

**PENGARUH REPUTASI BANK DAN PRODUK BANK  
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG  
PADA BANK BSI**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Perbankan (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**2023**

**PENGARUH REPUTASI BANK DAN PRODUK BANK  
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG  
PADA BANK BSI**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Perbankan (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri*



**IAIN PALOPO**

Oleh

**Hasriani**

18 0402 0185

**Pembimbing :**

**Jibria Ratna Yasir, S.E.M.Si.**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hasriani  
Nim : 18 0402 0185  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau dublikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri, selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala keliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

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

Palopo, 07 Februari 2023

Yang membuat

pernyataan,



Hasriani

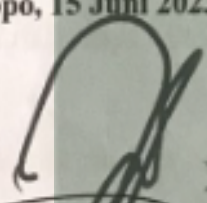
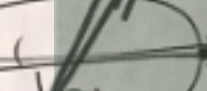

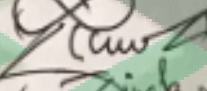
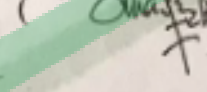
Nim. 18 0402 0185

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Reputasi Bank dan Produk Bank terhadap Keputusan Menabung pada Bank BSI yang ditulis oleh Hasriani Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0402 0185 mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo yang dimunaqasyahkan pada hari Jum'at, tanggal 09 Juni 2023 Miladiyah bertepatan tanggal 20 Zulkaidah tahun 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 15 Juni 2023

### TIM PENGUJI

- |   |                   |   |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H                | Ketua Sidang      | (  )  |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A | Sekretaris Sidang | (  ) |
| 3. Burhan Rifuddin, S.E., M.M           | Penguji I         | (  ) |
| 4. Arzal Syah S, S.E., M.Ak             | Penguji II        | (  ) |
| 5. Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si       | Pembimbing        | (  ) |

Mengetahui,

Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah



Dr. Takdir, S.H., M.H  
NIP 19790724 200312 1 002



Hendra Safri, S.E., M.M  
NIP 19861020 2015031 001

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ . وَ الصَّلَاةُ وَ السَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَ عَلَى آلِهِ وَ اصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

(اما بعد)

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Reputasi Bank dan Produk Bank terhadap Keputusan Menabung pada Bank BSI”, 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 terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua tercinta, Ayah handa Alm. Abdul Muin dan Ibunda Halia yang senantiasa memanjatkan doa kehadirat Allah Swt. Memohon keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis baik secara moril maupun meteril. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu. Hanya doa yang dapat



penulis berikan, semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah Swt.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yaitu:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag., Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H. Selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, M.M. Selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan keuangan, dan Dr. Muhaemin, M.A. Selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Yang Telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dr. Takdir, S.H., M.H. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo beserta Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A dan Tajuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS., CAPM., CAPF., CSRA., Selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Ilham S.Ag., M.A. Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama beserta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Hendra Safri, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Nur Ariani Aqidah, S.E., M. Sc selaku sekrestaris program studi Perbankan Syariah.

4. Jibria Ratna Yasir, S.E.M.Si. Selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Burhan Rifuddin, SE., M.M.. Selaku penguji I dan Arzalsyah, SE., M.Ak. penguji II yang telah memberikan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag. Selaku Dosen Penasehat Akademik.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Madehang, S.Ag., M.Pd. Selaku Pimpinan Perpustakaan IAIN Palopo beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Yusuf Naim M. selaku kepala cabang Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palopo Ratulangi beserta karyawan yang telah banyak membantu peneliti selama proses penelitian berlangsung.
10. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi Kota Palopo, yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dalam pengisian angket penelitian skripsi.
11. Kepada Saudara dan Ipar saya, yang selalu mendoakan dan mensupport saya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada sahabat saya Dea, Khairunnisa Ahmad, Siti Aisyah hadrawi, Mesy, Feby Ananda, Indah Nursafitri, Nurul Natasya. Yang selalu memberikan

motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran hingga penyelesaian skripsi ini.

13. Kepada semua teman seperjuangan Perbankan Syariah Angkatan 2018 (khususnya kelas E) serta teman-teman Posko KKN-KS angkatan XL Desa Harapan, Kec. Mappideceng, Kabupaten Luwu Utara yang telah banyak memberikan dukungan, motivasi, dan inspirasi dalam penyusunan skripsi ini.

14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan sumbangsih kepada penulis selama kuliah hingga penulisan skripsi.

Akhirnya hasil penelitian peneliti menunjukkan bahwa variabel nilai siri telah terbukti berdasarkan hasil analisis yang telah di uji oleh peneliti yang menyimpulkan variabel moderating tersebut mampu memperkuat hubungan antara budaya kerja terhadap kinerja karyawan. Maka dengan hal ini saya selaku peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan banyak bantuan, dukungan, dan motivasi berharga kepada peneliti, dari awal penyusunan hingga penyelesaian skripsi. Akhir kata, mudah-mudahan hal ini bernilai ibadah dan memperoleh pahala dari Allah swt. Aamiin Yaa Rabbal Alamin.

Palopo, Februari-2023

Hasriani



## 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	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
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 apapun. 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:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
آ	<i>fathah</i>	A	A
إ	<i>kasrah</i>	I	I
أ	<i>ḍammah</i>	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اي	<i>fathahdan yā'</i>	Ai	a dan i
او	<i>fathahdan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ :*kaifa*

هَوَّلَ : *hauḷa*

## 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ   اِ   اِي ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
يِ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	Ī	i dan garis di atas
وُ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

#### 4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

## 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 : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقَّ : *al-ḥaqq*

نُعِمُّ : *nu'ima*

عُدُّو : *'aduwwun*

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

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

## 6. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ʾ* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang di transliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* 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 : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

#### 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 : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

#### 8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum di bakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah 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 darisatu rangkaian teks Arab, maka wajib ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Syarḥ al-Arba ‘īn al- Nawāwī*

*Risālah fi Ri ‘āyah al-maṣlahah*

#### 9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللّٰهِ دِيْنُ اللّٰهِ *dinullāh billāh*

Adapun *tā’ marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللّٰهِ : *hum fi raḥmatillāh*

#### 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 menulis 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 Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wuḍi ‘a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihī al-Qur’ān*

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfi

Al-Maṣlaḥah fi 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 Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Naṣr Ḥāmid Abū)

