi Bank syariah juga sebagai penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa layanan perbankan seperti mengumpulkan tabungan masyarakat dan mengembangkannya.

Dalam melaksanakan kegiatan operasional jasa layanan perbankan sangat didukung oleh peningkatan jumlah nasabah. Nasabah itu ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. Oleh karena itu bank harus dapat menarik minat nasabah sebanyak-banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat diputar oleh bank yang nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan dana.

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu, atau dapat juga dikatakan

¹Khairiah Padu, “Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank BNI Syariah Belopa (Studi Kasus Warga Desa Salubua Kecamatan Suli Barat Kabupaten Luwu””, (Skripsi Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo), 22.

²Nurdalifa. B, “Peran Produk BNI Syariah Terhadap Kepuasan Masyarakat Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu””, (Skripsi Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo), 26.

bahwa minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut.

Menurut Imam Jalaluddin bahwa faktor yang menyebabkan masyarakat (calon nasabah) mulai tertarik dengan bank syariah ini dikarenakan perhitungannya dengan cara bagi hasil dan landasan hukumnya yang berdasarkan kepada Al-Qur'an dan Sunnah.³ Hal ini telah diteliti oleh Sapitri, Sufitrayati, Rismawati, Haris Faulidi Asnawi dan Sarkiah.

Menurut Ibrahim faktor yang menyebabkan nasabah menabung dibank syariah dipengaruhi oleh motivasi masyarakat itu sendiri untuk menabung karena menabung merupakan bagian dari perencanaan keuangan untuk menghadapi kebutuhan pada masa yang akan mendatang. Selain bagi hasil faktor lain yaitu keuntungan serta nilai tambah yang akan didapat jika menjadi nasabah. Sebagian besar nasabah melihat bahwa nilai tambah bank syariah adalah lebih halal, dan lebih menjanjikan untuk kebaikan akhirat, dan juga lebih berorientasi menolong antara sesama.⁴ Hal ini telah diteliti oleh Sapitri, Sufitrayati, Rismawati, Haris Faulidi Asnawi dan Sarkiah.

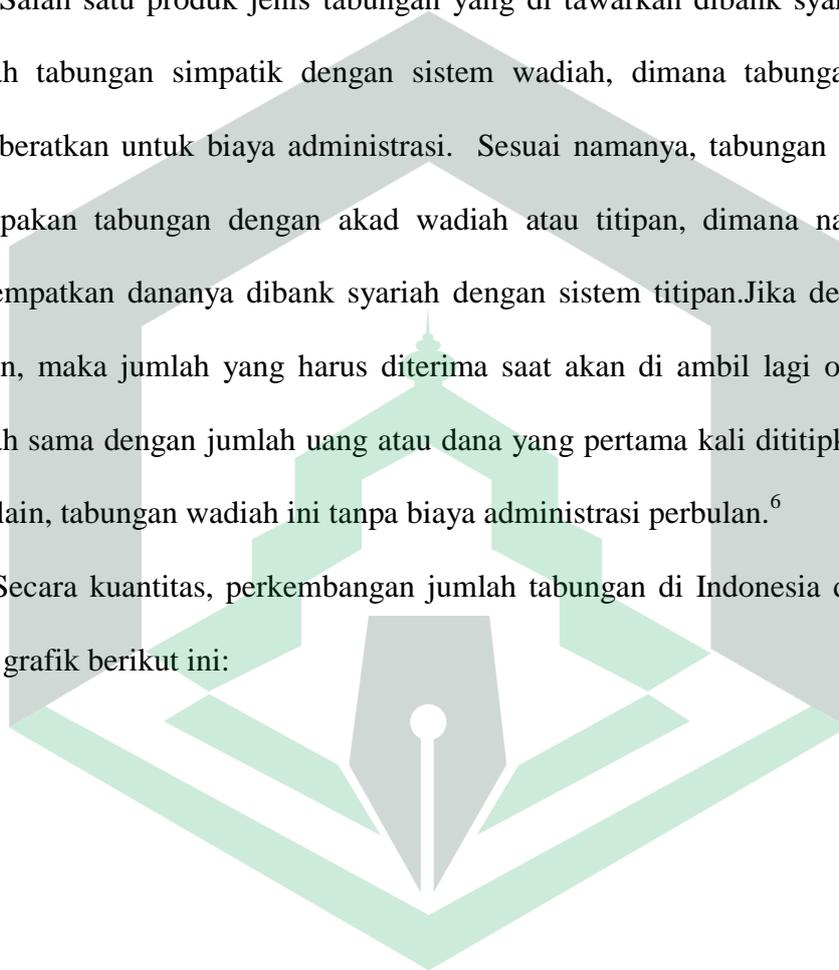
³ Imam Jalaluddin, “ *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung (Survey Pada Nasabah Bank Bri Syariah Cabang Cirebon)*”, (Skripsi Institute Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon, 2013), 1.

⁴ Gede Adi Wirapradnyanal, Lulup Endah Tripalupil, Anjumanzukhri2, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Buleleng*”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol 4, No1 (2014): 2.

Selain faktor-faktor di atas faktor lain yang mempengaruhi minat masyarakat untuk memilih bank syariah adalah produk tabungan.⁵ Produk bagi konsumen merupakan benda yang mempunyai manfaat dan kegunaan juga dapat ditawarkan ke konsumen untuk dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi.

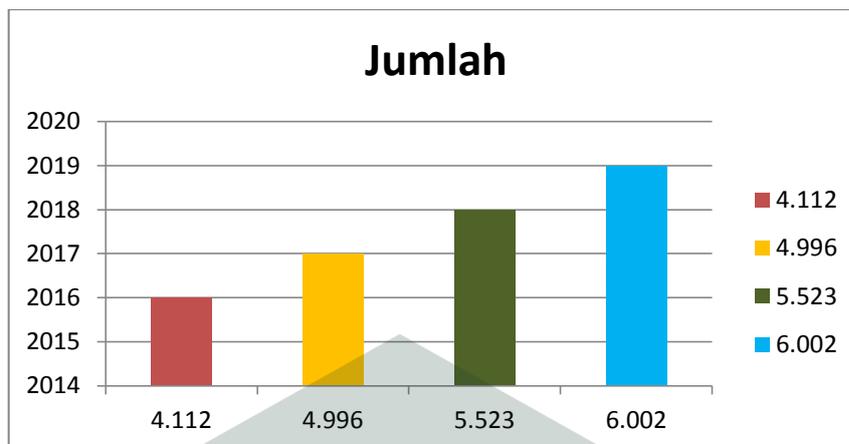
Salah satu produk jenis tabungan yang di tawarkan di bank syariah mandiri adalah tabungan simpatik dengan sistem wadiah, dimana tabungan ini tidak memberatkan untuk biaya administrasi. Sesuai namanya, tabungan simpatik ini merupakan tabungan dengan akad wadiah atau titipan, dimana nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah dengan sistem titipan. Jika dengan sistem titipan, maka jumlah yang harus diterima saat akan di ambil lagi oleh nasabah adalah sama dengan jumlah uang atau dana yang pertama kali dititipkan. Dengan kata lain, tabungan wadiah ini tanpa biaya administrasi perbulan.⁶

Secara kuantitas, perkembangan jumlah tabungan di Indonesia dapat dilihat pada grafik berikut ini:



⁵ Riska Septifani, Fuad Achmadi, Imam Santoso, “Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan Dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Membeli,” Jurnal Manajemen teknologi vol 13, No 2 (2014): 206. Doi: 10.12695.

⁶ Ardhia Kartika Cahyani, “ Implementasi Strategi Promosi Pada Produk Tabungan Simpatik Di bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang)”, (Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018),4.



Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Tabungan Simpatik Tahun 2016-2019 (Miliar Rp)

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Sehingga dalam hal ini peneliti ingin mengkaji lebih mendalam lagi tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah sehingga menggunakan tabungan simpatik pada bank syariah mandiri, berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengangkat judul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Simpatik Pada Bank Syariah Indonesia**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah : Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan nasabah memilih Tabungan Simpatik pada Bank Syariah Indonesia.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Faktor- faktorapa saja yang menyebabkan nasabah memilih Tabungan Simpatik pada Bank Syariah Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Adanya suatu penelitian diharapkan mempunyai manfaat terutama manfaat secara ilmiah dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pengetahuan untuk menambah wawasan mengenai tabungan simpatik. Dan juga dapat dijadikan tambahan bacaan ilmiah keputusan dalam rangka meningkatkan ilmu pengetahuan serta bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Secara praktis diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi mengenai faktor-faktor yang menyebabkan nasabah memilih tabungan simpatik.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berdasarkan penelusuran kajian kepustakaan yang penulis lakukan, berikut ada beberapa penelitian yang terkait permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu bertujuan agar memperoleh sesuatu yang akan menjadi perbandingan atau acuan, maka penulis mencantumkan hasil penelitian terdahulu:

Sapitri (2019) dalam skripsi yang berjudul “*Analisis Faktor Perilaku Konsumen dalam Memilih Perbankan (Studi Kasus Nasabah Perbankan Syariah)*”, metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel yang signifikan mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih bank syariah terdiri dari; bagi hasil, pelayanan, produk. Ketiga variabel ini dinyatakan signifikan mempengaruhi karena $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan $\text{signifikansi} > 10\%$. Secara simultan semua variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku nasabah dalam memilih bank syariah. karena nilai $F\text{ hitung} > F\text{ tabel}$ ($13,12 > 1,89$) dan $\text{signifikansi} < 10\%$ ($0,00 < 0,10$).⁷

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih perbankan, variable yang diteliti sama-sama faktor pelayanan dan produk, penelitian sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah pada lokasi penelitian bank syariah secara keseluruhan sedangkan penulis

⁷Nopi Anggi Sapitri, “*Analisis Faktor Perilaku Konsumen Dalam Memilih Perbankan (Studi Kasus Nasabah Perbankan Syariah)*”, Skripsi Universitas Djuanda Bogor, (2019).

meneliti di bank mandiri syariah, variabel yang diteliti adalah bagi hasil, kualitas, dan fasilitas.

Sufitrayati (2018) dalam skripsi yang berjudul “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syari’ah di Kota Banda Aceh*”, metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syari’ah di Kota Banda Aceh, yang dibuktikan dengan hasil penelitian menunjukkan persentase 81,6% dan yang sisanya sebesar 18,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.⁸

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama meneliti tentang nasabah bank syariah, penelitian sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini yaitu variabel yang diteliti adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis sedangkan peneliti meneliti faktor pelayanan, produk, kualitas, dan fasilitas.

Rismawati (2017) dalam skripsi yang berjudul “*implementasi prinsip wadiah pada BNI Syariah Kota Palopo*”, Metode penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa prinsip akad wadiah dalam ekonomi islam pada bank BNI Sayariah yang merupakan salah satu produk BNI Syariah yang berlandaskan Al-Quran, Hadis, dan Dewan Syariah Nasional (DSN), dalam penerapan produk perbankan syariah di BNI syariah yang menggunakan akad wadiah, dalam penerapannya menggunakan dua akad, penerapan prinsip *Wadiah Yad Amanah*

⁸ Sufitrayati, “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syari’ah di Kota Banda Aceh*”, Jurnal Ihtiyath Vol. 2 No. 1, (2018).

dan Wadiah Yad Dhamana. Berdasarkan aplikasi wadiah pada BNI Syariah penulis menyimpulkan bahwa tidak adanya hal yang menunjukkan ketidaksesuaian dengan prinsip-prinsip syariah, walaupun demikian secara praktek, wadiah dalam ekonomi syariah lebih relevan dengan hukum dain/piutang, karena bank memanfaatkan uang nasabah dalam berbagai proyek, adapun implementasi/penerapan prinsip wadiah dalam operasional pada BNI Syariah sudah dilakukan dengan baik, karena pihak Bank memberikan informasi dan bonus kepada nasabah tetapi bonus yang di berikan tidak diberikan dimuka namun atas kewenangan dari pihak Bank.

Perkembangan nasabah untuk menabung dan melakukan pembiayaan dan penitipan di BNI Syariah Cabang Palopo semakin hari semakin meningkat dikarenakan informasi produk-produk yang ada semakin tersebar luas.⁹

Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang produk tabungan wadiah pada bank syariah. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan peneliti yaitu penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dan objek penelitian, di mana objek penelitian ini terletak di BNI Syariah Kota Palopo sedangkan peneliti terletak di Bank Syariah Indonesia.

B. Landasan Teori

Keputusan menabung di Bank Syariah yang dilakukan oleh nasabah tentu berkaitan erat bagaimana perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara

⁹Rismawati, *“Implementasi Prinsip Wadiah Pada BNI Syariah Kota Palopo”* , skripsi Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, (2017).

langsung terlibat dalam menggunakan barang dan jasa termasuk didalamnya pengambilan keputusan pada persiapan dan kegiatan tersebut. Konsumen yang dihadapkan dengan berbagai jenis produk mempunyai berbagai alternatif pilihan sebelum mengambil keputusan. Konsumen dapat mengambil keputusan pembelian sekaligus sebagai perwujudan perilaku permintaannya melalui proses pengamatan dan seleksi. Beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memberikan keputusan membeli, yaitu :¹⁰ 1.) Faktor Budaya, sub budaya, dan kelas sosial konsumen; 2.) Faktor Sosial yang terdiri dari kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status; 3.) Faktor Pribadi yang terdiri dari : karakteristik usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli; 4.) Faktor Psikologis yaitu : motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan pendirian.

Kualitas produk dan layanan dianggap sebagai faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena pasar global dan internasional makin terus berkembang.¹¹ Kualitas pelayanan konsumen dipandang sebagai filosofi utama oleh para manager di Indonesia jika mereka tetap ingin memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Dalam mengukur tingkat kepuasan nasabah ada beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti: kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas. Kualitas produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen dapat dikatakan memuaskan konsumen apabila produk yang ditawarkan dapat terwujud dalam bukti kinerja (*performance*), fitur

¹⁰Damiati, *Perilaku konsumen* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 82-90

¹¹Faridatun sa'adah, "*Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upayah Menarik Minat Nasaah Pada Pegadaian Syariah*" jurnal ilmu ekonomi syariah, 1 No. 2 (2009): 75.