## **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.                    = *subḥānahū wa ta ‘ālā*

as                      = *‘alaihi al-salam*

saw. = *ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam*

QS .../...:105 = QS At-taubah ayat 105

HR = Hadis Riwayat

BSI = Bank Syariah Indonesia

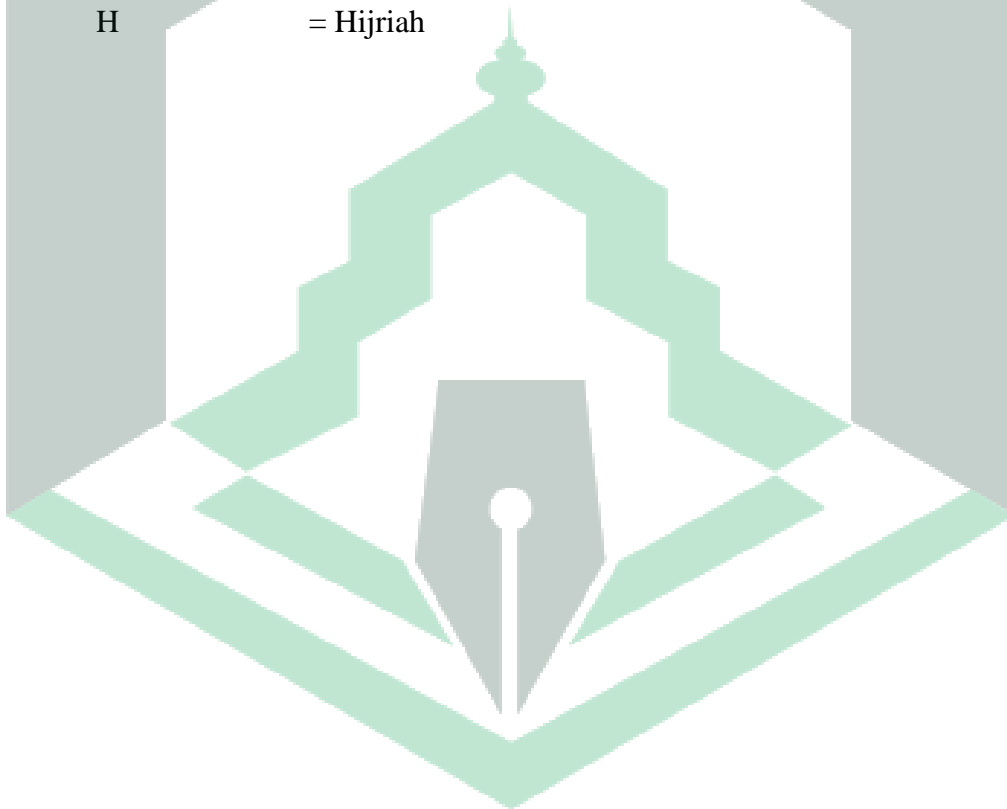
KCP = Kantor Cabang Pembantu

DSN = Dewan Syariah Nasional

MUI = Majelis Ulama Indonesia

M = Masehi

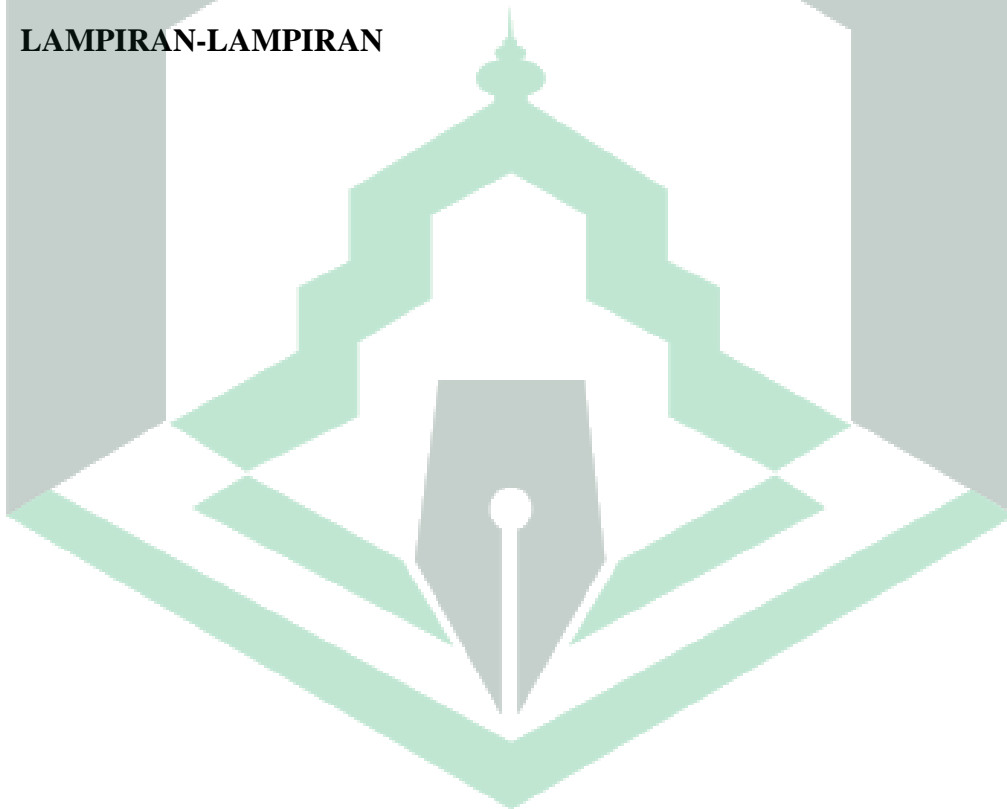
H = Hijriah



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR HADIS</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	<b>xxiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	6
B. Deskripsi Teori.....	7
C. Kerangka Pikir .....	20
D. Hipotesis Penelitian.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi dan Wktu Penelitian .....	23
C. Sumber data.....	24
D. Definisi Oprasional .....	24

E. Populasi dan Sampel .....	25
F. Teknik Pengumpulan Data .....	27
G. Metode Analisis Data .....	27
H. Teknik Analisis Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
A. Hasil Penelitian .....	44
B. Pembahasan.....	59
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR AYAT

Ayat 1 Qur'an surah Al-Ahzab ayat 70 .....	10
Ayat 1 Qur'an surah At-Hujurat ayat 6.....	10



## DAFTAR HADIS

HR. Abu daud dan Tirmidzi.....	16
--------------------------------	----





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu Relevan .....	6
Tabel 1.2 Defenisi Operasional Variabel .....	24
Tabel 1.3 Angket Kuesioner Penelitian .....	28
Tabel 1.4 Hasil Uji Validitas Reputasi Bank (X1) .....	33
Tabel 1.5 Hasil Uji Validitas Produk Bank (X2) .....	34
Tabel 1.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Menabung (Y) .....	35
Tabel 1.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 1.10 Karakteristik Berdasarkan Jenis pekerjaan .....	49
Tabel 2.1 Hasil Uji Normalitas .....	51
Tabel 2.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	52
Tabel 2.3 Hasil Uji Scatterplot Heteroskedastisitas .....	53
Tabel 2.4 Hasil Uji t (Uji Persial) .....	54
Tabel 2.5 Hasil Uji Simultan (F) .....	55
Tabel 2.6 Hasil Uji Determinasi (R2) .....	57
Tabel 2.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penulis .....	21
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. BSI.....	43



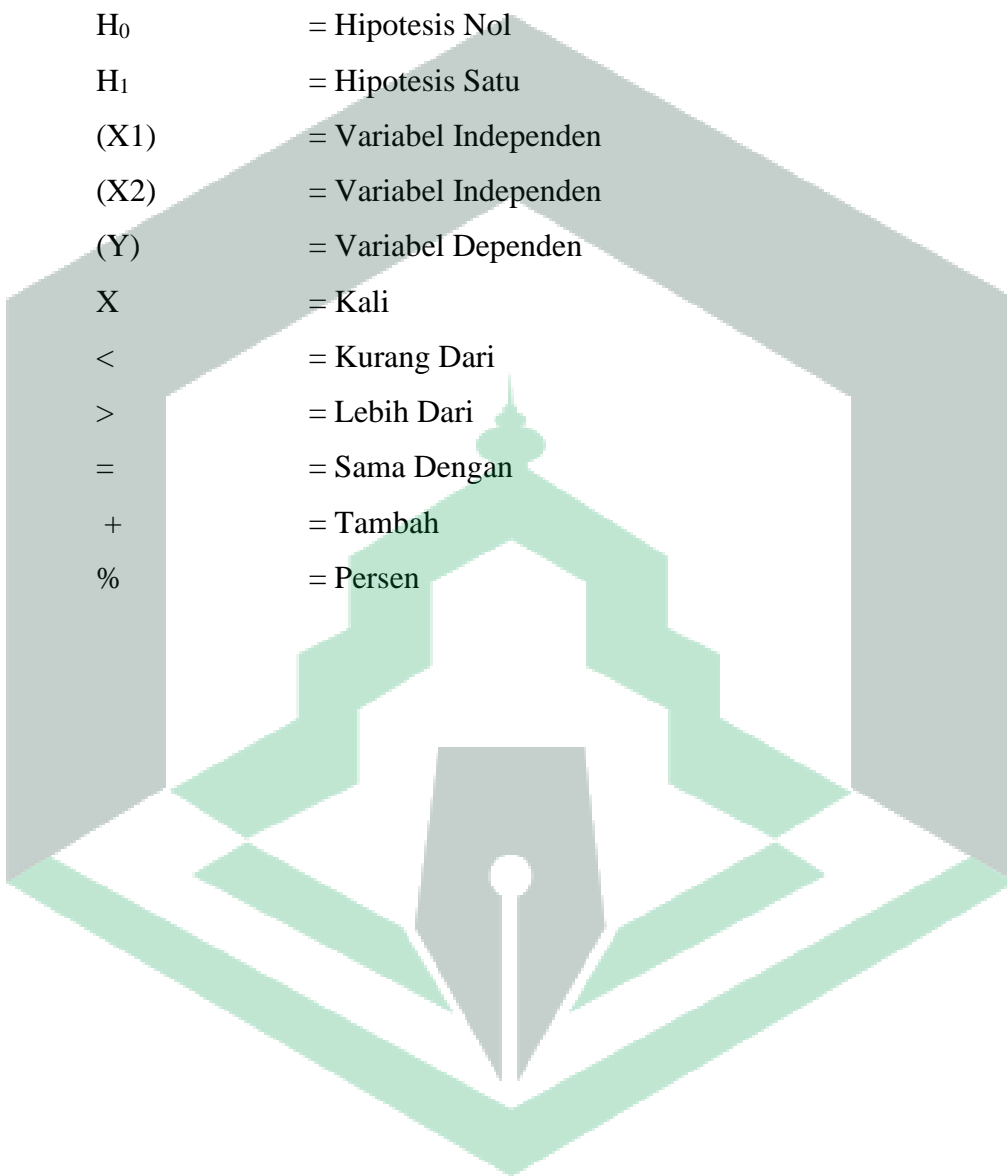
## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket/Kuisisioner
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 Tabel Distribusi t
- Lampiran 5 Tabel Distribusi f
- Lampiran 6 Dokumentasi Dilokasi Penelitian
- Lampiran 7 Izin Meneliti



## DAFTAR ISTILAH

$H_0$	= Hipotesis Nol
$H_1$	= Hipotesis Satu
(X1)	= Variabel Independen
(X2)	= Variabel Independen
(Y)	= Variabel Dependen
X	= Kali
<	= Kurang Dari
>	= Lebih Dari
=	= Sama Dengan
+	= Tambah
%	= Persen



## ABSTRAK

Hasriani, 2023. “*Pengaruh Reputasi Bank dan Produk Bank Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank BSI*” Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, Di Bimbing oleh Jibria Ratna Yasir, S.E.M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi bank dan produk bank terhadap keputusan menabung pada BSI KCP Palopo Ratulangi. Jenis penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 16.712 nasabah dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dimana instrumen penelitian ini yaitu angket/kuisisioner. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu *accidental sampling*. Dengan beberapa Uji asumsi klasik yang digunakan penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas. Uji hipotesis meliputi, uji T (parsial), uji simultan (F), dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Reputasi Bank (X1) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,056 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,98472 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan kata lain terdapat pengaruh reputasi bank terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia. Dan hasil penelitian untuk variabel Produk Bank (X2) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,383 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,98472 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima dengan kata lain terdapat pengaruh produk bank terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia. Reputasi bank dan produk bank secara bersama-sama (Simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ratulangi Palopo. Dimana hasil  $R^2$  sebesar 0,656 atau 65,6% menunjukkan variabel minat nasabah dipengaruhi oleh kedua faktor independen yang digunakan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Reputasi bank, Produk bank dan Keputusan menabung

## ABSTRACT

Hasriani, 2023. " *The Influence of Bank Reputation and Bank Products on Saving Decisions at Bank BSI*" Thesis of Islamic Banking Study Program Faculty of Economics and Islamic Business Palopo State Islamic Institute, Guided by Jibria Ratna Yasir, S.E.M.Si.

This study aims to determine the effect of bank reputation and bank products on saving decisions at BSI KCP Palopo Ratulangi. This type of research uses a quantitative type. The population in this study amounted to 16,712 customers and the sample in this study amounted to 100 respondents where the research instrument was a questionnaire/questionnaire. The technique used in determining the sample is accidental sampling. With several classical assumption test used in this study including the normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test. Hypothesis testing includes, Ttest (partial), simultaneous test (F), and test the coefficient of determination (R<sup>2</sup>). The results of this study indicate that the variable Bank Reputation (X1) obtains a tcount of 6.056 and the ttable of 1.98472 so that  $t_{count} > t_{table}$ , with a significant value of 0.000. The significant value is less than 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). So it can be concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted, in other words, there is an influence on the bank's reputation on the decision to save at Bank Syariah Indonesia. And the research result for the Bank Product variable (X2) obtained a tcount of 4.383 and a ttable of 1.98472 so that  $t_{count} > t_{table}$ , with a significant value of 0.000. The significant value is less than 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). So it can be concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_2$  is accepted, in other words, there is an influence of bank products on the decision to save at Bank Syariah Indonesia. Bank reputation and Bank products together (simultaneously) have a significant effect on customers' decisions to save at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ratulangi Palopo. Interest is influenced by the two independent factors used in this study.

**Keywords:** Bank reputation, Bank products and Saving decisions.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah salah satu perbankan yang bergerak dalam bidang industry syariah selalu berusaha memberikan yang terbaik dalam industry perbankan syariah di Indonesia agar dapat bertahan hidup dan juga dapat bersaing dengan bank lain yang ada di Indonseia. Semakin banyaknya perbankan syariah, semakin membuat bank berlomba-lomba untuk memberikan suatu usaha yang kontinu dan komprhensif agar dapat menghasilkan output yang sesuai dengan kebutuhan nasabah guna tercapainya tujuan dari Bank Syariah Indonesia.<sup>1</sup>

Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkan kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Apabila dilihat dari sejarahnya, kegiatan perbankan pada awalnya dimulai dari jasa penukaran uang. Kegiatan operasional perbankan kemudian berkembang lagi menjadi tempat penitipan uang yang sekarang disebut dengan kegiatan simpanan. Jasa-jasa bank lainnya menyusul sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Nurul Pratiwi(2021), dalam skripsi, “*Pengaruh keunggulan produk tabungan mudharabah terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)*”, hal.1.

<sup>2</sup> Ayun sekar widowati,” *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan,Reputasi Bank,dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah*”,dalam jurnal nominal Vol.VII No.2(2018).hal.142.

Persaingan yang ketat antara Bank Syariah dan Bank Konvensional membuat minat nasabah dalam memilih bank sangat penting bagi masing-masing bank. Pengetahuan merupakan salah satu alasan yang mempengaruhi minat nasabah. Faktor lain yang mampu mempengaruhi nasabah dalam pengambilan keputusan adalah adanya citra atau reputasi perusahaan penyedia jasa pembiayaan atau kredit. Pengambilan keputusan seseorang muncul sebagai reaksi atas sebuah masalah, artinya ada ketidaksesuaian antara perkara saat ini dan keadaan yang diinginkan, yang membutuhkan pertimbangan untuk membuat beberapa tindakan alternatif. Kesadaran bahwa terdapat sebuah masalah dan sebuah keputusan rasional, pengambilan keputusan tersebut membuat pilihan yang konsisten dan memaksimalkan nilai dalam batasan tertentu.

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan juga harus menjawab pertanyaan, tentang apa yang harus dan dilakukan dan apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Keputusan dapat merupakan tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula. Keputusan yang baik pada dasarnya dapat digunakan membuat rencana dengan baik pula.<sup>3</sup> Selain itu produk juga dapat menjadi alasan seseorang menjadi nasabah bank syariah karena dengan

---

<sup>3</sup> Lilis Suganda(2018), dalam skripsi, "Pengaruh *Pengetahuan Nasabah,Religiusitas Nasabah Dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank SumSel Babel Syariah Di Palembang*", hal.26-27.

adanya jumlah produk yang bervariasi dan kualitas produk yang baik, minat nasabah juga akan meningkat.<sup>4</sup>

Produk merupakan salah satu strategi bank untuk memperoleh nasabah. Produk-produk tabungan yang ditawarkan oleh masing-masing bank kian bertambah seiring dengan banyaknya jumlah lembaga perbankan yang ada, sehingga masyarakat harus mengenali kebutuhan dan seluk-beluk produk yang ditawarkan dengan lebih baik.

Selain itu reputasi dapat menjadi aspek yang harus diperhatikan oleh bank. Salah satu alasan utama konsumen membuat keputusan menabung adalah reputasi bank. Reputasi merupakan aset yang tidak nampak, namun merupakan sebuah aset terpenting bagi perusahaan. Oleh karena itu, pihak manajemen berusaha menjalankan strategi komunikasi yang diterapkan melalui program dan kegiatan yang bertujuan untuk melakukan pendekatan terhadap layak dalam membangun reputasi perusahaan. Sehingga perusahaan tersebut dapat dinilai baik dan menimbulkan keyakinan diri masyarakat terhadap perusahaan tersebut.<sup>5</sup> Penelitian yang dilakukan Almosawi menyatakan bahwa salah satu atribut penting yang dipertimbangkan nasabah adalah reputasi bank. Kewajiban dalam mengelola reputasi perusahaan menjadi tanggung jawab bersama seluruh bagian dalam perusahaan. Akan tetapi, mengelola reputasi bukan menjadi hal yang mudah, bahkan kehilangan reputasi lebih mudah

---

<sup>4</sup> Octaviani Faradila.A.K(2021), dalam skripsi, "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Masyarakat, Reliabilitas, Produk, Reputasi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Bank Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah", hal.2-3

<sup>5</sup> Lilis Suganda(2018), dalam skripsi, "Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Religiusitas Nasabah Dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank SumSel Babel Syariah Di Palembang", hal.29.

dibandingkan usaha untuk membangun reputasi tersebut. Reputasi perusahaan dapat hancur dalam sekejap melalui sebuah pemberitaan buruk yang menyangkut nama perusahaan.<sup>6</sup>

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh reputasi dan produk bank tersebut dalam hal ini secara komprehensif penulis menuangkannya kedalam karya tulis ilmiah berjudul "*Pengaruh Reputasi Bank dan Produk Bank Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah Indonesia*".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah reputasi bank berpengaruh terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah produk bank berpengaruh terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Dimana tujuannya yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh reputasi bank terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia.

---

<sup>6</sup> Ayun Sekar Widowati," *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah*", dalam jurnal nominal Vol.VII No.2(2018).hal.144.

2. Untuk mengetahui pengaruh produk bank terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penulis untuk memperbanyak pengetahuan mengenai pengaruh reputasi dan produk bank terhadap keputusan menabung di BSI KCP Ratulangi Kota Palopo.

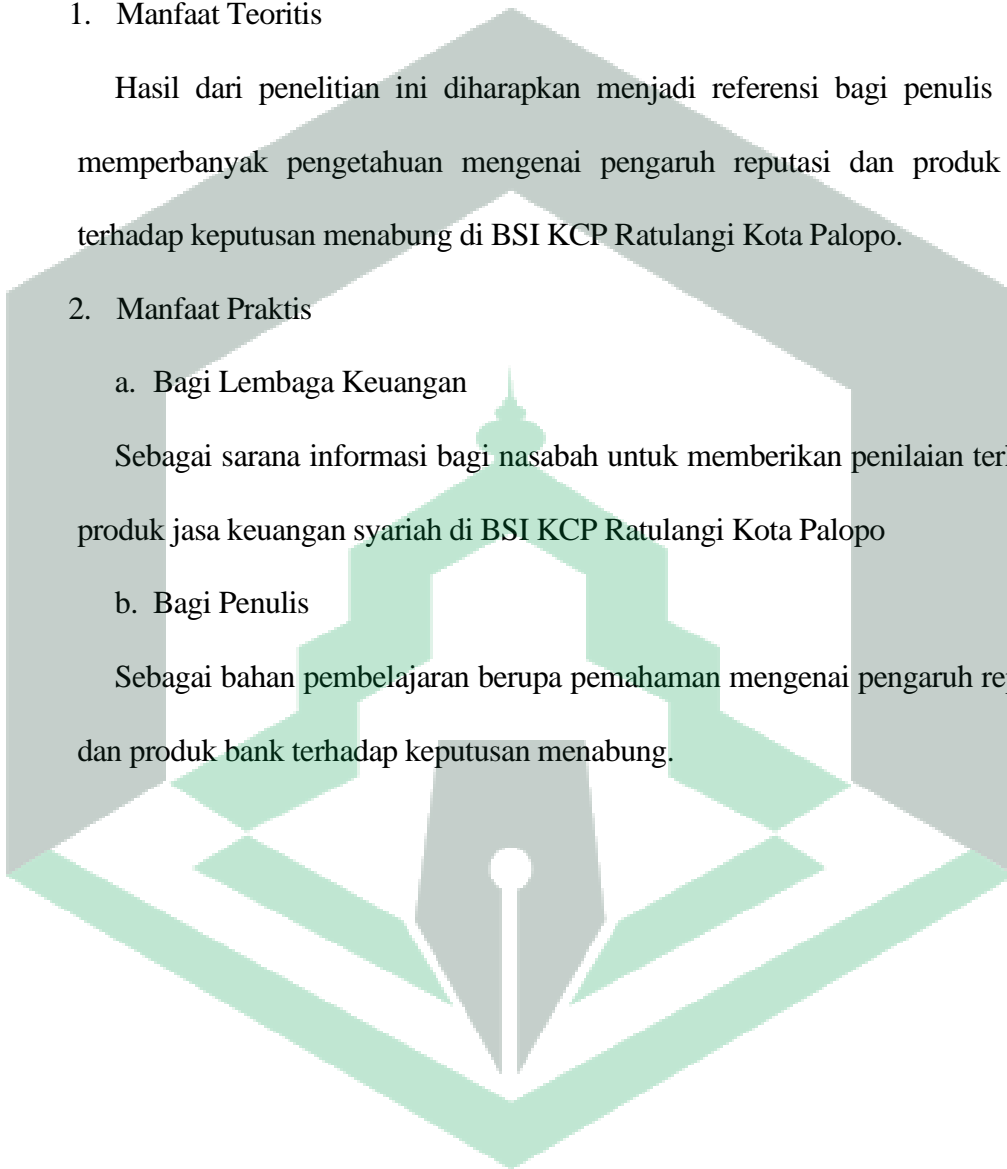
##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Lembaga Keuangan

Sebagai sarana informasi bagi nasabah untuk memberikan penilaian terhadap produk jasa keuangan syariah di BSI KCP Ratulangi Kota Palopo

###### b. Bagi Penulis

Sebagai bahan pembelajaran berupa pemahaman mengenai pengaruh reputasi dan produk bank terhadap keputusan menabung.



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tujuan dari penelitian ini sebelumnya agar dapat memperoleh kedudukan penelitian yang ada hubungannya dengan penelitian sebelumnya dan sejenis, yang sudah pernah diteliti oleh peneliti lainnya. Hal ini dilakukan agar menghindari keserupaan objek penelitian. Dan kemudian untuk memastikan perbedaan melalui penelitian sebelumnya.

**Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Ayun Sekar Widowati (2018)	Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah	hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan produk tabungan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah. Reputasi bank berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah. Persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah. Dan Pengetahuan produk tabungan, reputasi bank dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan secara bersama-	Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif & ingin mengetahui pengaruh reputasi dan produk bank terhadap keputusan menabung di bank	Lokasi penelitian, dimana penulis melaksanakan penelitian di BSI KCP Ratulangi Palopo



		sama berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah		
Ocktaviani faradila k (2021)	Analisis pengaruh pengetahuan, persepsi masyarakat, religiusitas, produk, reputasi, kualitas pelayan, dan lokasi bank terhadap minat nasabah dalam memilih menabung pada Bank Syariah	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih menabung pada bank syariah. Sedangkan pengetahuan, produk, reputasi, kualitas pelayanan, dan lokasi bank tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih menabung pada Bank Syariah	Menggunakan penelitian kuantitatif	Pada variabel bebasnya penulis mengurangi pengetahuan, persepsi masyarakat, religiusitas, kualitas pelayan dan lokasi bank. Pada variable terikatnya yang digunakan oleh penulias adalah keputusan menabung
Fitri Yulianti (2022)	Pengaruh reputasi dan produk bank terhadap keputusan menabung pada bank muamalat palopo	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi bank tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, produk bank memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung	Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif	Lokasi penelitian yang akan dilakukan di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo

## B. Deskripsi Teori

### 1. Pengertian bank

Menurut undang-undang No.10 Tahun 1998 “Bank merupakan perusahaan yang akan menyalurkan dananya kepada rakyat dengan cara kredit ataupun dalam bentuk lainnya yang berupa simpanan guna untuk memenuhi kebutuhan

kehidupan masyarakat”. Dan bank juga merupakan lembaga intermediasi untuk pihak yang kekurangan dana dengan pihak yang kelebihan dana.

Menurut Suharweni, fungsi dari bank yaitu:

- a. Menghimpun, menyalurkan dana untuk masyarakat dalam bentuk pinjaman atau kredit untuk semua tujuan.
- b. Menjadi awal utama kegiatan perbankan untuk menghimpun dan menyalurkan dana.
- c. Kegiatan pembangunan perekonomian masyarakat digunakan sebagai fungsi kelancaran kegiatan investasi, konsumsi dan distribusi.
- d. Membuka jasa penitipan barang, jasa transfer uang, dll.<sup>7</sup>

Menurut UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, prinsip perbankan syariah merupakan bagian dari ajaran Islam yang berkaitan dengan ekonomi. Salah satu prinsip dalam ekonomi Islam adalah larangan Riba dalam berbagai bentuknya, dan menggunakan system antara lain bagi hasil. Dengan prinsip bagi hasil, bank syariah dapat menciptakan iklim investasi yang sehat dan adil karena semua pihak dapat saling berbagi baik keuntungan maupun potensi risiko yang timbul sehingga akan menciptakan posisi yang berimbang antara bank dan nasabahnya. Dalam jangka panjang, hal ini akan mendorong

---

<sup>7</sup> Dian safitri (2020), dalam skripsi,, “*Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan dengan reputasi kap sebagai variable moderatingstudi pada perusahaan perbankan yang terdaftar*”.hal.15-16.

pemerataan ekonomi nasional karena hasil keuntungan tidak hanya dinikmati oleh pemilik modal saja, tetapi juga oleh pengelola modal.<sup>8</sup>

Bank syariah berfungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan yang melaksanakan kegiatan operasionalnya dengan cara menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat melalui pembiayaan. Penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah melalui pembiayaan dengan empat pola penyaluran yaitu prinsip jual beli, prinsip bagi hasil, prinsip ujroh, dan akad pelengkap<sup>9</sup>.

## 2. Teori Reputasi Perusahaan

### a. Pengertian reputasi perusahaan

Reputasi yang notebenanya adalah padanan kata *reputation* (inggris) dan kerap diterjemahkan “nama baik”, secara generic berasal dari bahasa latin, yakni *re* yang berarti berulang-ulang dan *putare* yang berarti menilai/menghitung. Secara harfiah reputasi dapat diartikan menghitung atau menilai lagi dan lagi tentang pro serta kontra dari subjek, seseorang, sebuah organisasi, atau produk dan layanan yang dihasilkan.

Menurut Fombrun dalam jurnal Rani Sherly Fajriani, reputasi merupakan wujud dari pengalaman seseorang terhadap produk ataupun layanan yang mereka dapatkan.<sup>10</sup> Menurut Herbig, Millewicz, Golden, pada dasarnya reputasi

<sup>8</sup> Tri Widiastuty, "Peran penyampaian informasi akuntansi, bagi hasil, dan pemahan produk terhadap minat menabung masyarakat kota bandung di bank syariah", dalam jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan syariah, Vol.4 No.1(2020), hal.60

<sup>9</sup> Medina almunawwaroh, "Analisis pengaruh pembiayaan musyarah terhadap profitabilitas bank syariah di indonesia", dalam jurnal akuntansi, Vol.12 No.2(2017), hal.178.

<sup>10</sup> Rani Sherly Fajriani. *Pengaruh reputasi perusahaan dan komunikasi Word-Of-Mouth Terhadap pembuatan keputusan melamar kerja*, Jurnal, (Jakarta; universitas indonesia, Manajemen Komunikasi Kekhususan Manajemen Korporasi, 2012),h.27.

perusahaan merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut.<sup>11</sup> Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada mereka. Reputasi menjadi sebuah jaminan bahwa yang konsumen dapatkan akan sesuai dengan ekspektasi yang mereka pikir.<sup>12</sup> Islam mengajarkan kepada umatnya untuk selalu memberikan suatu kabar berita kepada orang lain dengan benar dan jelas yang berdasarkan Al-qur'an dalam surah Al-Ahzab:70

وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ

Terjemahan:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.”<sup>13</sup>

Dan dijelaskan juga pada Al-qur'an Surah Al-Hujurat:6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِبْحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Terjemahan:

“ Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatan itu”.<sup>14</sup>

<sup>11</sup>Avita margi royani (2020) dalam skripsi “Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah”, (studi kasus pada KC. Bank Muamalat Purwokerto).hal.15.

<sup>12</sup>Fitri yulianti (2022) dalam skripsi “Pengaruh reputasi dan produk bank terhadap keputusan menabung pada bank muamalat palopo”, hal.15-16.

<sup>13</sup> Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya. Q.S Al-Ahzab :70, (Bandung: CV.Penerbit Diponegoro), 341.

<sup>14</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: PT. Syamil Cipta Medina, 2005), 516.

Ayat diatas dapat dijelaskan bahwa Allah SWT menyuruh hamba-hamba-Nya yang beriman untuk bertakwa kepada-Nya serta hendaklah mereka mengatakan hal baik dan benar( yang tidak menyimpang). Adapun kaitannya dengan reputasi perusahaan adalah reputasi perusahaan yang dapat dibangun dengan baik hendaknya seseorang apabila memberikan informasi antara seseorang dengan oran lain itu dengan baik dan orang yang memberikan informasi tersebut pernah menikmati atau menggunakan produk/jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut.

Menurut Charles J.Fomburn dan Aryska, terdapat pada 4 dimensi reputasi perusahaan.

- 1) Terpercaya, Faktor ini berkaitan dengan citra perusahaan dimata konsumen, dimana perusahaan tersebut mampu menawarkan produk-produk yang berkualitas tinggi yang dikelola secara lebih baik sehingga konsumen merasa bangga atas kepemilikan produk perusahaan. Karakteristik dari dimensi ini menawarkan kualitas produk dan jasa yang tinggi, perusahaan dikelola secara professional, perusahaan memiliki produk dan jasa yang berkualitas.
- 2) Keterandalan, Faktor ini berkaitan dengan citra perusahaan untuk membangun image yang baik bagi kalangan konsumen, hal ini dilakukan melalui kegiatan tetap selalu menjaga kualitas produk atau jasa, selalu menampilkan fasilitas-fasilitas yang handal untuk kepentingan konsumen.
- 3) Tanggung Jawab Sosial, Citra untuk masyarakat sekitar, seberapa banyak atau berarti organisasi membantu pengembangan masyarakat sekitar, seberapa peduli organisasi terhadap masyarakat dan jadilah perusahaan yang ramah lingkungan. Karakteristiknya adalah perusahaan selalu mendukung tujuan

aktifitas kegiatan masyarakat, bertanggung jawab terhadap lingkungan dan selalu memperlakukan konsumen secara lebih baik.<sup>15</sup>

b. Indikator reputasi

Indikator reputasi dalam penelitian ini menurut Fombrun dan Sumarwan yaitu:

1) Kredibilitas

Faktor ini berkaitan dengan citra dari perusahaan yang telah mendapat kepercayaan konsumen, konsumen menghargai dan menghormati eksistensi perusahaan secara emosional. Adapun factor ini mencakup beberapa karakteristik diantaranya perasaan positif terhadap perusahaan, mengagumi dan menghormati perusahaan dan mempercayai kinerja perusahaan. Kredibilitas dalam hal ini juga merupakan kualitas, kapabilitas, dan kekuatan yang dimiliki suatu bank untuk menimbulkan kepercayaan para nasabah. Kredibilitas berhubungan dengan pengakuan/kesaksian dari seseorang atau suatu lembaga, dengan pengakuan yang kompeten dan kredibel harus sesuai dengan bukti agar mendapatkan sebuah kepersayaan. Perusahaan yang dapat dipercaya akan dipandang baik dalam apa yang dilakukannya. Kredibilitas suatu bank memiliki peran yang cukup penting dalam mempengaruhi sikap atau keputusan seseorang dalam membeli atau menggunakan produk/jasa dari bank tersebut.

---

<sup>15</sup> Ainun Desti Riyani (2020) dalam skripsi, “*Pengaruh Islamic branding, religiusitas dan reputasi terhadap minat menjadi nasabah di bank muamalat(studi kasus pada Bank Muamalat yang berada di Kota Tangerang)*”.hal 39-40.

## 2) Dikenal Luas

Dikenal luas menunjukkan persepsi para nasabah, baik tentang sejauh mana nama bank tersebut sudah dikenal luas oleh masyarakat. Sebuah perusahaan pasti ingin produknya dikenal secara luas baik produk baru maupun produk lama.