(*features*), keandalan (*reliability*), kemudahan dan kecepatan (*serviceability*). Sedangkan kualitas pelayanan yang dapat dikatakan baik, apabila pelayanan yang diberikan tersebut dapat terwujud melalui keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsivitas*), jaminan (*assurance*), dan empati. Pemberian fasilitas yang baik dengan adanya sarana seperti perabot, peralatan, perlengkapan dan interior yang diberikan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah.

1. Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening pada bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang bisa berhubungan atau menjadi pelanggan bank.¹² Sedangkan Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang pokok perbankan pasal 1, mendefinisikan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank.¹³

Kasmir mendefinisikan bahwa nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank. Nasabah penyimpan merupakan nasabah yang menempatkan dananya dibank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹⁴

¹²M Nur Rianto Al Arif, “*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*”, (Bandung: Alfabeta, 2010), 189.

¹³ Sonny Koeswara dan Muslimah, “*Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Ferformance) Frontliner Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA, Tbk Cabang Permata Buana Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple*”, Jurnal PASTI Vol 8, No 1 (2013). 3

¹⁴ Kasmir, “*Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*”, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2008), 94

2. Minat

a. Pengertian minat

Minat sebagai aspek kewajiban bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, tetapi juga dapat di artikan sebagai subjek atas dasar adanya kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan.

Minat muncul apabila individu tertarik pada sesuatu karena ia sesuai dengan kebutuhannya atau merasakan bahwa sesuatu yang akan di gunakan dirasakan berarti bagi dirinya. Kebutuhan disini yaitu seperti kebutuhan akan terjaganya suatu harta yang dititip, dimana harta yang dititip itu akan diambil kapan saja dan dimasa yang akan datang bila diperlukan, harta yang dititikan oleh Bank akan bertanggung jawab sepenuhnya atas harta tersebut. Artinya bank yang dipercayakan sebagai penghimpun harta titipan.

Minat (*interest*) berarti kecenderungan atau kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Dalam kamus besar bahasa Indonesia minat di artikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.¹⁵

Minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu yang bermanfaat maka akan menjadi berminat, kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minat juga akan menurun sehingga minat tidak bersifat permanen tetapi minat bersifat sementara

¹⁵Anton M. Moeliono, “*Kamus Besar Bahasa Indonesia*”, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), 225.

atau dapat berubah-ubah.¹⁶ Sedangkan minat menurut beberapa ahli psikologis sebagai berikut :

Mahfudh Shalahuddin mendefinisikan bahwa minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan, minat adalah sesuatu sikap yang menyebabkan seseorang berbuat aktif dalam suatu pekerjaan. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab dari sesuatu keinginan.¹⁷

Alisuf Sabri mendefinisikan bahwa minat adalah sesuatu kecenderungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus menerus.¹⁸ Sedangkan menurut Muhibbin Syah mendefinisikan bahwa minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.¹⁹

Dari beberapa pendapat yang di kemukakan para ahli psikologi diatas dapat di simpulkan bahwa minat adalah suatu kecenderungan yang erat kaitannya dengan perasaan terutama perasaan senang terhadap sesuatu yang dianggapnya berharga atau sesuatu kebutuhan dan memberikan kepuasan terhadapnya. Apabila sesuatu itu dianggap sesuai dengan kebutuhan atau menyenangkan baginya maka sesuatu itu akan dilaksanakan. Namun sebaliknya apabila sesuatu itu tidak menyenangkan maka sesuatu itu akan ditinggalkan.

¹⁶ Arwan, "*Minat Mahasiswa IAIN Palopo Terhadap Mata Kuliah Kewirausahaan*", Skripsi Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, (2017).

¹⁷ Mahfudh Shalahuddin, "*Pengantar Psikologis Pendidikan*", (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1990), 95.

¹⁸ Alisuf Sabri, "*Psikologis Pendidikan*", (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya (1996)), 95.

¹⁹ Muhibbin Syah, "*Psikologis Pendidikan Dengan Pendekatan Baru*", (Bandung: PT Remaja Roskadarya, 2001), 136.

b. Unsur – Unsur Minat

- 1) Unsur mengenal dalam pengertian bahwa minat itu di dahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang di tuju oleh minat tersebut.
- 2) Unsur perasaan karena dalam partisipasi atau pengalaman itu di sertai dengan perasaan tertentu (perasaan senang).
- 3) Unsur kehendak merupakan kelanjutan dari unsur diatas yaitu di wujudkan dalam bentuk kemauan dalam hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.²⁰

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Minat seseorang terhadap suatu objek atau hal tertentu tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan maka minat tersebut dapat berkembang. Adapun faktor yang mempengaruhi minat seseorang akan hal tersebut yaitu :

- 1) Faktor dorongan yang berasal dari dalam. Kebutuhan ini bisa berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- 2) Faktor motif sosial. Timbulnya minat dari seseorang bisa didorong dari motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan dimana mereka berada.
- 3) Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap seseatu kegiatan atau objek tertentu.²¹

²⁰Devi Yulianti, “*Pengaruh Potensi Dan Preferensi Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Marketing Diperbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI PRODI Perbankan Syariah Angkatan 2015 IAIN Palopo)*”, Skripsi Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, (2018).

²¹ Irdyanti, “*Pengaruh Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Masyarakat Desa Ladongi Kec.Malangke Kab. Luwu Utara)*”, Skripsi Intitute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, (2019), 37

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah, yaitu:

1. Produk

Ahli fiqh dari *Academi Fiqh* di Mekkah pada tahun 1973, menyimpulkan bahwa konsep dasar hubungan antara ekonomi berdasarkan syariah Islam dan bentuk sistem ekonomi Islam dapat diterapkan dalam operasional lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank. Penerapan atas konsep tersebut terwujud dengan munculnya lembaga keuangan Islam di Indonesia. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan Bagi Hasil, yang direvisi dengan UU No. 10 tahun 1998, bank syariah dan lembaga keuangan non bank tumbuh dengan pesat. Bank syariah dengan sistem bagi hasil dirancang bagi nasabah untuk mengelola keuntungan dan kerugian antara pemilik dana (*shahibul mal*) yang menyimpan uangnya di lembaga, lembaga selaku pengelola dana (*mudharib*) dan masyarakat yang membutuhkan dana yang bisa berstatus peminjam dana atau pengelola usaha.

Produk lembaga keuangan syariah baik yang berupa bank atau non-bank secara garis besar dapat dikelompokkan sebagai berikut²²:

a. Prinsip Simpanan (*al'Wadiah*)

Prinsip simpanan adalah fasilitas yang diberikan oleh bank syariah untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk al-Wadiah. Fasilitas al-Wadiah diberikan untuk tujuan investasi guna mendapatkan keuntungan.

²²Hutomo Rusdianto, "Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati," EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah Vol 4, No 1(2016). Doi: 10.21043

b. Bagi Hasil (*Syirkah*)

Sistem ini merupakan suatu sistem dengan tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana.

c. Prinsip Jual beli (*at-Tijarah*)

Suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga beli ditambah keuntungan (*margin*).

d. Prinsip Sewa (*al-Ijarah*)

Secara garis besar terbagi atas dua jenis; Pertama, *Ijarah* atau sewa murni, kedua, *Bai al takjiri* atau *ijarah al muntahiya bit tamlik* merupakan penggabungan sewa dan beli.

e. Prinsip jasa/fee (*al-Ajr walumullah*)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank.

2. Pelayanan

Pelayanan merupakan setiap tindakan atau keinginan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Pelayanan menurut Fendi Tjiptono adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.²³

²³ Fandy Tjiptono, "Manajemen Jasa," (Yogyakarta: Andi offset, 2015). 6

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau keinginan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan untuk memberikan kemudahan atas jual beli barang atau jasa. Standar layanan perbankan sangat penting mengingat industri perbankan semakin meningkat, serta membutuhkan standar penampilan, layanan, pengetahuan, dan keterampilan mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank. Secara umum standar layanan perbankan yang harus dipenuhi, meliputi:

- a. Standar penampilan petugas perbankan.
- b. Standar kebersihan dan kerapian ruang kerja.
- c. Pengetahuan mengenai produk dan jasa perbankan.
- d. Standar berkomunikasi dengan nasabah.
- e. Standar penanganan keluhan nasabah.

Konsep kualitas pelayanan dalam Islam adalah bentuk evaluasi *kognitif* dari konsumen atas penyajian jasa yang menyadarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang dijelaskan oleh syariat Islam. Pelayanan merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Konsep kualitas pelayanan dalam Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa yang menyadarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan

yang dijelaskan oleh syarat Islam.²⁴ Pelayanan merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam pandangan Islam, pelayanan mempunyai nilai-nilai Islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal, yaitu:

1) Professional (*Fathanaah*)

Professional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan.

2) Kesopanan dan Keramahan (*Tabligh*)

Tabligh artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat *tablighkan* menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat. Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain.

3) Jujur (*Sidik*)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Jujur juga merupakan kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta, antara fenomena dan yang diberikan.

4) Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. menurut A. Pasuraman²⁵ dan Basu Swastha Dharmmesta²⁶ mengungkapkan, “lima dimensi mengenai kualitas jasa yaitu Bukti

²⁴ Risky Pratama Putra, Sri Herianingrum, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syari’ah Surabaya,” Jurnal Ekonomi Syariah Vol 1, No 9 (2014). Doi: 10.20473

²⁵ A. Pasuraman, “Konsep Layanan Berkualitas”, (Yogyakarta: ANDI, 2012),16.

²⁶ Dr. Basu Swatha Dharmmesta, “Manajemen Pemasaran Dan Analisis Perilaku Konsumen”, (Yogyakarta: BPFE, 2011),33.

Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reability*), Daya Tanggap (*Responsifeness*), Jaminan (*Assurance*), Empati Atau Peduli (*Empathy*).

a) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Penampilan fasilitas (*physical facilities*), peralatan, personil, dan materi tertulis. *Tangibles* sering digunakan oleh perusahaan jasa untuk memperkuat citra, menyediakan kesinambungan, dan menekankan kualitas kepada konsumen.

b) Keandalan (*Reability*)

Kemampuan melaksanakan janji atas jasa secara tersendiri dan secara teliti. Konsumen akan mengadakan hubungan bisnis dengan perusahaan yang selalu mempertahankan janji atau kesepakatan.

c) Daya tanggap (*responsifeness*)

Kesediaan dalam membantu dan melayani konsumen dan menyediakan jasa. Ketanggapan ini adalah komunikasi antara konsumen dalam hitungan waktu yang diperlukan oleh seseorang untuk menunggu bantuan, tanggapan jawaban, atau perhatian atas masalah.

d) Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan dan keramahtamahan karyawan serta kemampuan mereka dalam membantu kepercayaan (*trust and confidence*). *Trust dan confidence* dapat tertanam dalam seseorang yang menghubungkan diri dengan perusahaan. Dimensi *assurance* ini merupakan gabungan dari dimensi:

(1) Kompetensi (*competence*), artinya penampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan pelayanan.

- (2) Kesopanan (*courtesy*), meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan.
- (3) Kredibilitas atau kepercayaan (*credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan perusahaan, seperti reputasi dan prestasi.
- (4) Keamanan (*security*), artinya tidak ada bahaya, resiko atau keraguan dalam memanfaatkan pelayanan yang ditawarkan.

e) Empati atau peduli (*empathy*)

Memberikan perhatian secara pribadi kepada konsumen. Konsumen selalu menginginkan perhatian dalam hal ini merupakan kunci terpenting suatu perusahaan. Dimensi empati merupakan penggabungan dari dimensi akses, komunikasi, dan memahami pelanggan:

- (1) Akses (*access*), meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
- (2) Komunikasi (*communication*), artinya kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan atau konsumen.
- (3) Memahami pelanggan (*understanding the customer*)

Dalam rangka menciptakan gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi organisasi pelayanan untuk menyempurnakan kualitas, guna menciptakan kepuasan nasabah, maka yang bersangkutan harus mampu mengimplementasikan

enam prinsip yang bermanfaat dalam menyempurnakan kualitas pelayanan.

Prinsip kualitas pelayanan meliputi:²⁷

(a) Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.

(b) Pendidikan

Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut antara lain konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

(c) Pemasaran Strategik

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

(d) Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini menggambarkan

²⁷ Fandy Tjiptono, "Service Manajement Mewujudkan Layanan Prima," (Yogyakarta: ANDI, 2013), 75-76.

mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran-sasaran kualitas.

(e) Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, maupun stakeholder.

(f) Total human reward

Reward dan *recognition* merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui. Dengan cara seperti ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki setiap anggota organisasi dapat meningkat, yang ada pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan produktifitas dan profitabilitas bagi perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.

3. Kualitas

Kualitas merupakan kemampuan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas dikatakan pula sebagai totalitas tampilan dan karakteristik produk atau jasa yang berusaha keras dengan segenap kemampuannya memuaskan kebutuhan tertentu. Kualitas produk suatu produk baik berupa barang atau jasa perlu ditentukan melalui dimensinya. Berikut ini adalah dimensi kualitas produk yang akan mempengaruhi konsumen memiliki 8 dimensi:

(a) Kinerja (*Performance*); merupakan hal yang berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli suatu barang.

- (b)Kehandalan (*Reliability*); merupakan hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu.
- (c)Karakteristik tambahan (*Features*); merupakan aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
- (d)Kesesuaian (*Conformance*); merupakan hal yang berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
- (e)Daya tahan (*Durability*); merupakan umur ekonomis dari suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
- (f)Pelayanan (*Serviceability*); merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan produk.
- (g)Estetika (*Aesthetics*); merupakan nilai menarik atau tidaknya dari suatu produk yang bisa ditangkap oleh konsumen.
- (h)Fit and finish; merupakan sifat subyektif yang berkaitan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk berkualitas.