## 3) Kemudahan di ingat

Kemudahan di ingat menunjukkan persepsi para nasabah bank akan kemudahan nasabah untuk mengingat nama bank tersebut. Jika nama sebuah perusahaan mudah di ingat maka orang akan lebih mudah untuk mengenali produk dari sebuah perusahaan itu sendiri.<sup>16</sup>

### 3. Teori Produk

#### a. Pengertian Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk tidak hanya terdiri dari barang yang berwujud, tetapi definisi produk yang lebih luas meliputi objek fisik, jasa, kegiatan, orang, tempat, organisasi, idea tau campuran dari hal-hal tersebut. Definisi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Kualitas produk memiliki inti pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa

<sup>16</sup> M.baba Sammasi (2018), dalam skripsi, "*Pengaruh promosi, reputasi dan harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan mabrur pada bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang*", hal.40.

yang diinginkan pelanggan.<sup>17</sup>Produk yang ditawarkan oleh perusahaan hendaknya adalah sebuah produk yang menarik, mempunyai penampilan (bentuk fisik) yang bagus, mempunyai manfaat/mutu/kualitas yang optimal dengan merk dagang yang lebih dikenal (mudah diucapkan, dikenali atau diingat).

Menurut Kotler and Armstrong dalam jurnal Abdul samad and Imam Wibowo, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau dikonsumsi yang bisa memuaskan keinginan dan kebutuhan seseorang. Dengan kata lain, produk adalah pemahaman subjektif dari produsen sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>18</sup> Hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas produk memiliki pengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono, kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya.

---

<sup>17</sup>Ainin nur aisyah(2019) , dalam skripsi , “Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan bank muamalat kantor cabang pembantu rungkut Surabaya”,hal.3.

<sup>18</sup> Fitri Yulianti (2020), dalam skripsi, “pengaruh reputasi dan produk bank terhadap keputusan menabung pada bank muamalat palopo”, hal.20-21.



Dimensi kualitas produk menurut Yjiptono adalah:

- a. *Performance* (kinerja)
- b. *Durability*(daya tahan)
- c. *Confomance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)
- d. *Features* (fitur)
- e. *Reliability* (reliabilitas)
- f. *Aesthetics* (estetika)
- g. *Perceived quality* (kesan kualitas)
- h. *Serviceability* (kemampuan layanan)<sup>19</sup>.

Selain itu Nasution kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dalam tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan nasabah.

Menurut Kotler kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Pengukuran kualitas produk mengacu pada indikator dari Tjiptono dengan menggunakan indikator kinerja, ciri atau keistimewaan, kehandalan produk, kesesuaian dengan spesifikasi, dan kualitas yang dipersepsikan.<sup>20</sup>

#### b. Produk Utama Bank

Produk utama perbankan dari bank sebagai perusahaan jasa adalah penghimpun dana, penyaluran dana, dan layanan/jasa perbankan.

<sup>19</sup>Andri (2019), dalam skripsi , ”Strategi pengembangan kualitas produk bank BRI Syariah dalam mempertahankan eksistensi di dunia perbankan”, hal.18-19.

<sup>20</sup>Avita margi royani (2020), dalam skripsi, “Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah (studi kasus pada KC. Bank Muamalat Purwokerto)”,.hal.13.

### 1) Produk penghimpun dana

Penghimpun dana di Bank Syariah dapat berbentuk diro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan adalah prinsip titipan (wadi'ah) dan investasi (mudharabah).

Adapun yang menjadi dasar hukum penitipan barang dapat di dasarkan kepada ketentuan hukum yang ada dalam hadist, yaitu:

أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنْ ائْتَمَنَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ

Artinya:

*“Tunaikanlah amanah kepada orang yang mengamanahkan kepadamu, dan janganlah kamu mengkhianati orang yang mengkhianatimu”*. (HR. Abu daud dan Tirmidzi, dishahihkan oleh Syaikh al-Albani dalam Al Irwaa’<sup>21</sup>).

Adapun yang dimaksud oleh hadist diatas bahwa apabila kita menyerahkan barang yang kita miliki kepada orang yang kita percaya maka orang tersebut harus menjaga barang yang kita miliki tanpa imbalan. Karena barang tersebut merupakan amanah yang harus dijaga dengan baik, meski orang tersebut tidak menerima imbalan apapun.

### 2) Produk penyaluran dana

Penyaluran dana bank syariah terdiri atas jual beli (Bai' Al-mudharabah), bagi hasil (Al-musyarakah dan al-mudharabah), pinjaman dan investasi khusus.

<sup>21</sup>Tengku Muhammad Hasbi Ash-Shiddieqy, Koleksi Hadist-hadist Hukum, Jilid III, (Semarang: PT Pustaka Rizki Putra, 2011), 405.

### 3) Jasa perbankan

Selain menjalankan fungsinya sebagai intermediasi, bank syariah juga melakukan berbagai jasa perbankan pada nasabah. Jasa perbankan syariah meliputi transfer, kliring, inkaso, titipan *letter of credit*, dan lain-lain. Bank syariah mendapatkan *fee* dari layanan/jasa tersebut.<sup>22</sup>

#### c. Indikator Produk

Indikator produk yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

##### 1) Indikator Produk Inovatif

Inovatif adalah kata yang dipakai untuk mencirikan inovasi. Inovasi berguna untuk menyempurnakan atau meningkatkan fungsi penggunaan suatu produk atau sumber daya. Tujuannya agar masyarakat bisa lebih merasakan manfaatnya. Inovasi ini sudah menambah ke berbagai bidang seperti pendidikan bisnis, komunikasi, dan lain-lain.

##### 2) Daya Tarik Bagi Hasil

Menurut Fandi Tjiptono, daya tarik suatu produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan penjual untuk dirasakan, dipertanyakan, dicari, dibeli, dikonsumsi oleh pasar dalam rangka memuaskan keinginan atau kebutuhan pembeli yang berkepentingan dipasar. Oleh karena itu, perbankan syariah menerapkan skema bagi hasil dimana keseluruhan hasil operasi dibagi antara kreditur dan debitur baik dalam pengelolaan dana maupun peminjaman. Apabila dalam perbankan konvensional dikenal dengan istilah bunga

---

<sup>22</sup>Fitri yulianti (2022) dalam skripsi, “pengaruh reputasi dan produk bank terhadap keputusan menabung pada bank muamalat”.hal.22-23.

simpanan atau pinjaman dalam perbankan syariah dikenal dengan istilah bagi hasil bukan bunga. Bagi hasil ialah jawaban bagi orang yang berpedoman pada syariat dan ingin menghindari riba bunga bank.

### 3) Keringanan Biaya Administrasi

Biaya administrasi umumnya disebut biaya admin bank atau biaya yang dibebankan kepada pemegang rekening bank untuk biaya-biaya yang timbul dalam kegiatan usaha seperti proses produksi atau pemasaran barang dan jasa. Oleh karena itu adanya keringanan biaya administrasi dapat menimbulkan minat nasabah melakukan transaksi jasa dengan bank.<sup>23</sup>

## 4. Teori Keputusan Menabung

### a. Pengertian Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan seseorang, dalam usaha memecah permasalahan yang sedang dihadapi kemudian menetapkan berbagai alternatif yang dianggap paling rasional sesuai lingkungan organisasi. Keputusan menurut kotler adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang melalui konsumen.<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Muh.Asdar (2020), dalam skripsi, "*Pengaruh Religiusitas, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba*", hal.40.

<sup>24</sup>Eka nopitasari(2017), dalam skripsi, "*Pengaruh lokasi,reputasi dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa iain surakarta menggunakan Bank Syariah*", hal.36.

b. Keputusan Menabung di Bank Syariah dalam perspektif Islam

Dalam penetapan pengambilan keputusan, kita harus memiliki pemikiran yang matang. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi yang ada. Selain itu bisa juga dengan musyawarah bersama dengan orang-orang yang kita percaya. Sehingga dalam hal ini, keputusan yang diambilpun sesuai serta tidak hanya mengikuti hawa nafsu kita semata.

c. Indikator Keputusan Menabung

1) Pencarian Informasi

Calon nasabah akan mencari informasi tentang bank serta produk yang bisa memuaskan keinginannya setelah timbul suatu kebutuhan yang digerakkan oleh rangsangan dari luar dan dorongan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

2) Evaluasi Alternatif

Setelah mencari informasi sebanyak mungkin tentang banyak hal, selanjutnya konsumen harus melakukan penilaian tentang beberapa alternatif yang ada dan menentukan langkah selanjutnya.

3) Setelah Penggunaan Produk

Setelah penggunaan produk, maka nasabah akan merasakan puas atau tidak puas terhadap produk yang digunakan. Bagi bank, perilaku setelah pembelian (penggunaan) produk merupakan hal yang menarik untuk

diperhatikan. Pengharapan nasabah agar bisa terpuaskan melalui produk yang digunakan dapat timbul dari pesan-pesan yang diterima.<sup>25</sup>

### C. Kerangka Pikir

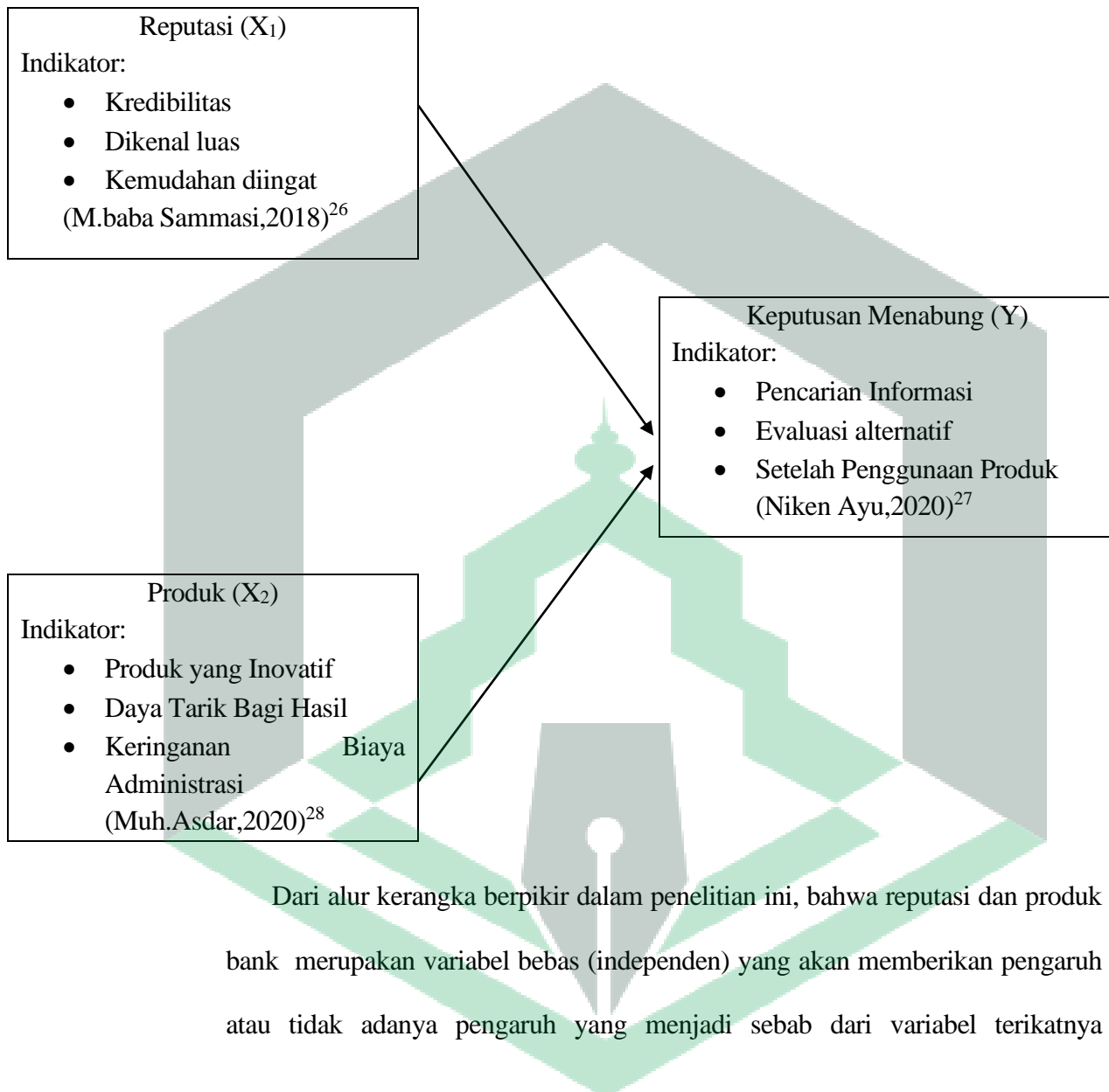
Dalam mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian. Kerangka konseptual ini ditujukan untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas dan diperjelas variabel yang diteliti sehingga pengukurannya dapat dirinci secara kongrit. Kerangka berfikir yang dapat digambarkan adalah sebagai berikut.



---

<sup>25</sup> Niken Ayu (2020), dalam skripsi, “Pengaruh Lokasi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Palopo”, hal.33.

**Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penulis**



<sup>26</sup> M.baba Sammasi (2018), dalam skripsi, “Pengaruh promosi, reputasi dan harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan mabrur pada bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang”, hal.40.

<sup>27</sup> Niken Ayu (2020), dalam skripsi, “Pengaruh Lokasi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Palopo”, hal.33.

<sup>28</sup> Muh.Asdar (2020), dalam skripsi, “Pengaruh Religiusitas, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba”, hal.40.

(dependen) yaitu keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ratulangi Palopo.

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah dugaan serta jawaban sementara yang harus diketahui ataupun dicari kebenaran pada masalah yang diangkat.<sup>29</sup> Adapun hipotesis pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh dan signifikan reputasi terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia.  
 $H_1$  : Terdapat pengaruh reputasi bank terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia.
2.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh dan signifikan produk bank terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia  
 $H_2$  : Terdapat pengaruh produk bank terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia.

---

<sup>29</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”, (Cet.20 , Bandung, Alfabeta, 2014), 62.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kuantitatif sehingga dapat diketahui ada tidaknya pengaruh antara reputasi bank serta produk bank terhadap keputusan menabung di bank BSI.

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif (hubungan). Jenis penelitian asosiatif ini merupakan rumusan penelitian yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini akan memungkinkan untuk membangun sebuah teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, memprediksi dan mengontrol suatu fenomena dalam penelitian ini.<sup>30</sup>

#### **B. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat untuk melakukan penelitian agar memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun lokasi yang dijadikan tempat penelitian yaitu di Jln. Ratulangi Balandai Kecamatan Bara kota Palopo. Alasan diambilnya lokasi ini karena salah satu bank yang berbasis syariah yang dekat dan lokasi dan mudah di temukan. Sedangkan waktu penelitian yang dalam perencanaannya akan dilaksanakan selama dua bulan yaitu bulan januari-maret 2023.

---

<sup>30</sup>Indah nursafitri (2022) dalam skripsi, “*Pengaruh tingkat literasi keuangan syariah dan kepercayaan masyarakat kecamatan lamasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah*”, hal.20.

### C. Sumber data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu sumber data primer. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden dalam hal ini adalah nasabah BSI KCP Palopo Ratulangi.

### D. Definisi Operasional

**Tabel 1.2 Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1.	Reputasi	Reputasi adalah persepsi nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ratulangi. Nasabah tidak hanya menilai produk yang dikeluarkan Bank, tetapi juga cara Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi menjalankan bisnisnya.	1. Kredibilitas 2. Dikenal Luas 3. Kemudahan Diingat
2.	Produk Bank	Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi.	1. Produk Yang Inovatif 2. Daya Tarik Bagi Hasil 3. Keringanan Biaya Administrasi

3.	Keputusan Menabung	Keputusan Menabung adalah proses mengevaluasi dua pilihan alternatif atau lebih dan memilih salah satunya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pencarian Informasi</li> <li>2. Evaluasi Alternatif</li> <li>3. Setelah Penggunaan Produk</li> </ol>
----	--------------------	--	--

### E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti<sup>31</sup>. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian kesimpulannya.<sup>32</sup> Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini berjumlah 16.712 nasabah.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>33</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Accidental Sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok

<sup>31</sup> Syahrudin Dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2014). 113.

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Cet.26 (Bandung; Alfabeta, 2017), hal.80.

<sup>33</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. ke-26 (Bandung; Alfabeta,2017), hal.81.

sebagai sumber data<sup>34</sup> yang berada di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ratulangi Kota Palopo. Rumus slovin yang ditunjukkan dibawah digunakan untuk menghitung jumlah sampel:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Sampel

N =Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan

Diketahui nilai N = 16.712 dan e = 0,1

Maka:

$$n = \frac{16.712}{1 + 16.712(0,1)^2}$$

$$n = \frac{16.712}{168,12}$$

$$n = 99,4051868 \text{ atau } 100 \text{ orang}$$

Jadi, dalam penelitian ini diambil sampel 100 responden di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ratulangi Kota Palopo.

#### **F. Tehnik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan cara membagikan angket/kuisisioner sebagai teknik untuk mengumpulkan data dari responden. Angket merupakan

---

<sup>34</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*, Cet.ke-4 (Bandung:Alfabeta,2013), hal.126.

teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>35</sup>

### G. Metode Analisi Data

Berdasarkan pengolahan data menggunakan program *Statistical Package for Sosial Science (SPSS) for Windows versi 24*. Sebelum melaksanakan interpretasi pada hasil regresi dari model penelitian yang akan digunakan, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap data penelitian tersebut. Hal ini dilaksanakan untuk mengetahui apakah model tersebut dapat dianggap relevan atau tidak.

#### 1. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah keandalan media atau alat yang dipakai oleh peneliti untuk mengumpulkan sesuatu data agar mempermudah penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan mempunyai hasil yang baik dan akurat. Untuk itu dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang disebar kepada responden yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diisi.<sup>36</sup>

Untuk menjawab pertanyaan data diolah pada skala likert, skala likert diukur untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi

---

<sup>35</sup> Arikunto, Suharni, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*”, (Jakarta, Rineka Cipta, 2017), 73.

<sup>36</sup> Ita Utoyyibah (2022), dalam skripsi, “*Pengaruh produk, kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BRI Kantor Cabang Jember*”, hal.16.

dari sangat positif sampai sangat negatif dan skor yang digunakan peneliti untuk tanggapan jawaban dari responden yaitu skala nilai 1-5 misalnya:

Nilai 1 untuk jawaban A sangat tidak setuju

Nilai 2 untuk jawaban B tidak setuju

Nilai 3 untuk jawaban C netral

Nilai 4 untuk jawaban D setuju

Nilai 5 untuk jawaban E sangat setuju

**Tabel 1.3 Angket/ Kuisisioner Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Pernyataan
1.	Reputasi	1. Kredibilitas	<p>1. Saya membuka tabungan di Bank Syariah Indonesia karena saya menghargai dan menghormati Bank Syariah Indonesia.</p> <p>2. Saya mempercayai kinerja Bank Syariah Indonesia benar-benar menerapkan prinsip bank syariah.</p> <p>3. Bank Syariah Indonesia memiliki kualitas yang tinggi.</p>

		2. Dikenal Luas	<p>1. Saya mengetahui tentang Bank Syariah Indonesia.</p> <p>2. Saya memilih Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena sesuai dengan ajaran Islam.</p> <p>3. Saya memilih Bank Syariah Indonesia karena terhindar dari bunga bank.</p>
		3. Kemudahan di ingat	<p>1. Penyingkatan nama Bank Syariah Indonesia (BSI) mempermudah saya mengingat bank tersebut.</p> <p>2. Saya memilih Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena pelayanannya yang sangat bagus.</p> <p>3. Saya memilih Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena tempat yang nyaman.</p>
2.	Produk	1. Produk yang Inovatif	<p>1. Terdapat berbagai macam inovasi produk pada Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi.</p> <p>2. Bank Syariah Indonesia memberikan informasi terkait</p>

			<p>inovasi produk.</p> <p>3. Produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi memiliki perbedaan dengan perbankan lainnya.</p>
		<p>2. Daya Tarik Bagi Hasil</p>	<p>1. Saya tertarik menggunakan akad bagi hasil karena dapat member keuntungan yang adil.</p> <p>2. Saya tertarik menggunakan akad bagi hasil karena adanya transparansi terdapat apa yang dilakukan serta keuntungan yang didapatkan.</p> <p>3. Saya memilih Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena keuntungan yang diberikan sesuai dengan kesepakatan diawal.</p>
		<p>3. Keringanan Biaya Administrasi</p>	<p>1. Biaya Administrasi Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi yang berlaku sesuai dengan kemampuan nasabah.</p> <p>2. Biaya Administrasi Bank Syariah</p>