4. Fasilitas

Fasilitas dapat didefinisikan sebagai sarana dan prasarana yang disertakan perusahaan untuk diberikan kepada nasabah. Biasanya fasilitas disertakan pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada nasabah mereka. Seperti halnya standar kualitas pelayanan, fasilitas yang tersedia berada pada fungsi yang

maksimal, dimana dalam hal ini adalah untuk kepuasan nasabah. Segala fasilitas yang disediakan diharapkan mampu memenuhi semua kebutuhan nasabah yang akan bertransaksi keuangan mereka di bank. Sehingga bank mampu melaksanakan fungsi sebagai lembaga penyedia jasa dibidang keuangan tersebut. Fasilitas merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk, karena suatu perusahaan jasa harus memiliki mesin-mesin produksi, alat-alat kantor dan tenaga kerja. Mengingat pentingnya fasilitas ini perusahaan rela mengeluarkan modal yang besar untuk membeli peralatan atau mesin-mesin canggih yang harganya mahal asalkan perusahaan bisa berproduksi secara optimal.

Demikian halnya dengan fasilitas yang diberikan dalam suatu produk perbankan, fasilitas yang diberikan pihak bank semakin beragam, semuanya memberikan kemudahan yang diberikan oleh pihak bank, misalnya fasilitas ATM, pembayaran telepon, listrik dan PAM.

3. Tabungan Simpatik

Tabungan Simpatik merupakan tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati. Tabungan wadiah merupakan penempatan dana dalam bentuk

tabungan dengan prinsip titipan (wadiah). Bank boleh memberikan imbalan bersifat bonus, karena tidak diperjanjikan dan bukan suatu kewajiban.

a. Pengertian wadiah

Wadiah adalah titipan nasabah yang harus dijaga dan di kembalikan setiap saat nasabah yang bersangkutan menghendaki. Bank bertanggung jawab atas pengambilan titipan tersebut. Kata wadiah berasal dari *wada'asy syai-a* yaitu meninggalkan sesuatu. Sesuatu yang seseorang tinggalkan pada orang lain agar dijaga disebut wadiah, karena dia meninggalkan pada orang yang sanggup menjaga. Secara harafia, al-wadiah dapat di artikan sebagai titipan murni dari pihak ke pihak yang lain baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan di kembalikan kapan saja si penitip menghendakinya.

b. Pembagian wadiah

1) Wadiah yad al-amanah

Adalah titipan murni dari pihak penitip yang mempunyai aset atau kepada pihak penyimpan yang diberi amanah, Aset atau uang yang dititip harus dijaga dengan sebaik-baiknya dan dikembalikan kapan saja sipemilik menghendaki. Dengan prinsip ini pihak yang menerima simpanan tidak boleh menggunakan atau memanfaatkan aset atau uang yang dititipkan tidak boleh dicampur adukkan dengan aset atau uang pihak lain. Dalam kondisi seperti ini tidak ada kewajiban bagi orang yang dititipi (bank) untuk menanggung kerugian jika barang yang dititipkan tersebut rusak atau hilang kecuali ada unsur kesengajaan atau karena kelalaian pihak bank.

2) Wadiah yad adh-dhamanah

Merupakan titipan murni dari pihak penitip yang mempunyai aset atau uang kepada pihak penyimpan yang diberi amanah, aset atau uang yang dititip harus dijaga dengan sebaik-baiknya dan dikembalikan kapan saja pemilik menghendaki. Namun pada prinsip ini pihak perbankan syariah boleh menggunakan dan memanfaatkan aset atau uang yang dititipkan. Artinya pihak perbankan syariah telah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk menggunakan aset atau uang tersebut.

Dengan prinsip ini perbankan syariah boleh mencampurkan aset atau uang milik penitip dengan tujuan untuk menjalankan operasional (penghimpun dana, penyaluran dana dan jasa) perbankan syariah. Dana yang terkumpul dibank syariah akan digunakan untuk tujuan produktif dalam mencari keuntungan. Manajemen perbankan syariah diperbolehkan memberikan bonus kepada penitip, dengan prinsip bonus tidak diperjanjikan diawal akad.²⁸

c. Landasan syariah

²⁸ Hermawati, "Pengaruh Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah KCP Kota Palopo (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo)", Skripsi Intsitude Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, (2016), 9.

1) Al-Qur'an

Seperti yang dijelaskan dalam QS AnNisa/4 : 58 yaitu:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.²⁹

2) Al-Hadist

Hadis riwayat Anas bin Malik

حَدَّثَنَا قَتَادَةُ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ مَا خَطَبَنَا نَبِيُّ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِلَّا قَالَ لَا إِيمَانَ لِمَنْ لَا أَمَانَةَ لَهُ وَلَا دِينَ لِمَنْ لَا عَهْدَ لَهُ

Artinya:

Telah menceritakan kepada kami Qatadah dari Anas bin Malik berkata; Nabiullah shallallahu 'alaihi wasallam tidak pernah berkhotbah di hadapan kami kecuali beliau mengatakan: "Tidak sempurna keimanan bagi orang yang tidak amanah, dan tidak sempurna agama seseorang bagi yang tidak memenuhi janji." (H.R Anas bin Malik).³⁰

²⁹ Departemen Agama RI, "Al-Qur'an Dan Terjemah Special For Women", (Bandung: PT Sigma Examedia Arkanleema, 2009),.87.

³⁰ Sunan Ahmad/ Imam Ahmad bin Hambal, "Kitab: musnad bin ahmad Yang Banyak Meriwayatkan Hadits/ Juz. 2", (Libanon: Darul Fikri/ Bairut, 1981 M),195.

3) Fatwa dewan syariah nasional (DSN) nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 menetapkan bahwa giro yang dibenarkan secara syariah yaitu giro yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah. Demikian juga dengan tabungan produk wadiah dapat dibenarkan berdasar fatwa DSN No: 02/DSN-MUI/IV/2000, Menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan yaitu tabungan berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah.³¹

d. Rukun dan syarat wadiah

Setiap perjanjian yang dilakukan oleh umat islam harus memenuhi syarat dan rukunnya. Jika salah satu rukun suatu perjanjian tidak terpenuhi, maka perjanjian tersebut batal atau tidak sah.

Rukun wadiah menurut ulama hanafiah adalah ijab qabul saja. Yaitu serah terima seperti seseorang mengatakan: saya titipkan harta ini padamu, atau jagalah harta ini untukku, atau ambillah harta ini sebagai titipan, atau ungkapan kata-kata yang bermakna serupa dengan titipan, maka terjadi akad wadiah tersebut Menurut jumbuh ulama rukun wadiah ada 4(empat):

- 1) *Muwaddi* (yang bertindak sebagai pemilik barang/uang sekaligus yang menitipkannya/menyerahkan).
- 2) *Wadi'i* (yang bertindak sebagai penerima simpanan atau yang memberikan pelayanan jasa).
- 3) Barang/uang yang diwadiahkan dalam keadaan jelas dan baik.
- 4) Kemudian diakhiri dengan Ijab qabul (*sighat*) dalam perbankan ditandai dengan penandatanganan surat/buku tanda bukti penyimpanan.

³¹ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), "Memahami Bisnis Bank Syariah", (Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2014), 97.

Ulama madzhab hanafiah mensyaratkan bahwa dua orang yang melakukan akad wadiah harus berakal sehat, maka tidak sah jika akad yang dilakukan oleh anak kecil yang belum bisa membedakan antara yang baik dan buruk, atau belum paham benar dan salah. Demikian juga yang dilakukan oleh orang gila. Kedewasaan/baliq tidak menjadi syarat sah wadiah menurut ulama madzhab hanafiah.

Menurut jumhur ulama, pelaku perjanjian wadiah harus baliq, berakal sehat dan cakap (sanggup melakukan transaksi berikut). Syarat harta yang dititipkan harus berupa benda yang bisa dititipkan dan dijaga.³²

e. Implementasi prinsip wadiah dalam produk tabungan

Produk *funding* bank syariah dalam bentuk tabungan dapat memilih konsep wadiah. Aplikasi akad wadiah secara teknis dapat kita baca dalam Surat Edaran Bank Indonesia (SEBI) No.10/14/DPbs tertanggal 17 maret 2008, yang merupakan ketentuan pelaksanaan dari PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah, sebagaimana yang telah diubah dengan PBI No.10/16/PBI/2008. Intinya adalah bahwa dalam kegiatan penghimpunan dana dalam bentuk tabungan atas dasar akad wadiah berlaku persyaratan sebagai berikut:

- 1) Bank bertindak sebagai penerima dana titipan dan nasabah bertindak sebagai penitip dana.

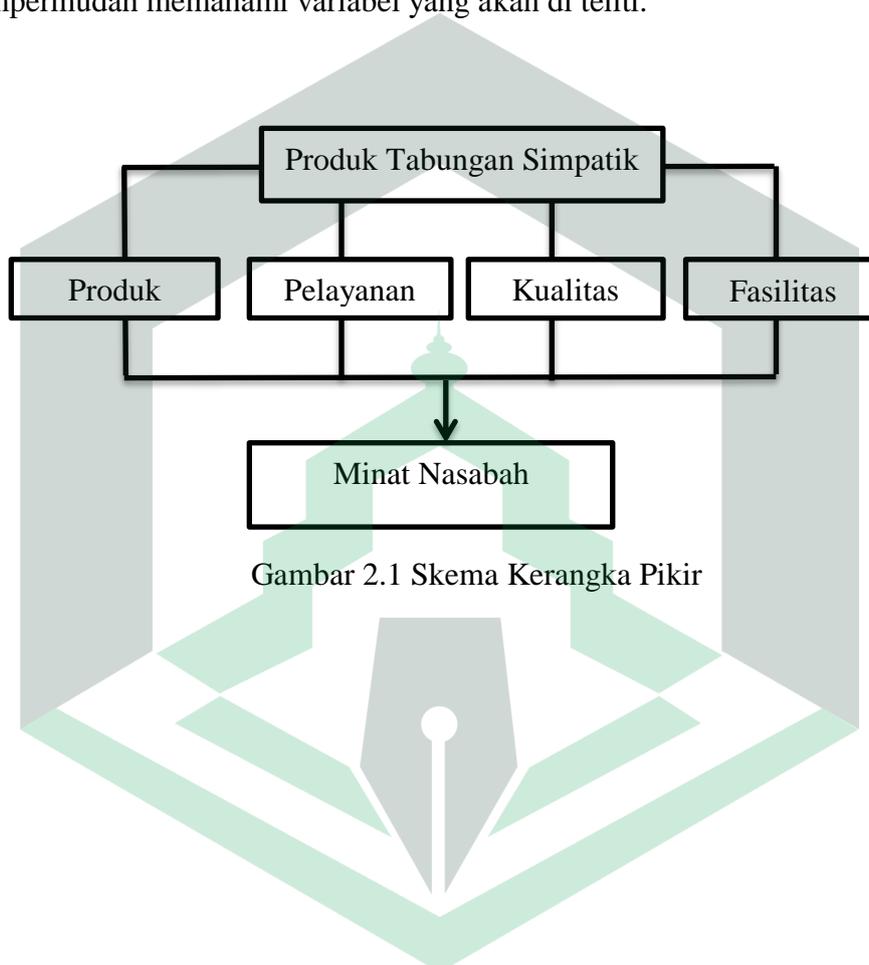
³²Mufti afif, "Tabungan: Implementasi Akad Wadiah Atau Qard (Kajian Praktik Wadiah Di Perbankan Indonesia)", Jurnal Hukum Islam (JHI) Vol 12 N0 2, (Desember 2014), 253-254. Doi: 10.28918

- 2) Bank wajib menjelaskan kepada nasabah mengenai karakteristik produk, serta hak dan kewajiban nasabah sebagaimana diatur dalam ketentuan bank dan penggunaan data pribadi nasabah.
- 3) Bank tidak diperkenankan menjanjikan pemberi imbalan atau bonus kepada nasabah.
- 4) Bank dan nasabah wajib menuangkan kesepakatan atas pembukaan dan penggunaan produk tabungan atas dasar akad wadiah dalam bentuk perjanjian tertulis.
- 5) Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening antara lain buku rekening, ATM (*Automatic Teller Machine*), biaya metrei, pembukaan dan penutupan rekening.
- 6) Bank menjamin pengambilan dana titipan nasabah.
- 7) Dana titipan dapat di ambil setiap saat oleh nasabah .³³

³³ Khotibul Umam, S.H., LL.M, Dr. H. Setiawan Budi Utomo, “*Perbankan Syariah Dasar-Dasar Dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*”, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 92-93.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Kerangka pikir dibuat dalam bentuk skema yang baik agar mempermudah memahami variabel yang akan di teliti.³⁴



Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir

³⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (cet. XV. Bandung, Alfabeta, 2009), 91.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan populasi dan/atau sampel tertentu dengan menggunakan instrument, serta analisis data berupa angka untuk menguji hipotesis penelitian.³⁵

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat dimana peneliti akan melakukan kegiatan penelitiannya untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan pada bank Syariah Indonesia (BSI) pada nasabah yang menggunakan tabungan simpatik/wadiah di Kota Palopo.

C. Defenisi Operasional

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui deskripsi yang jelas tentang arah tujuan dari pembahasan judul. Penelitian ini perlu diperjelas beberapa istilah dalam tabel berikut.

³⁵ Gunawan imam, " *metode penelitian kuantitatif*", (Jakarta: PT. Bmi Aksa, 2013), 35.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Tabungan simpatik	<p>Tabungan Simpatik merupakan tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.</p> <p>Wadiah di identik dengan titipan murni yang merupakan fasilitas yang diberikan oleh Bank Islam untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk Al-wadiah.³⁶ titipan nasabah yang harus dijaga dan di kembalikan kapan saja si penitip menghendaki. Artinya bank syariah sebagai pengelolah dana titipan dari nasabah (pemilik dana).³⁷</p>	<p>1. Produk</p> <p>2. Pelayanan</p> <p>3. Kualitas</p> <p>4. Fasilitas</p>

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah objek penelitian yang digunakan sebagai sasaran untuk mendapatkan dan mengumpulkan data.³⁸ Berdasarkan pengertian tersebut populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah yang menggunakan Tabungan Wadiah di Bank Syariah Indonesia.

³⁶Muhammad, "Audit & Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah", (Yogyakarta: UII Pres Yogyakarta, 2018), 9.

³⁷Ikit, "Manajemen Dana Bank Syariah", (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2018), 104.

³⁸Joko subagyo, "Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek", (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991), 23.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.³⁹ bila populasi besar, membutuhkan waktu yang sangat lama untuk meneliti satu persatu dari populasi yang ada, untuk memudahkan peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari jumlah populasi. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada teknik *non probability Sampling* dengan metode *accidental sampling* yaitu suatu teknik penentuan sampel dengan pemilihan anggota sampelnya yang dilakukan terhadap orang atau benda yang kebetulan ada atau dijumpai. Untuk menentukan besarnya jumlah sampel dilakukan dengan teknik Lemeshow yaitu:

$$n = \frac{Z\alpha^2 P(1-P)}{d^2}$$

keterangan:

n = jumlah sampel

z = nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\%$ (0,5) = 1,96

p = maksimal estimasi 5% (0,5)

d = sampling error 5% (0,5)

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{1,96^2 \cdot 0,05 (1-0,05)}{0,05^2} = 72,96$

E. Instrumen Penelitian

Salah satu kegiatan dalam perencanaan suatu objek penelitian adalah menentukan instrumen yang dipakai dalam mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang hendak diteliti. Menurut Sugiono “Instrumen penelitian ialah suatu alat yang digunakan baik untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang

³⁹Sugiyono, “*Statistic Untuk Penelitian*”, (Bandung: Alfabeta, 2013), 62.

diamati”.⁴⁰ Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran angket atau kuesioner yang dibuat oleh peneliti dan diberikan kepada responden untuk menjawabnya.

Pedoman penyebaran angket atau kuesioner dalam rangka pengumpulan data dalam suatu penelitian. Merupakan hasil dari jawaban responden yang telah menjawab kuesioner/angket. Responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan tabungan wadiah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. Serta menggunakan skala likert yaitu untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap suatu objek, yang jenjangnya tersusun atas : 1. Sangat setuju (SS), 2. Setuju (S), 3. Tidak setuju (TS), 4. Sangat tidak setuju (STS)

Tabel 3.2 Pernyataan Kuesioner

Variabel	Dimensi	Pernyataan	No item
Tabungan simpatik	1. Produk	1. Rukun wadiah tidak mempersulit nasabah untuk menitip atau menggunkan tabungan tersebut	1
		2. Tidak terjadi akad jika salah satu rukun tidak terpenuhi akad wadiah berfungsi untuk menjaga keamanan, keselamatan serta keutuhan barang titipan	2
		3. Setoran awal tabungan simpatik sangat terjangkau	3
		4. Keunggulan produk tabungan simpatik sesuai dengan yang ditawarkan	4
		5. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah mandiri kepada semua nasabah tanpa memandang status social	5

⁴⁰ABD. Hafid, “*Problematika Pendidikan Karakter Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Pesantren Istiqomah Yaminas Salumakarra Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu*”, Tesis Institute Agama Islam Negeri IAIN Palopo, (2015), 68-69.

2. Pelayanan	1. Tabungan yang berprinsip wadiah mengutamakan keamanan dana dan kemudahan bertransaksi sehari-hari kepada masyarakat	6
	2. Cepat dan tanggap dalam melayani setiap keluhan nasabah	7
	3. Karyawan bank syariah mandiri memiliki pengetahuan yang cukup dalam memberikan informasi tentang produk tabungan simpatik/wadiah kepada nasabah	8
	4. Tabungan yang berprinsip wadiah merupakan titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya	9
	5. Bank syariah mandiri dapat menjaga kerahasiaan nasabah terkait jumlah tabungan yang anda miliki	10
3. Kualitas	1. Al-Qur'an dan al-hadis sebagai landasan hukum tabungan Simpatik/Wadiah	11
	2. Tabungan yang berprinsip wadiah bebas dari resiko pemotongan dana setiap bulannya (bebas biaya administrasi)	12
	3. Produk tabungan wadiah halal dan aman dari segi syariat tidak gharar, maisyir, dan mudharat.	13
	4. Nasabah dapat mempercayakan produk tabungan wadiah untuk menitupkan barang titipannya dalam bentuk simpanan dana	14
	5. Tabungan simpatik/wadiah dilengkapi dengan kartu ATM	15
4. Fasilitas	1. (Anjungan Tunai Mandiri / <i>Automated Teller Machine</i>) yang dapat digunakan dimesin ATM	16
	2. Cover produk tabungan simpatik/wadiah sangat elegan dan menarik.	17
	3. Tabungan simpatik/wadiah mudah	

	bertransaksi dengan menggunakan syariah mobile dan internet banking.	18
4.	Fitur produk tabungan simpatik/wadiah sangat membantu nasabah dalam efektifitas bertransaksi.	19

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap dan teliti dalam penelitian ini, digunakan teknik pengumpulan data dengan 2(dua) teknik sebagai berikut:

1. Teknik *Field research*

Teknik *Field research* yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dilapangan (objek penelitian) dengan menggunakan teknik penyebaran angket atau kuesioner.

2. Teknik *Library research*

Teknik *Library research* yaitu proses pengambilan data dengan menggunakan berbagai *literature* buku, jurnal, dan internet yang ada kaitannya dengan pembahasan masalah. Dalam pengutipan *literature* yang dijadikan landasan teoritis penulis menggunakan teknik pengutipan sebagai berikut:

- a. Kutipan langsung yaitu mengutip tanpa merubah redaksi teks yang dikutip sebagai mana teks aslinya.
- b. Kutipan tidak langsung yaitu mengutip dengan hanya mengambil inti sari atau makna dari teks yang dikutip tanpa mengikuti redaksi aslinya.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan berdasarkan hasil jawaban dari responden mengenai faktor produk tabungan di Bank Syariah Indonesia. Jawaban tersebut kemudian

disesuaikan dengan hasil jawaban dari responden sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi validitas suatu alat pengukur, maka alat pengukur tersebut semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Validitas instrument ditentukan dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan. Jika skor tiap butir pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor total pada tingkat alfa tertentu maka dapat dikatakan bahwa alat pengukur itu valid. Uji validitas menggunakan program SPSS komputer versi 23.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan di susun dalam suatu bentuk kuesioner.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai $\text{Alpha} > 0,6$ maka dinyatakan reliable. Keandalan atau reliabilitas dengan nilai 0,6 atau kurang dari 0,6 secara umum mengindikasikan keandalan yang tidak memuaskan. Kuesioner yang dikatakan reliable jika nilai Cronbach' $\text{Alpha} > 0,6$.

Adapun analisis yang digunakan adalah Analisis faktor yaitu analisis yang digunakan untuk mereduksi data dan merangkum data, dengan meringkas

sejumlah variabel menjadi lebih sedikit dan menamainya menjadi faktor. Adapun persamaan analisis faktor sebagai berikut:

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 \dots + A_{im}F_m + V_iU_i$$

Keterangan :

X_i = variabel standar yang ke-i

A_{ij} = koefisien regresi berganda standar dari variabel ke-I pada faktor biasa.

F = faktor biasa

V_i = koefisien regresi berganda standar dari variabel ke-I pada faktor unit-i

U_i = faktor unit pada variabel-i

m = banyaknya faktor biasa

Berikut ini proses analisis faktor sebagai berikut:

1. Menentukan variabel yang akan di analisis
2. Menguji variabel dengan menggunakan metode *Bartle Test Of Sphericity* serta pengukuran MSA (*Measure Of Sampling Adequacy*). Uji KMO dan *Bartle Test* memiliki keuntungan yaitu angket KMO (*Kaiser Meyer Olkin*) harus berada di atas 0,5 dan signifikan harus berada dibawah 0,05. Sedangkan Uji MSA angkanya harus berada pada 0 sampai 1 dengan kriteria :
 - a) MSA = 1 variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.
 - b) MSA > 0,5 variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
 - c) MSA < 0,5 variabel tidak bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.
3. Melakukan proses inti pada analisis faktor yaitu *factoring* atau menurunkan satu atau lebih faktor dari variabel yang telah lolos pada uji variabel lainnya.

4. Melakukan proses *faktor rotation* atau rotasi terhadap faktor yang telah terbentuk.
5. Interpretasi atas faktor yang telah terbentuk khususnya memberi nama atas faktor yang terbentuk yang dianggap mewakili variabel anggota faktor.
6. Validasi atas hasil faktor untuk mengetahui apakah faktor yang terbentuk telah valid dapat dilakukan.



BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Tabungan Simpatik Pada Bank Syariah Indonesia

Tabungan simpatik merupakan tabungan syariah yang menggunakan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap waktu. Bisa dibuka oleh siapa yang memerlukan tabungan ini. Untuk membuka tabungan ini cukup membawa Kartu identitas seperti KTP / SIM , dengan setoran awal minimal sebesar Rp20.000.

Jika memberikan Setoran awal minimal Rp20.000 maka tidak akan difasilitasi kartu ATM) ,, jika ingin menggunakan kartu ATM maka setoran awalnya sebesar Rp30.000 keatas. Untuk setoran rutin yang dapat dilakukan minimal Rp10 ribu. Saldo minimal yang harus ada di dalam rekening sebesar Rp20 ribu seperti bank lainnya.

Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

1. Fitur & Biaya
 - a. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah
 - b. Setoran awal minimal Rp20.000 (tanpa ATM) & Rp30.000 (dengan ATM)
Setoran berikutnya minimal Rp10.000
 - c. Saldo minimal Rp20.000
 - d. Biaya tutup rekening Rp10.000
 - e. Biaya administrasi Rp2.000 per rekening per bulan atau sebesar bonus bulanan (tidak memotong pokok)

f. Biaya pemeliharaan kartu ATM Rp2.000 per bulan

2. Syarat:

Kartu identitas: KTP/SIM/Paspor nasabah

3. Manfaat:

- a. Aman dan terjamin
- b. Online di seluruh outlet BSM
- c. Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM
- d. Fasilitas BSM Card, yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit dan kartu potongan harga di merchant yang telah bekerjasama dengan BSM
- e. Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking
- f. Penyaluran zakat, infaq dan sedekah.

B. Uji Instrumen Angket

1. Uji Validitas

Untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Mandiri Syariah dengan menyebarkan 73 kuesioner yang berisi 19 pertanyaan dengan menggunakan skala ordinal. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, r hitung terlihat pada output Cronbach Alpha kolom Correlated Item-Total Correlated (Tabel), sedangkan untuk melihat r table dengan degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Uji coba penelitian ini menggunakan jumlah sampel (n) = 73 dan besarnya df dapat dihitung $73-2=71$ dan Alfa = 0,05 didapat r tabel = 0,194. Jika r hitung lebih besar dari pada r tabel, maka butir pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 4.1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

No Soal	Hasil Hitungan	Keterangan Validitas
1	0,368	Valid
2	0,530	Valid
3	0,199	Valid
4	0,385	Valid
5	0,487	Valid
6	0,438	Valid
7	0,339	Valid
8	0,234	Valid
9	0,374	Valid
10	0,270	Valid
11	0,366	Valid
12	0,273	Valid
13	0,288	Valid
14	0,268	Valid
15	0,456	Valid
16	0,361	Valid
17	0,327	Valid
18	0,337	Valid
19	0,412	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2020)

Dari tabel rekapitulasi data uji validitas dapat dianalisis hasil uji validitas data tabel produk t-moment menunjukkan semua nomor soal pertanyaan valid, karena nilai hitung > $r_{tabel} / r(0,05, n-2) = 0,194$.

2. Uji Reliabilitas

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik alpha cronbach, bila koefisien reliabilitas (r_{19}) > 0,6 Berdasarkan hasil pengolahan data untuk uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Item
0,608	19

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2020)

Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai alpha cronbach diatas 0,6 yaitu 0,608 sehingga dapat dikatakan konsep pengukuran kuesioner adalah reliabel sehingga variabel tersebut layak untuk digunakan sebagai alatukur.

C. Hasil Penelitian

1. Deskripsi variabel penelitian

a. Faktor produk

Tabel 4.3 Pernyataan responden tentang faktor produk

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Rukun wadiah tidak mempersulit nasabah untuk menitip atau menggunakan tabungan tersebut.	27	46	0	0
2	Tidak terjadi akad jika salah satu rukun tidak terpenuhi.	29	42	2	0
3	Akad wadiah berfungsi untuk menjaga keamanan, keselamatan serta keutuhan barang titipan.	33	40	0	0
4	Setoran awal tabungan simpatik sangat terjangkau	29	44	0	0
5	Keunggulan produk tabungan simpatik sesuai dengan yang ditawarkan	38	35	0	0

b. Faktor pelayanan

Tabel 4.4 Pernyataan responden tentang faktor pelayanan

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah mandiri kepada semua nasabah tanpa memandang status sosial.	25	48	0	0
2	Tabungan yang berprinsip wadiah mengutamakan keamanan dana dan kemudahan bertransaksi sehari-hari kepada masyarakat.	25	48	0	0
3	Cepat dan tanggap dalam melayani setiap keluhan nasabah.	24	44	5	0
4	Karyawan bank syariah mandiri memiliki pengetahuan yang cukup dalam memberikan informasi tentang produk tabungan simpatik/wadiah kepada nasabah.	32	40	1	0

5	Tabungan yang berprinsip wadiah merupakan titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.	31	42	0	0
---	---	----	----	---	---

Sumber : Data Primer (2020)

c. Faktor kualitas

Tabel 4.5 Pernyataan responden tentang faktor kualitas

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Bank syariah mandiri dapat menjaga kerahasiaan nasabah terkait jumlah tabungan yang anda miliki.	21	52	0	0
2	Al-Qur'an dan al-hadis sebagai landasan hukum tabungan Simpatik/Wadiah.	30	43	0	0
3	Tabungan yang berprinsip wadiah bebas dari resiko pemotongan dana setiap bulannya (bebas biaya administrasi).	34	39	0	0
4	Produk tabungan wadiah halal dan aman dari segi syariat tidak gharar, maisyir, dan mudharat.	32	41	0	0
5	Nasabah dapat mempercayakan produk tabungan wadiah untuk menitupkan barang titipannya dalam bentuk simpanan dana.	37	36	0	0

Sumber : Data Primer (2020)

d. Faktor fasilitas

Tabel 4.6 Pernyataan responden tentang faktor fasilitas

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Tabungan simpatik/wadiah dilengkapi dengan kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri / <i>Automated Teller Marchine</i>) yang dapat digunakan dimesin ATM	49	24	0	0
2	Cover produk tabungan simpatik/wadiah sangat elegan dan menarik.	35	38	0	0
3	Tabungan simpatik/wadiah mudah bertransaksi dengan menggunakan syariah mobile dan internet banking.	34	39	0	0
4	Fitur produk tabungan simpatik/wadiah sangat membantu nasabah dalam efektifitas bertransaksi.	41	32	0	0

Sumber : Data Primer (2020)

2. Analisis Faktor

Setelah data diuji dan layak untuk diolah dengan metode statistik analisis faktor, maka selanjutnya adalah pembahasan mengenai hasil analisis faktor. Proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan antar sejumlah variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.

a. Menentukan variabel yang akan dianalisis

Dalam analisis faktor, hal pertama yang harus dilakukan adalah menilai variabel mana yang layak untuk dimasukkan dalam analisis selanjutnya. Hal ini diukur dengan menggunakan statistik Kaiser-Meyer Oklin (KMO) and Barlett's Test dan uji Anti-Image Matrics.