			<p>Indonesia KCP Ratulangi rendah.</p> <p>3. Biaya Administrasi Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi lebih rendah dibandingkan perbankan konvensional.</p>
3.	Keputusan Menabung	1.Pencarian Infomasi	<p>1. Saya mencari informasi mengenai Bank Syariah Indonesia.</p> <p>2. Sebelum menjadi nasabah saya membandingkan Bank Syariah Indonesia dengan Bank lainnya yang ada di kota Palopo.</p> <p>3. Saya sering mengikuti perkembangan Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi dari tahun ke tahun</p>
		2.Evaluasi Alternatif	<p>1. Saya akan merekomendasikan Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi kepada teman-teman/keluarga untuk menabung.</p> <p>2. Saya berkeinginan mencari jasa pelayanan berkualitas sama</p>

			<p>dengan Bank Syariah Indonesia.</p> <p>3. Saya memilih menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena pengaruh lingkungan sekolah/kuliah/pekerjaan.</p>
	<p>3. Setelah Penggunaan Produk</p>		<p>1. Saya merasa puas menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi.</p> <p>2. Saya cenderung loyal kepada Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena produk yang ditawarkan menarik.</p> <p>3. Saya akan tetap memilih menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena sesuai dengan kebutuhan nasabah.</p>

## H. Tehnik Analisis Data.

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur benar atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan benar apabila pertanyaan pada kuesioner bisa menunjukkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*). Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  table, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid instrumen yang valid berarti alat ukur yang dipakai untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Meteran yang valid dapat dipakai untuk mengukur panjang dengan teliti, karena meteran memang alat untuk mengukur panjang.<sup>37</sup> Hasil uji validitas selengkapnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.4 Hasil Uji Validitas Reputasi Bank (X1)**

Reputasi Bank (X1)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P01	0,761	0,1966	Valid
P02	0,797	0,1966	Valid
P03	0,748	0,1966	Valid
P04	0,854	0,1966	Valid
P05	0,854	0,1966	Valid
P06	0,869	0,1966	Valid
P07	0,772	0,1966	Valid
P08	0,762	0,1966	Valid
P09	0,809	0,1966	Valid

**Sumber: data diolah SPSS 24**

<sup>37</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", (Bandung Alfabeta, 2017), hal.121.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam instrument variabel reputasi bank (X1) nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r table sehingga hasilnya adalah valid.

**Tabel 1.5 Hasil Uji Validitas Produk Bank (X2)**

Produk Bank (X2)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P01	0,778	0,1966	Valid
P02	0,784	0,1966	Valid
P03	0,717	0,1966	Valid
P04	0,716	0,1966	Valid
P05	0,608	0,1966	Valid
P06	0,740	0,1966	Valid
P07	0,719	0,1966	Valid
P08	0,659	0,1966	Valid
P09	0,670	0,1966	Valid

**Sumber: data diolah SPSS 24**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam instrument variabel produk bank (X2) nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r table sehingga hasilnya adalah valid.

**Tabel 1.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Menabung (Y)**

Keputusan Menabung (Y)	R <sub>Hitung</sub>	R <sub>Tabel</sub>	Keterangan
P01	0,828	0,1966	Valid
P02	0,681	0,1966	Valid
P03	0,758	0,1966	Valid
P04	0,752	0,1966	Valid
P05	0,736	0,1966	Valid
P06	0,783	0,1966	Valid
P07	0,757	0,1966	Valid
P08	0,858	0,1966	Valid
P09	0,833	0,1966	Valid

**Sumber: data diolah SPSS 24**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam instrument variabel keputusan menabung (Y) nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r table sehingga hasilnya adalah valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *realible* atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan sesuai dari waktu ke waktu. SPSS membagikan fasilitas untuk mengukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai  $\alpha > 0,60$ . Instrumen yang *reliable* adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek

yang sama, akan memperoleh data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrumen yang tidak *reliable* konsisten.<sup>38</sup> Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.7 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Reputasi Bank(X1)	0,60	0,930	Reliabel
Produk Bank(X2)	0,60	0,876	Reliabel
Keputusan Menabung(Y)	0,60	0,916	Reliabel

**Sumber: data diolah SPSS 24**

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa nilai *cronbach alpha* variabel Reputasi Bank (X1) yaitu sebesar 0,930, variabel Produk Bank (X2) sebesar 0,876 dan variabel Keputusan Menabung (Y) sebesar 0,916. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* tiap-tiap variabel  $> 0,60$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen atau pernyataan yang digunakan sebagai indikator baik dari variabel X1, X2 dan variabel Y merupakan alat ukur yang reliabel atau handal.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel. Dari hasil uji normalitas data dapat diketahui sebaran data berdistribusi normal atau tidak

<sup>38</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, (Bandung Alfabeta, 2017), hal.121.

sehingga berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.<sup>39</sup>

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dilakukan uji ini, untuk mengetahui kuatnya suatu hubungan antara variabel bebas didalam model analisis regresi berganda. Hubungan antara variabel bebas dan terikat dapat terganggu jika ada hubungan yang kuat diantara variabel bebas. Model regresi dikatakan baik sebaiknya tidak terdapat korelasi yang hampir sempurna atau sempurna antar variabel bebas (korelasi mendekati 1 atau korelasi 1). Uji multikolinearitas yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu konsep *Varian Inflation Factor* atau VIF serta nilai *tolerance*. Dengan keputusan jika nilai VIF = 10 atau nilai *tolerance* < 0,010 maka terjadi multikolinearitas.<sup>40</sup>

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berarti varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut homoskedastisitas.<sup>41</sup> Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini mengandung data yang mewakili berbagai

<sup>39</sup>Suliyanto, "Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS", (Yogyakarta, Andi,2011), hal.81.

<sup>40</sup> Suliyanto, "Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS", (Yogyakarta, Andi,2011), hal.70.

<sup>41</sup>Suliyanto, "Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS", (Yogyakarta,Andi,2011), hal.97.

ukuran(kecil, sedang dan besar).<sup>42</sup> Ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat diketahui dengan dua hal, antara lain:

- 1) Jika pencaran data yang berupa titik-titik membentuk pola tertentu dan beraturan, maka terjadi masalah heteroskedastisitas.
- 2) Jika pencaran data yang berupa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas dan dibawah sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.<sup>43</sup>

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji ini dipergunakan dalam menguji secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan taraf signifikan 5% (0,05). Pengujian ini digunakan untuk membandingkan T-hitung dengan T-tabel. Dibawah ini persyaratan uji-T yaitu:

- 1) Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh diantara variabel X ke variabel Y.
- 2) Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, atau dapat diartikan bahwa tidak ada pengaruh yang terjadi antara variabel X terhadap variabel Y.

<sup>42</sup>Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBMSPSS19", (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hal.139.

<sup>43</sup>Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19", (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 139.



### b. Uji Simultan (F)

Untuk melakukan pengujian hipotesis ada beberapa ketentuan yang diperlukan untuk diperhatikan. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah kedua variabel tersebut sama-sama mempunyai pengaruh signifikan dengan keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia.

Dalam pengujian ini digunakan taraf signifikan sebesar 5% dan derajat kebebasan (d.f) = (k-1, n-k, a), dapat diketahui dari hasil perhitungan computer program SPSS. Kesimpulan yang diambil adalah:

- 1) Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  pada  $\alpha=5\%$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  pada  $\alpha=5\%$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dengan  $F_{tabel}$  derajat kebebasan  $= (k-1, n-k, \alpha)$ <sup>44</sup>.

### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel independen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi kita bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen.<sup>45</sup> Nilai R Square ( $R^2$ ) menunjukkan koefisien determinasi yang mengukur besar presentase perubahan variabel terikat yang diakibatkan oleh variabel bebas secara bersama-sama.<sup>46</sup>

<sup>44</sup> Huri safira(2021), dalam skripsi, “Pengaruh keunggulan produk dan penerapan islam terhadap kepuasan nasabah bank syariah” (studi kasus cabang ratulangi palopo), hal.43.

<sup>45</sup>Purbayu Budi Santosadan Ashari, “Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS” , (Edisi I, Yogyakarta, Andi, 2007),hal.144.

<sup>46</sup>Imam Ghazali, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS” , (Edisi III; semarang, Badan Penerbit Universitas Ponegoro,2005),hal.44.

#### d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yang mengandung makna bahwa jika menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi. Analisis regresi yang digunakan untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih atau mendapatkan pengaruh antara variabel prediktor terhadap variabel kriteriumnya. Regresi merupakan alat analisis statistik yang dapat membantu peneliti untuk melakukan prediksi atas variabel terikat dengan mengetahui kondisi variabel bebas.

Persamaan umum regresi yang menggunakan lebih dari dua variabel independen adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan menabung

a = Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Reputasi

$X_2$  = Produk

e = Error<sup>47</sup>

<sup>47</sup>Eka nopitasari(2017),dalam skripsi “Pengaruh lokasi,produk,reputasi, dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa iain surakarta menggunakan Bank Syariah”,hal.77.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi dan Lokasi Penelitian

###### a. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia

Indonesia salah satu negara yang memiliki peluang sebagai negara yang sukses di bidang keuangan syariah karena memiliki penduduk muslim yang sangat besar. Dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang halal metteer disertai dengan dukungan dari pemangku kepentingan yang kuat, ini akan membantu kemajuan indutri halal di negara indonesia. Termasuk juga Bank syariah.<sup>48</sup>

Bank syariah mempunyai peran yang penting sebagai penghubung antara aktiitas ekonomi dan ekosistem indstri halal. Dalam tiga decade perbankan syariah telah mengalami pengembangan serta peningkatan yang sangat signifikan. Peningkatan layanan, inovasi produk dan pengemabangan jaringan dapat memperlihatkan suatu trend yang memiliki nilai positif dari masa ke masa. Korporasi merupakan aksi yang dilakukan oleh bank syariah agar semakin maju. Tidak ada pengecualian untuk bank syariah miliki bank BUMN seperti BRI syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah.