Apabila nilai MSA $> 0,5$ maka indikator tersebut layak untuk digunakan dalam analisis faktor dan sebaliknya jika nilai MSA $< 0,5$ maka indikator tersebut tidak layak. Anti-image menyediakan informasi ini untuk menyeleksi indikator mana yang layak. Dalam proses ini apabila ada lebih dari satu faktor yang tidak memenuhi nilai minimum MSA maka dikeluarkan indikator dengan nilai yang paling kecil dahulu.

Setelah dilakukan pengujian dengan bantuan software SPSS, maka diperoleh hasil dari uji KMO and Barlett's Test seperti pada tabel berikut :

Tabel 4.7 KMO and Barlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,545
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	249.233
	Df	171
	Sig.	0,000

Sumber : Hasil olah data kuesioner dengan SPSS

Hasil output pada KMO and Barlett's Test yang terdapat pada tabel di atas besarnya adalah 0,545, dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena angka KMO and Barlett's Test lebih besar dari 0,5, dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel dan sampel yang ada sudah dapat dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4.8. Angka Measure of Sampling Adequacy (MSA) pada Anti-Image

No	Pernyataan	Nilai Validitas	Keterangan
1	Rukun wadiah tidak mempersulit nasabah untuk menitip atau menggunkan tabungan tersebut.	0,481	Valid
2	Tidak terjadi akad jika salah satu rukun tidak terpenuhi.	0,611	Valid
3	akad wadiah berfungsi untuk menjaga keamanan, keselamatan serta keutuhan barang titipan.	0,358	Valid
4	Setoran awal tabungan simpatik sangat terjangkau	0,476	Valid
5	Keunggulan produk tabungan simpatik sesuai dengan yang ditawarkan	0,534	Valid
6	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah mandiri kepada semua nasabah tanpa memandang status sosial.	0,528	Valid
7	Tabungan yang berprinsip wadiah mengutamakan keamanan dana dan kemudahan bertransaksi sehari-hari kepada masyarakat.	0,538	Valid
8	Cepat dan tanggap dalam melayani setiap keluhan nasabah.	0,555	Valid
9	Karyawan bank syariah mandiri memiliki pengetahuan yang cukup dalam memberikan informasi tentang produk tabungan simpatik/wadiah kepada nasabah.	0,509	Valid
10	Tabungan yang berprinsip wadiah merupakan titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.	0,504	Valid
11	Bank syariah mandiri dapat menjaga kerahasiaan nasabah terkait jumlah tabungan yang anda miliki.	0,607	Valid
12	Al-Qur'an dan al-hadis sebagai landasan hukum tabungan Simpatik/Wadiah.	0,547	Valid
13	Tabungan yang berprinsip wadiah bebas dari resiko pemotongan dana setiap	0,649	Valid

	bulannya (bebas biaya administrasi).		
14	Produk tabungan wadiah halal dan aman dari segi syariat tidak gharar, maisyir, dan mudharat.	0,650	Valid
15	Nasabah dapat mempercayakan produk tabungan wadiah untuk menitupkan barang titipannya dalam bentuk simpanan dana.	0,639	Valid
16	Tabungan simpatik/wadiah dilengkapi dengan kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri / <i>Automated Teller Machine</i>) yang dapat digunakan dimesin ATM	0,567	Valid
17	Cover produk tabungan simpatik/wadiah sangat elegan dan menarik.	0,604	Valid
18	Tabungan simpatik/wadiah mudah bertransaksi dengan menggunakan syariah mobile dan internet banking.	0,599	Valid
19	Fitur produk tabungan simpatik/wadiah sangat membantu nasabah dalam efektifitas bertransaksi.	0,633	Valid

Matrics Sumber : Hasil olah data dengan SPSS

Dalam penentuan variabel ini diperoleh bahwa variabel yang ada telah memenuhi persyaratan, yaitu $> 0,50$, sehingga variabel masih bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut dalam analisis faktor.

b. Estimasi Communalities

Communalities adalah jumlah varian dari suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Ketentuan dalam estimasi communalities yaitu bahwa semakin besar communalities sebuah variabel, berarti semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

Berikut adalah tabel yang menunjukkan nilai communalities dari variabel-variabel yang diujikan di dalam penelitian ini:

Tabel 4.9 Communalities

No	Pernyataan	Extraction
1	Rukun wadiah tidak mempersulit nasabah untuk menitip atau menggunkan tabungan tersebut.	0,675
2	Tidak terjadi akad jika salah satu rukun tidak terpenuhi.	0,627
3	akad wadiah berfungsi untuk menjaga keamanan, keselamatan serta keutuhan barang titipan.	0,736
4	Setoran awal tabungan simpatik sangat terjangkau	0,648
5	Keunggulan produk tabungan simpatik sesuai dengan yang ditawarkan	0,701
6	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah mandiri kepada semua nasabah tanpa memandang status sosial.	0,724
7	Tabungan yang berprinsip wadiah mengutamakan keamanan dana dan kemudahan bertransaksi sehari-hari kepada masyarakat.	0,510
8	Cepat dan tanggap dalam melayani setiap keluhan nasabah.	0,605
9	Karyawan bank syariah mandiri memiliki pengetahuan yang cukup dalam memberikan informasi tentang produk tabungan simpatik/wadiah kepada nasabah.	0,713
10	Tabungan yang berprinsip wadiah merupakan titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.	0,805
11	Bank syariah mandiri dapat menjaga kerahasiaan nasabah terkait jumlah tabungan yang anda miliki.	0,644
12	Al-Qur'an dan al-hadis sebagai landasan hukum tabungan Simpatik/Wadiah.	0,685
13	Tabungan yang berprinsip wadiah bebas dari resiko pemotonga dana setiap bulannya (bebas biaya administrasi).	0,731
14	Produk tabungan wadiah halal dan aman dari segi syariat tidak gharar, maisyir, dan mudharat.	0,543
15	Nasabah dapat mempercayakan produk tabungan wadiah untuk menitupkan barang titipannya dalam bentuk simpanan dana.	0,634
16	Tabungan simpatik/wadiah dilengkapi dengan kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri / <i>Automated Teller Marchine</i>) yang dapat digunakan dimesin ATM	0,785
17	Cover produk tabungan simpatik/wadiah sangat elegan dan menarik.	0,583
18	Tabungan simpatik/wadiah mudah bertransaksi dengan menggunakan syariah mobile dan internet baking.	0,713
19	Fitur produk tabungan simpatik/wadiah sangat membantu nasabah dalam efektifitas bertransaksi.	0,690

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS

Dari hasil nilai communalities di atas, akan disusun berdasarkan nilai yang terbesar lebih dahulu, agar lebih mudah mengetahui variabel mana yang lebih erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

- 1) Pada variabel bank syariah mandiri dapat menjaga kerahasiaan nasabah terkait jumlah tabungan yang dimiliki sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,805, ini berarti sekitar 80,5% varians dari tabel ke-10 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 2) Pada variabel Tabungan simpatik/wadiah dilengkapi dengan kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri / *Automated Teller Machine*) yang dapat digunakan dimesin ATM sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,785, ini berarti sekitar 78,5% varians dari tabel ke-16 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 3) Pada variabel akad wadiah berfungsi untuk menjaga keamanan, keselamatan serta keutuhan barang titipan sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,736, ini berarti sekitar 73,6% varians dari tabel ke-3 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 4) Pada variabel tabungan yang berprinsip wadiah bebas dari resiko pemotongan dana setiap bulannya (bebas biaya administrasi) sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,731, ini berarti sekitar 73,1% varians dari tabel ke-13 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 5) Pada variabel pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah mandiri kepada semua nasabah tanpa memandang status sosial sehingga saya tertarik

untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,724, ini berarti sekitar 72,4% varians dari tabel ke-6 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

- 6) Pada variabel tabungan simpatik/wadiah mudah bertransaksi dengan menggunakan syariah mobile dan internet bakingsehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,713, ini berarti sekitar 71,3% varians dari tabel ke-18 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 7) Pada variabel karyawan bank syariah mandiri memiliki pengetahuan yang cukup dalam memberikan informasi tentang produk tabungan simpatik/wadiah kepada nasabahsehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,713, ini berarti sekitar 71,3% varians dari tabel ke-9 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 8) Pada variabel keunggulan produk tabungan simpatik sesuai dengan yang ditawarkan sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,701, ini berarti sekitar 70,1% varians dari tabel ke-5 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 9) Pada variabel fitur produk tabungan simpatik/wadiah sangat membantu nasabah dalam efektifitas bertransaksisehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,690, ini berarti sekitar 69,0% varians dari tabel ke-19 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 10) Pada variabel al-Qur'an dan al-hadis sebagai landasan hukum tabungan Simpatik/Wadiah sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,685, ini berarti sekitar 68,5% varians dari tabel ke-12 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk. Pada variabel rukun wadiah tidak

mempersulit nasabah untuk menip atau menggunkan tabungan tersebut sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,675, ini berarti sekitar 67,5% varians dari tabel ke-1 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

- 11) Pada variabel setoran awal tabungan simpatik sangat terjangkau sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,648, ini berarti sekitar 64,8% varians dari tabel ke-4 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 12) Pada variabel bank syariah mandiri dapat menjaga kerahasiaan nasabah terkait jumlah tabungan yang anda miliki sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,644, ini berarti sekitar 64,4% varians dari tabel ke-11 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 13) Pada variabel nasabah dapat mempercayakan produk tabungan wadiah untuk menitupkan barang titipannya dalam bentuk simpanan dana saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,634, ini berarti sekitar 63,4% varians dari tabel ke-15 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 14) Pada variabel tidak terjadi akad jika salah satu rukun tidak terpenuhi sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,627, ini berarti sekitar 62,7% varians dari tabel ke-2 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 15) Pada variabel cepat dan tanggap dalam melayani setiap keluhan nasabah sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai

communalitiesnya 0,605, ini berarti sekitar 60,5% varians dari tabel ke-8 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

16) Pada variabel cover produk tabungan simpatik/wadiah sangat elegan dan menarik sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,583, ini berarti sekitar 58,3% varians dari tabel ke-17 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

17) Pada variabel produk tabungan wadiah halal dan aman dari segi syariat tidak gharar, maisyir, dan mudharat sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,543, ini berarti sekitar 54,3% varians dari tabel ke-14 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

18) Pada variabel tabungan yang berprinsip wadiah mengutamakan keamanan dana dan kemudahan bertransaksi sehari-hari kepada masyarakat sehingga saya tertarik untuk memilih tabungan simpatik nilai communalitiesnya 0,510, ini berarti sekitar 51,0% varians dari tabel ke-7 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

c. Penentuan Jumlah Faktor

Proses selanjutnya dari analisis faktor adalah melakukan ekstraksi. Ekstraksi dilakukan terhadap sekumpulan variabel yang ada dan telah melalui pengujian seperti yang telah dilakukan dalam pemilihan variabel yang telah dibahas sebelumnya.

Dalam penelitian ini penentuan jumlah faktor didasarkan pada nilai eigenvalue dengan kriteria bahwa angka eigenvalue < 1 tidak digunakan dalam menghitung

jumlah faktor yang terbentuk. Untuk menentukan jumlah faktor tersebut dapat dilihat pada tabel Total Variance Explained dari program SPSS.

Tabel 4.10 Total Variance Explained

Compo Nen	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.588	13.621	13.621	2.588	13.621	13.621
2	2.400	12.631	26.253	2.400	12.631	26.253
3	1.687	8.877	35.130	1.687	8.877	35.130
4	1.458	7.674	42.804	1.458	7.674	42.804
5	1.397	7.353	50.157	1.397	7.353	50.157
6	1.159	6.098	56.255	1.159	6.098	56.255
7	1.062	5.591	61.846	1.062	5.591	61.846
8	1.001	5.269	67.115	1.001	5.269	67.115
9	.976	5.138	72.253			
10	.918	4.832	77.085			
11	.733	3.856	80.940			
12	.679	3.574	84.514			
13	.599	3.152	87.666			
14	.523	2.754	90.419			
15	.477	2.508	92.927			
16	.413	2.172	95.100			
17	.333	1.754	96.853			
18	.320	1.682	98.535			
19	.278	1.465	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Pada tabel 4.10 Total Variance Explained, terlihat bahwa terdapat 8 (delapan) faktor yang terbentuk dari 19 faktor yang ada. Hal ini diketahui dengan pembentukan jumlah faktor dalam analisis faktor jika eigenvalue < 1 , maka tidak dapat digunakan dalam pembentukan faktor. Dari tabel 4.10 terlihat bahwa ada delapan faktor yang terbentuk, karena satu faktor angka eigenvalue > 1 , dua faktor angka eigenvalue > 1 , tiga faktor angka eigenvalue > 1 , empat faktor angka eigenvalue > 1 , lima faktor angka eigenvalue > 1 , enam faktor angka eigenvalue > 1 , tujuh faktor angka eigenvalue > 1 , delapan faktor angka eigenvalue > 1 . Akan

tetapi untuk Sembilan faktor, angka eigenvalue sudah berada < 1 , yakni 0,976, sehingga proses faktoring berhenti pada (8) delapan faktor saja. Jadi hasil reduksi 19 variabel yang ada diperoleh 8 (delapan) faktor. Pada kolom extraction yang dapat dilihat hasil output bahwa nilai varians faktor pertama 13,621%, faktor kedua 12,631%, faktor ketiga 8,877%, faktor keempat 7,674%, faktor kelima 7,353%, faktor keenam 6,098%, faktor ketujuh 5,591%, faktor kedelapan 5,269%. Kedelapan faktor tersebut dapat menjelaskan 67,114% variabilitas 19 faktor tersebut.

d. Interpretasi faktor

Setelah terbentuk faktor, tahap selanjutnya adalah menginterpretasikan faktor-faktor yang terbentuk dengan melihat tabel component matrix yang menunjukkan distribusi ke-19 variabel tersebut pada 8 faktor yang terbentuk. Sedangkan angka-angka pada tabel tersebut adalah faktor loading, yang menunjukkan besarnya korelasi antara suatu variabel dengan faktor-faktor yang terbentuk.

Pada tabel 4.11 yaitu tabel component matrix awal, hasil faktor belum bisa diinterpretasikan karena variabel-variabel yang ada hanya mengumpul pada satu atau beberapa faktor saja belum menyeluruh. Untuk itu perlu dilakukan rotasi faktor. Rotasi faktor ini dimaksudkan untuk mendapatkan tampilan data yang jelas dari nilai loading untuk masing-masing variabel terhadap faktor-faktor yang ada. Interpretasi ini didasarkan pada nilai loading yang terbesar dari masing-masing variabel terhadap faktor-faktor yang ada, jadi suatu variabel akan masuk ke dalam faktor yang memiliki nilai loading terbesar, setelah dilakukan perbandingan besar

korelasi terhadap setiap baris. Tabel 4.12 yaitu tabel rotated component matrix menunjukkan hasil dari rotasi faktor.

Tabel 4.11 Componen Matrix

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Produk1	.353	-.157	.504	.310	-.089	.031	.377	-.160
Produk2	.568	.213	.347	-.055	-.127	-.140	.022	-.315
Produk3	.048	.206	.107	.519	.586	-.214	.149	-.009
Produk4	.373	.175	-.239	.249	.386	-.205	.015	-.409
Produk5	.492	.147	-.175	.302	-.518	.124	-.038	-.171
Pelayanan1	.427	.287	.459	-.271	.273	.110	-.262	-.136
Pelayanan2	.337	.136	.172	-.428	.230	.317	.080	.072
Pelayanan3	.095	.322	.016	.117	-.637	-.207	.164	.041
Pelayanan4	.239	.545	-.293	.268	-.074	-.012	-.389	.211
Pelayanan5	.179	.054	.567	.319	-.078	-.032	-.515	.274
Kualitas1	.324	.416	-.243	-.283	.020	-.265	.318	.233
Kualitas2	.273	-.162	-.323	.199	.008	.635	-.150	-.120
Kualitas3	.210	.020	.159	.279	.027	.501	.477	.322
Kualitas4	.160	.566	.106	-.309	.034	.081	-.005	.288
Kualitas5	.404	.509	-.440	-.037	.108	.015	.071	.008
Fasilitas1	.393	-.433	-.052	.261	.146	-.277	.013	.523
Fasilitas2	.481	-.475	-.010	-.208	-.118	-.258	.024	-.029
Fasilitas3	.473	-.537	-.408	-.009	.120	.038	-.130	.040
Fasilitas4	.584	-.499	.035	-.295	-.063	-.047	-.052	.057

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 8 components extracted.

Tabel 4.12 Rotated Componen Matrix

	Rotated Component Matrix ^a							
	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Produk1	.160	-.359	.217	.368	.227	-.133	.047	.516
Produk2	.166	.012	.539	.498	.216	-.110	.056	.004
Produk3	-.159	.042	-.054	-.185	.749	-.146	.186	.234
Produk4	.093	.139	.111	.105	.731	.155	-.125	-.147
Produk5	.121	.138	-.024	.714	.038	.381	.084	.057
Pelayanan1	.016	.074	.803	-.023	.124	-.005	.232	-.052
Pelayanan2	.100	.219	.590	-.177	-.119	.084	-.109	.198
Pelayanan3	-.112	.208	-.154	.670	-.174	-.206	.046	.043
Pelayanan4	-.172	.571	-.071	.211	.153	.272	.427	-.171
Pelayanan5	.005	-.156	.198	.106	-.017	-.056	.851	.049
Kualitas1	.126	.693	.097	.121	.062	-.263	-.214	.069

Kualitas2	.092	-.029	.019	.011	.007	.808	-.033	.146
Kualitas3	-.043	.073	.032	.021	-.028	.186	.017	.829
Kualitas4	-.204	.545	.378	-.009	-.160	-.130	.112	.079
Kualitas5	-.018	.675	.114	.159	.265	.220	-.142	-.032
Fasilitas1	.664	.106	-.281	-.141	.158	-.091	.355	.273
Fasilitas2	.726	-.091	.094	.149	-.030	-.075	-.081	-.063
Fasilitas3	.711	.027	-.108	-.113	.099	.408	-.060	-.053
Fasilitas4	.772	-.058	.251	.050	-.135	.075	-.017	.018

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 13 iterations.

Component matrix hasil proses rotasi (rotated component matrix) yang ditunjukkan pada tabel 4.12 memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Kemudian diperoleh beberapa variabel yang mendominasi masing-masing faktor, yaitu sebagai berikut:

- 1) Faktor pertama, terdiri dari Fasilitas (Q16) dengan nilai faktor loading 0,664. Fasilitas (Q17) dengan nilai faktor loading 0,726. Fasilitas (Q18) dengan nilai faktor loading 0,711. Fasilitas(Q19) dengan nilai faktor loading 0,772.
- 2) Faktor kedua, terdiri dari Pelayanan (Q7) dengan nilai faktor loading 0,219. Pelayanan (Q8) dengan nilai faktor loading 0,208. Pelayanan (Q9) dengan nilai faktor loading 0,571. Kualitas (Q11) dengan nilai faktor loading 0,693. Kualitas (Q14) dengan nilai faktor loading 0,545. Kualitas (Q15) dengan nilai faktor loading 0,675.
- 3) Faktor Ketiga, terdiri dari Pelayanan (Q6) dengan nilai faktor loading 0,803.
- 4) Faktor Keempat, terdiri dari Produk (Q2) dengan nilai faktor loading 0,498. Produk (Q5) dengan nilai faktor loading 0,714.

5) Faktor Kelima, Terdiri dari Produk (Q3) dengan nilai faktor loading 0,749.

Produk (Q4) dengan nilai faktor loading 0.731.

6) Faktor Keenam, terdiri dari Kualitas (Q12) dengan nilai faktor loading 0,808.

7) Faktor ketujuh, terdiri dari Pelayanan (Q10) dengan nilai faktor loading 0,851.

8) Faktor kedelapan, terdiri dari Produk (Q1) dengan nilai faktor loading 0,516.

Kualitas (Q13) dengan nilai faktor loading 0,829.

Secara lengkap pembagian variabel-variabel berdasarkan faktor yang terbentuk dapat dilihat pada tabel 4.13. Variabel diurut berdasarkan nilai faktor loading dari yang terbesar. Untuk pemberian nama pada masing-masing faktor baru yang terbentuk bersifat subyektif, kadang-kadang variabel yang memiliki nilai faktor loading tertinggi digunakan untuk memberi nama faktor.

Tabel 4.13 Pembagian Indikator yang terbentuk

Indikator	Faktor yang terbentuk	Eigen Value	Loading Faktor	% Variance	% Kumulatif
Fasilitas (Q16)			0,664	13.621	13.621
Fasilitas (Q17)			0,726		
Fasilitas (Q18)			0,711		
Fasilitas(Q19)	Fasilitas 19	2,588	0,772		
Pelayanan (Q7)			0,219	12.631	26.253
Pelayanan (Q8)			0,208		
Pelayanan (Q9)			0,571		
Kualitas (Q11)	Kualitas 11	2,400	0,693		
Kualitas (Q14)			0,545		
Kualitas (Q15)			0,675		
Pelayanan (Q6)	Pelayanan 6	1,687	0,803	8.877	35.130
Produk (Q2)	Produk 2	1,458	0,498	7.674	42.804
Produk (Q5)			0,714		
Produk (Q3)	Produk 3	1,397	0,749	7.353	50.157
Produk (Q4)			0,731		
Kualitas (Q12)	Kualitas 12	1,159	0,808	6.098	56.255
Pelayanan (Q10)	Pelayanan 10	1,062	0,851	5.591	61.846
Produk (Q1)			0,516	5.269	67.115
Kualitas (Q13)	Kualitas 13	1,001	0,829		

Tabel 4.14 Pembagian faktor yang terbentuk

No	Faktor yang terbentuk	Pembahasan	Loading Faktor
1	Pelayanan (Q10)	Tabungan yang berprinsip wadiah merupakan titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya	0,851
2	Kualitas (Q13)	Tabungan yang berprinsip wadiah bebas dari resiko pemotonga dana setiap bulannya (bebas biaya administrasi).	0,829
3	Kualitas (Q12)	Al-Qur'an dan al-hadis sebagai landasan hukum tabungan Simpatik/Wadiah.	0,808
4	Pelayanan (Q6)	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah mandiri kepada semua nasabah tanpa memandang status sosial	0,803
5	Fasilitas (Q19)	Fitur produk tabungan simpatik/wadiah sangat membantu nasabah dalam efektifitas bertransaksi	0,772
6	Produk (Q3)	Akad wadiah berfungsi untuk menjaga keamanan, keselamatan serta keutuhan barang titipan	0,749
7	Kualitas (Q11)	Bank syariah mandiri dapat menjaga kerahasiaan nasabah terkait jumlah tabungan yang anda miliki.	0,693
8	Produk (Q2)	Tidak terjadi akad jika salah satu rukun tidak terpenuhi	0,498

Tabel 4.15 Dimensi pelayanan yang terbentuk

No	Faktor yang terbentuk	Pembahasan	Loading Faktor
1	Pelayanan (Q10)	Tabungan yang berprinsip wadiah merupakan titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya	0,851
2	Pelayanan (Q6)	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah mandiri kepada semua nasabah tanpa memandang status sosial	0,803

Tabel 4.16 Dimensi kualitas yang terbentuk

No	Faktor yang terbentuk	Pembahasan	Loading Faktor
1	Kualitas (Q13)	Tabungan yang berprinsip wadiah bebas dari resiko pemotonga dana setiap bulannya (bebas biaya administrasi).	0,829

2	Kualitas (Q12)	Al-Qur'an dan al-hadis sebagai landasan hukum tabungan Simpatik/Wadiah.	0,808
3	Kualitas (Q11)	Bank syariah mandiri dapat menjaga kerahasiaan nasabah terkait jumlah tabungan yang anda miliki.	0,693

Tabel 4.17 Dimensi fasilitas yang terbentuk

No	Faktor yang terbentuk	Pembahasan	Loading Faktor
1	Fasilitas (Q19)	Fitur produk tabungan simpatik/wadiah sangat membantu nasabah dalam efektifitas bertransaksi	0,772

Tabel 4.18 Dimensi produk yang terbentuk

No	Faktor yang terbentuk	Pembahasan	Loading Faktor
1	Produk (Q3)	Akad wadiah berfungsi untuk menjaga keamanan, keselamatan serta keutuhan barang titipan	0,749
2	Produk (Q2)	Tidak terjadi akad jika salah satu rukun tidak terpenuhi	0,498

e. Interpretasi

Dalam penelitian ini ditemukan 8 faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan simpatik dalam penelitian ini adalah Pada Bank Syariah Indonesia. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih tabungan simpatik pada Bank Syariah Indonesia adalah fasilitas 19 yaitu fitur produk tabungan simpatik/wadiah sangat membantu nasabah dalam efektifitas bertransaksi. Kualitas 11 yaitu bank syariah mandiri dapat menjaga kerahasiaan nasabah terkait jumlah tabungan yang anda miliki. Pelayanan 6 yaitu pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah mandiri kepada semua nasabah tanpa memandang status social. Produk 2 yaitu tidak terjadi akad jika salah satu rukun tidak terpenuhi. Produk 3, yaitu akad wadiah

berfungsi untuk menjaga keamanan, keselamatan serta keutuhan barang titipan. Kualitas 12, yaitu Al-Qur'an dan al-hadis sebagai landasan hukum tabungan Simpatik/Wadiah. Pelayanan 10, yaitu tabungan yang berprinsip wadiah merupakan titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Kualitas 13 yaitu tabungan yang berprinsip wadiah bebas dari resiko pemotongan dana setiap bulannya (bebas biaya administrasi).

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih tabungan simpatik pada Bank Syariah Indonesia, terdapat 8 indikator yang berasal dari 4 dimensi, yaitu pelayanan, kualitas, fasilitas, produk.

Faktor pertama yaitu faktor pelayanan, seperti pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah mandiri kepada semua nasabah tanpa memandang status social, tabungan yang berprinsip wadiah mengutamakan keamanan dan kemudahan bertransaksi sehari-hari kepada masyarakat dan cepat dan tanggap dalam melayani setiap keluhan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk mengambil keputusan menjadi nasabah di bank syariah tersebut. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sudartik (2012) yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah.⁴¹ Philip Kotler (2012) mengungkapkan salah

⁴¹ Sudartik, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Periklanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Pada PT. BPR Semarang Margatma Gunadana", (Skripsi Universitas Negeri Semarang (UNNES) Semarang, 2009).

satu faktor yang mempengaruhi konsumen (nasabah) dalam mengambil keputusan adalah pelayanan atau *service* yang ditawarkan bank terhadap konsumennya.⁴²

Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan konsumen untuk memutuskan menjadi nasabah di bank syariah.

Faktor kedua yaitu faktor kualitas. Dewasa ini terdapat banyak variasi produk dalam industri perbankan syariah yang menawarkan kemudahan dan keuntungan bagi nasabahnya. Banyak bank menawarkan produk tabungan dengan kualitas terbaiknya. Masyarakat juga memiliki kriteria tersendiri yang dapat menjadi faktor pendorong mereka untuk menjadi nasabah dan memilih produk tabungan pada suatu bank. Oleh karena itu, bank syariah harus memberikan berbagai produk yang berkualitas serta memiliki kelebihan dibandingkan dengan produk pesaing. Salah satu bank syariah yang tengah menghadapi ketatnya persaingan yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Dalam persaingan di bidang bisnis perbankan yang ketat seperti sekarang ini, maka Bank Syariah Indonesia (BSI) harus kreatif di dalam produk-produk perbankannya, misalnya produk tabungan (simpanan). Bank syariah perlu memberikan produk tabungan yang bermanfaat dan juga menarik bagi nasabahnya agar bisa tetap eksis. Perencanaan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan harus sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, produk yang dihasilkan harus mencerminkan kualitas yang baik. Produk yang berkualitas berarti produk yang memiliki nilai lebih dibandingkan produk pesaing. Perusahaan yang memiliki kualitas yang lebih baik akan memberikan *customer*

⁴² Philip Kotler, "Manajemen Pemasaran", (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2012). 83.

value yang lebih baik. Dengan begitu perusahaan tersebut dapat mempertahankan nasabahnya dan menarik nasabah baru dan pada akhirnya dapat meningkatkan pangsa pasar.

Faktor ketiga yaitu faktor fasilitas. Fasilitas dapat didefinisikan sebagai sarana dan prasarana yang disertakan perusahaan untuk diberikan kepada nasabah. Biasanya fasilitas disertakan pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada nasabah mereka. Seperti halnya standar kualitas pelayanan, fasilitas yang tersedia berada pada fungsi yang maksimal, dimana dalam hal ini adalah untuk kepuasan nasabah. Segala fasilitas yang disediakan diharapkan mampu memenuhi semua kebutuhan nasabah yang akan bertransaksi keuangan mereka di bank. Sehingga bank mampu melaksanakan fungsi sebagai lembaga penyedia jasa dibidang keuangan tersebut. Fasilitas merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti member kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk, karena suatu perusahaan jasa harus memiliki mesin-mesin produksi, alat-alat kantor dan tenaga kerja. Mengingat pentingnya fasilitas ini perusahaan rela mengeluarkan modal yang besar untuk membeli peralatan atau mesin-mesin canggih yang harganya mahal asalkan perusahaan bisa berproduksi secara optimal. Demikian halnya dengan fasilitas yang diberikan dalam suatu produk perbankan, fasilitas yang diberikan pihak bank semakin beragam,

semuanya memberikan kemudahan yang diberikan oleh pihak bank, misalnya fasilitas ATM, pembayaran telepon, listrik dan PAM, serta fasilitas lainnya.

Faktor keempat yaitu faktor produk, seperti rukun wadiah tidak mempersulit nasabah untuk menitip atau menggunkan tabungan tersebut, tidak terjadi akad jika salah satu rukun tidak terpenuhi, akad wadiah berfungsi untuk menjaga keamanan, keselamatan serta keutuhan barang titipan, setoran awal tabungan simpatik sangat terjangkau dan keunggulan produk tabungan simpatik sesuai dengan yang ditawarkan. Sebelum menggunakan jasa perbankan, masyarakat akan memiliki harapan bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi. Menurut Wahjono (2010) Produk bank yaitu jasa yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.⁴³ Berdasarkan analisis diketahui bahwa masyarakat di Kota Palopo menggunakan bank syariah berdasarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Jika sebuah bank dapat memberikan produk yang sesuai dengan apa yang diharapkan nasabahnya, maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Abimantra (2013)⁴⁴ dan Evi Yupitri (2012)⁴⁵ yang menyatakan bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

⁴³ Sento Imam Wahjono, *"Manajemen Pemasaran Bank"*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010). 23.

⁴⁴ Anangadipa Abhimantra, Andisa Rahmi Maulina, Eka Agustianengsih, *"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah"*, Jurnal Proceeding PESAT, Vol 5,(2013).

⁴⁵ Evi Yupitri, Raina Linda Sari *"Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan"*, Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, vol 1 no 1, (2012).

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana diuraikan terdahulu, kesimpulan yang dapat dikemukakan yaitu: Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan simpatik pada Bank Syariah Indonesia yaitu faktor Pelayanan, Kualitas Dan Fasilitas, Produk.

B. Saran

Sejumlah saran yang dapat direkomendasikan terkait dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank Syariah Mandiri agar meningkatkan pemberian informasi tentang bank syariah seperti prinsip syariah, jenis produk bank syariah, pelayanan dan fasilitas bank syariah kepada masyarakat mengingat karena faktor pengetahuan nasabah merupakan faktor yang paling diperhatikan oleh nasabah adalah memutuskan untuk menggunakan jasa perbankan syariah.
2. Bagi Masyarakat, agar dapat mencari informasi tentang produk bank syariah sehingga masyarakat dapat menentukan pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sangatlah penting untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel atau indikator yang berbeda, sehingga mampu menghasilkan temuan yang lebih tajam dan mendalam demi kesempurnaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra Ananggadipa, Andisa Rahmi Maulina, Eka Agustianengsih, *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah”*, Jurnal Proceeding PESAT, Vol 5,(2013).
- Afif Mufti, *“Tabungan: Implementasi Akad Wadiah Atau Qard (Kajian Praktik Wadiah Di Perbankan Indonesia)”*, Jurnal Hukum Islam (JHI) Vol 12 N0 2, (Desember2014), 253-254. Doi: 10.28918
- Ahmad Sunan / Imam Ahmad bin Hambal, *“Kitab: Sisa Musnad Sahabat Yang BanyakMeriwayatkan Hadits/ Juz. 2”*, (Libanon: Darul Fikri/ Bairut, 1981 M),195.
- Arwan, *“Minat Mahasiswa IAIN Palopo Terhadap Mata Kuliah Kewirausahaan”*, Skripsi Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, (2017).
- Asnawi Haris Faulidi, Sarkiah, *“Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Dana TabunganSimpatik Bank Syariah Mandiri Kcp Kapuas Melalui Kerjasama Antar Sekolah”*, Jurnal Studi Ekonomi Vol 5, No 1 (2014). Doi: 10.18592.
- Cahyani Ardhia Kartika, *“Implementasi Strategi Promosi Pada Produk Tabungan Simpatik Dibank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Pt. Bank Syariah Mandiri KantorArea Malang)”*, (Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018),4.
- Departemen Agama RI, *“Al-Qur’an Dan Terjemah Special For Women”*, (Bandung: PT Sigma Examedia Arkanleema, 2009), 87.
- HafidABD, *“Problematika Pendidikan Karakter Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Pesantren Istiqomah Yaminas Salumakarra Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu”*, Tesis Institute Agama Islam Negeri IAIN Palopo, (2015), 68-69.
- Hermawati, *“Pengaruh Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah KCP Kota Palopo (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo)”*, Skripsi Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, (2016), 9.
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *“Memahami Bisnis Bank Syariah”*, (Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2014), 97.
- Ikit, *“Manajemen Dana Bank Syariah”*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media,2018), 104.

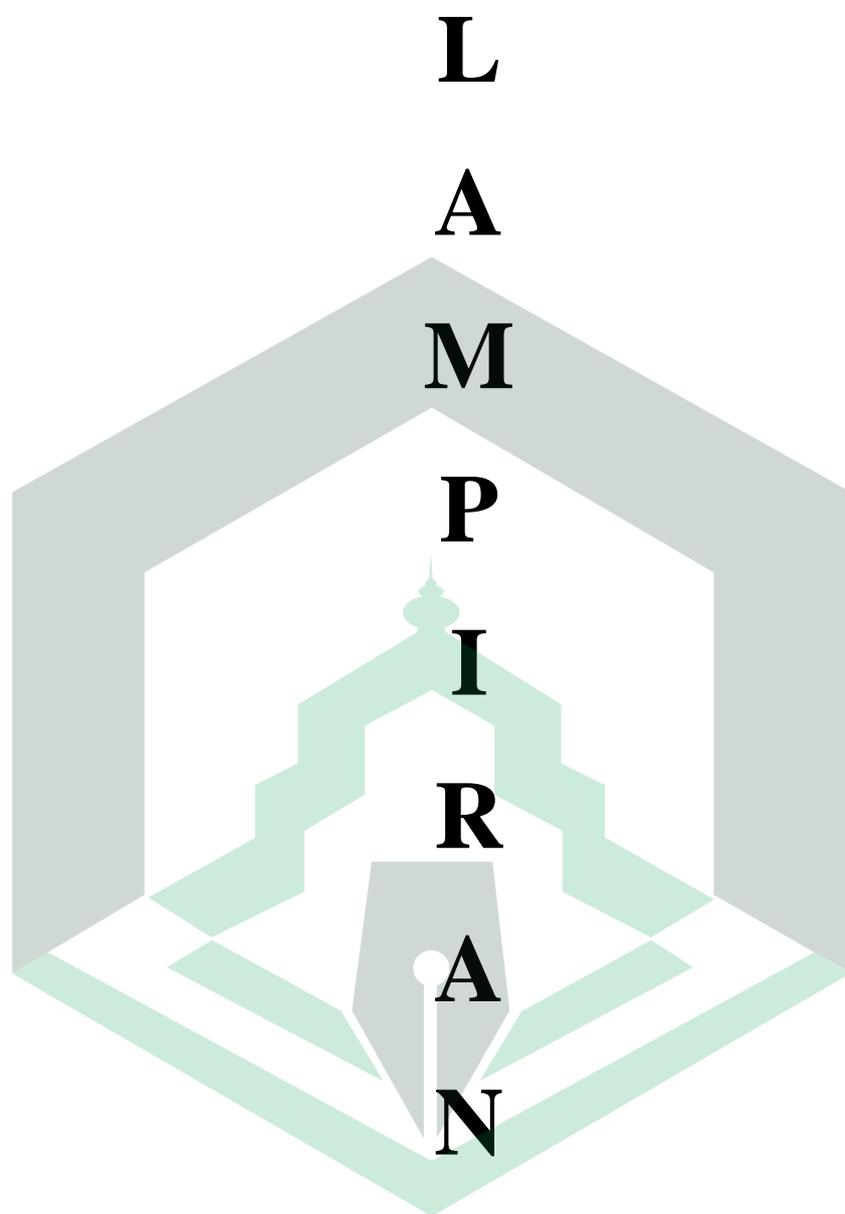
- Imam Gunawan, " *metode penelitian kuantitatif*", (Jakarta: pt bmi aksa, 2013), 35.
- Irdayanti, " *Pengaruh Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Masyarakat Desa Ladongi Kec.Malangke Kab. Luwu Utara)* ", Skripsi Intitute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, (2019), 37
- Ismail, " *Analisis Minat Menabung Nasabah Terhadap Produk Tabungan Dengan Akad Wadiah Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Mataram* ", Skripsi universitas islam negeri mataram, (2017).
- Jalaluddin Imam, " *Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung(Survey Pada Nasabah Bank Bri Syariah Cabang Cirebong)* ", (Skripsi Institute Agama Islam Negeri (Iain) Syekh Nurjati Cirebon, 2013), 1.
- Kasmir, " *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* ", (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2008), 94.
- Koeswara Sonny dan Muslimah, " *Analisis Besarnya Pengrauh Kinerja Pelayanan (Service Ferformance) Frontliner Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA, Tbk Cabang Permata Buana Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple* ", Jurnal PASTI Vol 8, No 1 (2013). 3.
- Kotler Philip, " *Manajemen Pemasaran* ", (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2012). 83.
- Moeliono Anton M., " *Kamus Besar Bahasa Indonesia* ", (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), 225.
- Muhammad, " *Audit & Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah* ", (Yogyakarta: UII Pres Yogyakarta, 2018), 9.
- Nurdalifa. B, " *Peran Produk BNI Syariah Terhadap Kepuasan Masyarakat Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu* ", (Skripsi Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo), 26.
- Padu, Khairiah " *Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank BNI Syariah Belopa (Studi Kasus Warga Desa Salubua Kecamatan Suli Barat Kabupaten Luwu)* ", (Skripsi Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo), 22.
- Pasuraman A, " *Konsep Layanan Berkualitas* ", (Yogyakarta: ANDI, 2012),16.Prof. Dr. Basu Swatha Dharmmesta, M.B.A,

“*Manajemen Pemasaran Dan Analisis Perilaku Konsumen*”, (Yogyakarta: BPFE, 2011),33.

- Putra Risky Pratama, Sri Herianingrum, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya*,” *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol 1, No 9 (2014). Doi: 10.20473
- Rianto M Nur Al Arif, “*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*”, (Bandung: Alfabeta, 2010), 189.
- Rismawati, “*Implementasi Prinsip Wadiah Pada BNI Syariah Kota Palopo*”, skripsi Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, (2017).
- Rusdianto Hutomo, “*Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati*,” *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol 4, No 1(2016). Doi: 10.21043
- Sabri Alisuf, “*Psikologis Pendidikan*”, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya), 95.
- Septifani Riska, Fuad Achmadi, Imam Santoso, “*Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan Dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Membeli*,” *Jurnal Manajemen teknologi* vol 13, No 2 (2014): 206. Doi: 10.12695.
- Shalahuddin Mahfudh, “*Pengantar Psikologis Pendidikan*”, (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1990),95.
- Subagyo Joko, “*Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*”, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991), 23.
- Sudartik, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Periklanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Pada PT. BPR Semarang Margatma Gunadana*”, (Skripsi Universitas Negeri Semarang (UNNES) Semarang, 2009).
- Sugiyono, “*Statistic Untuk Penelitian*”, (Bandung: Alfabeta, 2013), 62.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (cet. XV. Bandung, Alfabeta, 2009), 91.
- Syah Muhibbin, “*Psikologis Pendidikan Dengan Pendekatan Baru*”, (Bandung: PT RemajaRoskadarya, 2001), 136.
- Tjiptono Fandy, “*Manajemen Jasa*,” (Yogyakarta: Andi offset, 2015). 6

- Tjiptono Fandy, *“Service Manajement Mewujudkan Layanan Prima,”* (Yogyakarta: ANDI,2013), 75-76.
- Umam Khotibul, S.H., LL.M, Dr. H. Setiawan Budi Utomo, *“Perbankan Syariah Dasar-Dasar Dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia”*, (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2016), 92-93.
- Wahjono Sento Imam, *“Manajemen Pemasaran Bank”*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010). 23.
- Wirapradnyana1Gede Adi, Lulup Endah Tripalupi1, Anjumanzukhri2, *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Buleleng”*, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol 4, No1 (2014): 2.
- Yulianti Devi, *“Pengaruh Potensi Dan Preferensi Mahasiswa Terhadap Minat MenjadiMarketing Diperbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI PRODIPerbankan Syariah Angkatan 2015 IAIN Palopo)”*, Skripsi Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, (2018).
- Yupitri Evi, Raina Linda Sari *“Analisis Faktor-Faktoryang Mempengerahui Non MuslimMenjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan”*, Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, vol 1 no 1, (2012).





LAMPIRAN

DOKUMENTASI PENELITIAN



KUESIONER PENELITIAN
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Tabungan Simpatik
Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo

Nasabah Yth.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti memohon kepada Bapak/Ibu/saudara(i) untuk mengisi angket ini sesuai dengan yang sebenarnya. Kerahasiaan jawaban anda akan dijamin dan tidak mempunyai akibat pada anda. Atas kesediaan waktu yang diberikan peneliti mengucapkan terimakasih.

1. DATA RESPONDEN:
 Nama : *ANDI RAHMI*
 Jenis kelamin : [] Laki-Laki [] Perempuan
 Umur : *34 TAHUN*
 Pekerjaan : *PNS*

2. PETUNJUK PENGISIAN:
 Beri tanda ceklis (✓) pada jawaban yang anda pilih, dengan keterangan:
 SS = Sangat Setuju skor = 10-9
 S = Setuju skor = 8-7
 TS = Tidak Setuju
 STS = Sangat Tidak Setuju

a. Faktor

No	
1	
2	

tabungan simpatik **mandiri syariah**

Foto dokumentasi 1: lokasi penelitian dan kuesioner yang telah diisi nasabah.

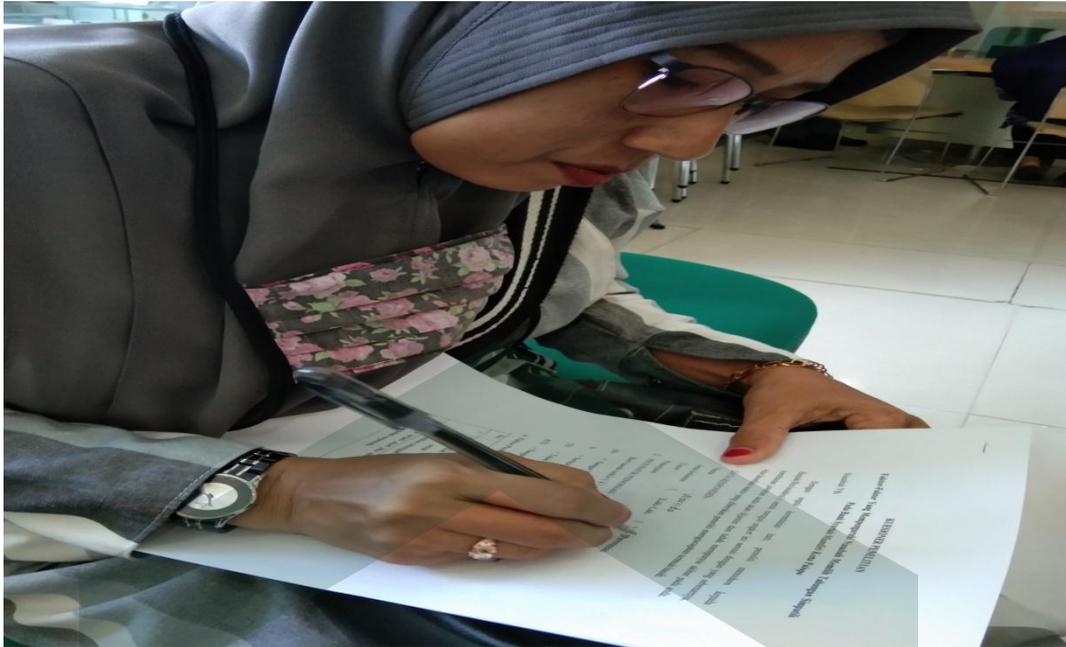


Foto dokumentasi 2: nasabah yang menggunakan tabungan simpatik sedang mengisi kuisisioner/angket dari peneliti.

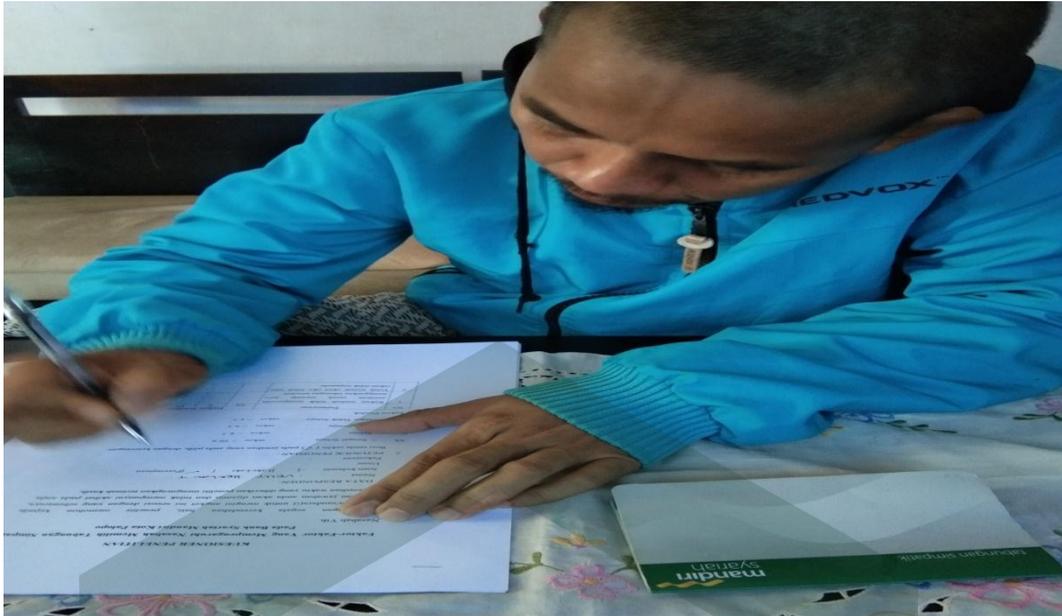


Foto dokumentasi 3: nasabah yang menggunakan tabungan simpatik sedang mengisi kuisisioner/angket dari peneliti.

HASIL OLAH DATA SPSS

Frequency Table

Produk1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	46	63.0	63.0	63.0
	Sangat Setuju	27	37.0	37.0	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Produk2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.7	2.7	2.7
	Setuju	42	57.5	57.5	60.3
	Sangat Setuju	29	39.7	39.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Produk3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	40	54.8	54.8	54.8
	Sangat Setuju	33	45.2	45.2	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Produk4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	44	60.3	60.3	60.3
	Sangat Setuju	29	39.7	39.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Produk5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	35	47.9	47.9	47.9
	Sangat Setuju	38	52.1	52.1	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Pelayanan1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	48	65.8	65.8	65.8
	Sangat Setuju	25	34.2	34.2	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Pelayanan2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	49	67.1	67.1	67.1
Sangat Setuju	24	32.9	32.9	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Pelayanan3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	6.8	6.8	6.8
Setuju	44	60.3	60.3	67.1
Sangat Setuju	24	32.9	32.9	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Pelayanan4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1.4	1.4	1.4
Setuju	40	54.8	54.8	56.2
Sangat Setuju	32	43.8	43.8	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Pelayanan5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	42	57.5	57.5	57.5
Sangat Setuju	31	42.5	42.5	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Kualitas1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	52	71.2	71.2	71.2
Sangat Setuju	21	28.8	28.8	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Kualitas2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	43	58.9	58.9	58.9
Sangat Setuju	30	41.1	41.1	100.0
Total	73	100.0	100.0	

\

Kualitas3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	39	53.4	53.4	53.4
	Sangat Setuju	34	46.6	46.6	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Kualitas4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	41	56.2	56.2	56.2
	Sangat Setuju	32	43.8	43.8	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Kualitas5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	36	49.3	49.3	49.3
	Sangat Setuju	37	50.7	50.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Fasilitas1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	24	32.9	32.9	32.9
Sangat Setuju	49	67.1	67.1	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Fasilitas2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	38	52.1	52.1	52.1
Sangat Setuju	35	47.9	47.9	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Fasilitas3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	39	53.4	53.4	53.4
Sangat Setuju	34	46.6	46.6	100.0
Total	73	100.0	100.0	

Fasilitas4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	32	43.8	43.8	43.8
	Sangat Setuju	41	56.2	56.2	100.0
	Total	73	100.0	100.0	



HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Simpatik Pada Bank Syariah Indonesia Yang ditulis oleh :

Nama : Sulpiani Sultan

Nim 16 0402 0173

Fakultas : Ekonomi dan

Bisnis Islam Program Studi :

Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing I



Dr. Mahadin Shaleh, MS,I

Tanggal: 20 Maret 2021

Pembimbing II



Abdul Kadir Arno. SE,. MS.i

Tanggal: 20 Maret 2021

Dr. Mahadin Shaleh, MS.I
Abdul Kadir Arno, SE., MS.I

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :-

Hal : Skripsi an. Sulpiani Sultan

Y th. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Sulpiani Sultan

Nim : 16 0402 0173

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah
 Memilih Tabungan Simpatik Pada Bank Syariah
 Indonesia

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada Ujian M unaqasyah.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing I



Dr. Mahadin Shaleh, MS.I
 Tanggal: 20 Maret 2021

Pembimbing II



Abdul Kadir Arno, SE., MS.I
 Tanggal: 20 Maret 2021

Hendra Safri, SE., M.M
 Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.EK
 Dr. Mahadin Shaleh, MS.i
 Abdul Kadir Arno, SE., MS.i

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp : -
 Hal : Skripsi an. Sulpiani Sultan
 Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Di
 Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb

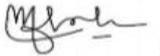
Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Sulpiani Sultan
 NIM : 16 0402 0173
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : "Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Simpatik Pada Bank Syariah Indonesia"

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diajukan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

- | | |
|--|--|
| 1. Hendra Safri, SE., M.M
Penguji I | ()
Tanggal: 20 Maret 2021 |
| 2. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.SY., MA.EK
Penguji II | ()
Tanggal: 20 Maret 2021 |
| 3. Dr. Mahadin Shaleh, MS.i
Pembimbing I | ()
Tanggal: 20 Maret 2021 |
| 4. Abdul Kadir Arno, SE., MS.i
Pembimbing II | ()
Tanggal: 20 Maret 2021 |

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Simpatik Pada Bank Syariah Indonesia. yang ditulis oleh Sulpiani Sultan Nomor Induk Mahasiswa 16 0402 0173, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri IAIN Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Selasa, 09 Maret 2021 bertepatan dengan tanggal 17 Maret 2021 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

- | | |
|--|--|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, MM
Ketua sidang/penguji | ()
Tanggal: |
| 2. Dr. Muh Ruslan Abdullah, S.Ei.,M.A
Sekretaris Sidang/penguji | ()
Tanggal: |
| 3. Hendra safri, SE., M.M
Penguji I | ()
Tanggal: |
| 4. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.SY., MA.EK
Penguji II | ()
Tanggal: |
| 5. Dr. Mahadin Shalch, MS.I
Pembimbing I/Penguji | ()
Tanggal: |
| 6. Abdul Kadir Arno. SE., MS.i
Pembimbing II/Penguji | ()
Tanggal: |

SURAT IZIN PENELITIAN





PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN

NOMOR : 476/IP/DPMPTSP/VI/2020

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan IPTEK,
2. Peraturan Mendagri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Mendagri Nomor 7 Tahun 2014,
3. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo,
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 22 Tahun 2016 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: SULPIANI SULTAN
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl. Opu Tohalide Kota Palopo
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	: 16 0402 0173

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH MEMILIH TABUNGAN SIMPATIK PADA BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO

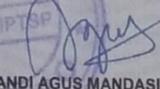
Lokasi Penelitian	: BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO
Lamanya Penelitian	: 23 Juni 2020 s.d. 22 September 2020

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
 Pada tanggal : 24 Juni 2020
 a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP



ANDI AGUS MANDASINI, SE, M.AP
 Pangkat : Penata
 NIP : 19780805 201001 1 014

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel,
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 SWG
4. Kapires Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

NOTA DINAS TIM VERIFIKASI

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp. : -

Hal : skripsi an. Sulpiani Sultan

Y th. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu'alaikum wr.wb.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Sulpiani Sultan

Nim 16 0402 0173

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Simpatik Pada Bank Syariah Indonesia

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Tim Verifikasi

1. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc
Tanggal:

()

2. Megasari, S.Pd., M.Sc
Tanggal:

()

TURNITIN

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan simpatik pada bank syariah indonesia

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES





RIWAYAT HIDUP PENULIS

Penulis bernama SULPIANI SULTAN dilahirkan Pada Tanggal 28 Desember 1997 di Bulantua Anak dari Pasangan suami istri Bapak Sultan dan Ibu Mariani. Pada Tahun 2010 lulus dari SD Negeri 574 Bulantua , Tahun 2013 Lulus dari SMP Negeri 10 Palopo, Lulus dari SMK Negeri 1 Palopo Pada Tahun 2016 Penulis Melanjutkan Pendidikannya Di Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo Yang Insya Allah Tahun Ini Menganarkan Penulis Untuk Mendapatkan Gelar Serjana Stra Satu.

Demikian Riwayat Hidup Penulis Untuk Sekedar Diketahui