Sejara pada 19 jumaidil akhir 1442 Hijriah yaitu tepatnya pada tanggal 01 februari 2021 merupakan tahun sejarah margernya ketiga bank Syariah

---

<sup>48</sup>Bank BSI, “ *Sejarah Perseroan*”, Diakses Dari <https://Ir.Bankbsi.Co.Id/Corporate/History.Html>, Pada Tanggal 1 November 2022, Pukul 13: 05.

diantaranya BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah menjadi satu yaitu BSI (Bank Syariah Indonesia). Mergernya ketiga bank syariah ini dapat menyatukan kelebihanannya sehingga menghasilkan kapasitas permodalan yang efisien, jangkauan semakin luas, serta layanan lebih lengkap. Dengan dukungan sinergi dari induk perusahaan (BRI, BNI, dan Mandiri) dan komitmen dari pemerintah kepada kementerian BUMN, dorongan untuk bank syariah agar mampu bersaing pada tingkat global.

Bank syariah Indonesia sebagai ikhtiar agar dapat menjadi bank yang dibanggakan oleh umat, dengan harapan dapat menjadi sinergi baru untuk membangun ekonomi nasional dan dapat berkontribusi pada kesejahteraan seluruh umat. Adanya bank Syariah Indonesia sebagai cermin perbankan Syariah yang universal, *rahmatan lil alamin* (memberikan kebaikan untuk segenap alam), dan modern.

b. Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia

1) Visi

Adapun visi dan misi Bank Syariah Indonesia yaitu:

**Top 10 Global Islamic Bank**

2) Misi

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

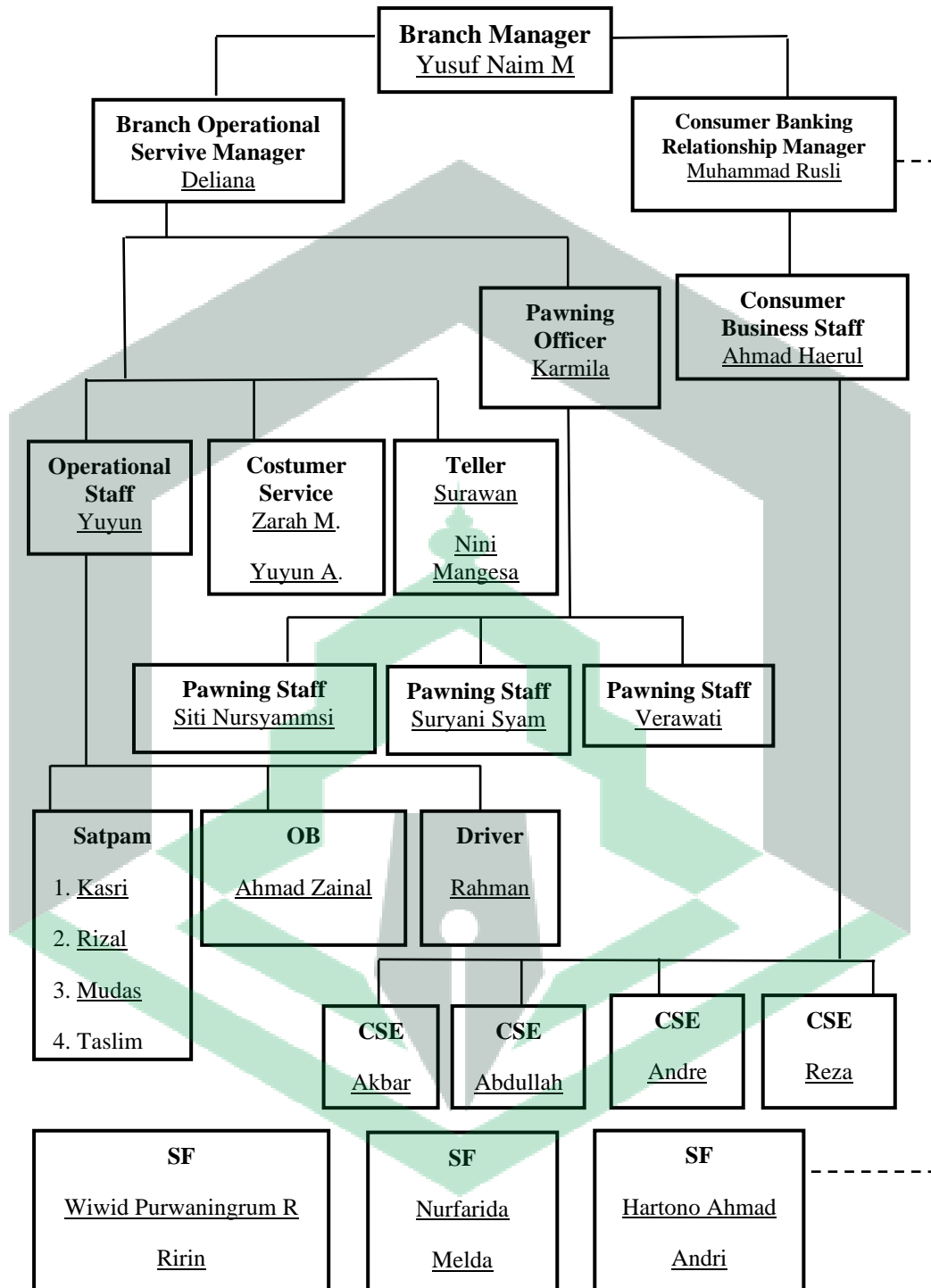
d. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia

Adapun struktur organisasi pada Bank BSI KCP Palopo Ratulangi dapat dilihat pada gambar berikut.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Yuyun A., 'Struktur Organisasi BSI KCP Ratulangi Palopo' (Ratulangi: Kantor BSI KCP Ratulangi Kota Palopo, 2022)

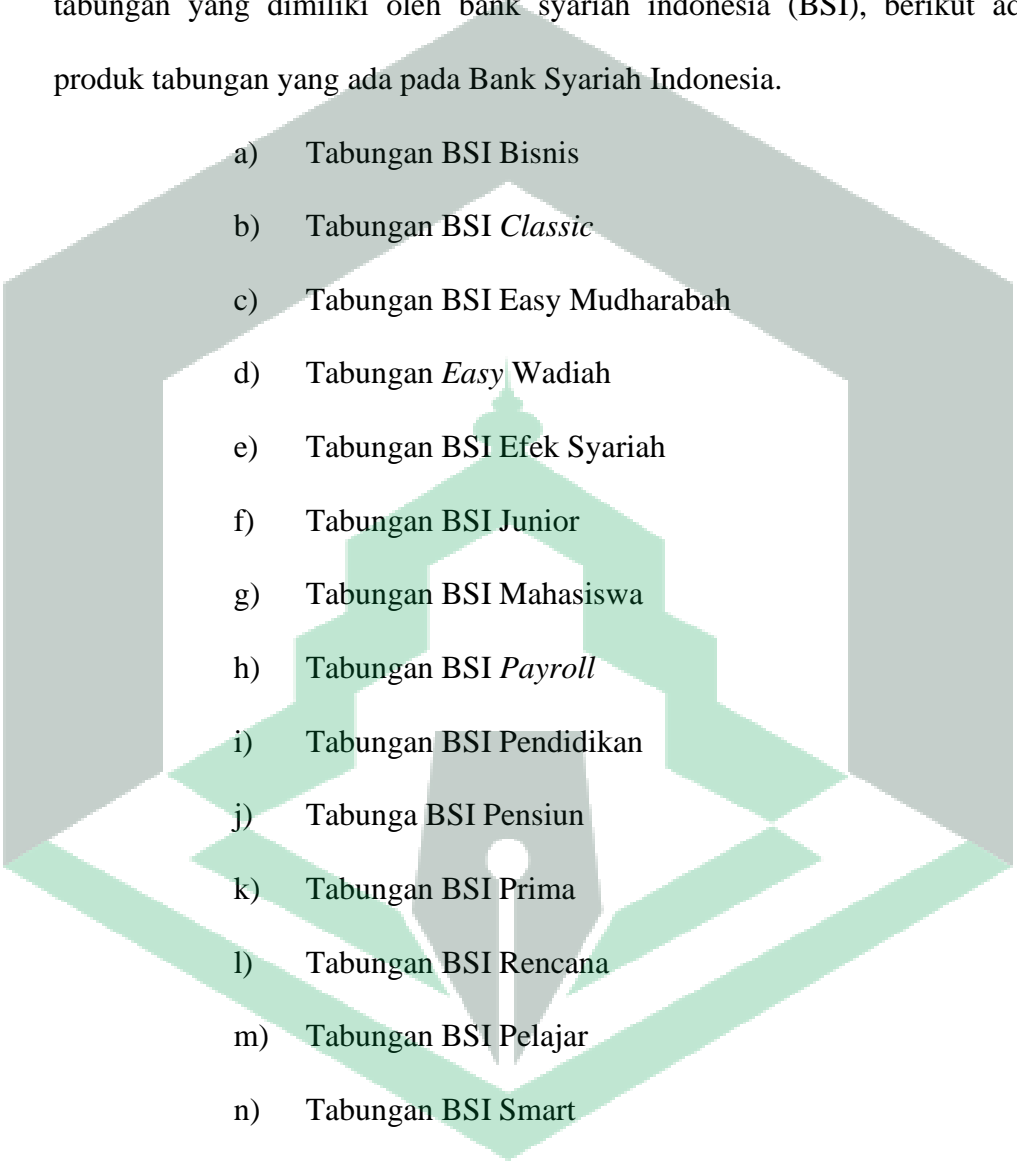
**Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. BSI KCP Palopo Ratulangi.**



e. Produk-produk Bank Syariah Indonesia

1) Tabungan

Pertama yang akan dibahas adalah produk tabungannya, Ada banyak jenis tabungan yang dimiliki oleh bank syariah indonesia (BSI), berikut adalah produk tabungan yang ada pada Bank Syariah Indonesia.

- 
- a) Tabungan BSI Bisnis
  - b) Tabungan BSI *Classic*
  - c) Tabungan BSI Easy Mudharabah
  - d) Tabungan *Easy* Wadiah
  - e) Tabungan BSI Efek Syariah
  - f) Tabungan BSI Junior
  - g) Tabungan BSI Mahasiswa
  - h) Tabungan BSI *Payroll*
  - i) Tabungan BSI Pendidikan
  - j) Tabunga BSI Pensiun
  - k) Tabungan BSI Prima
  - l) Tabungan BSI Rencana
  - m) Tabungan BSI Pelajar
  - n) Tabungan BSI Smart
  - o) Tabungan BSI Valas
  - p) BSI TabunganKu
  - q) Tabungan BSI Kolektif

## 2) Transaksi

Berikutnya produk bank syariah indonesia yaitu transaksi, ada dua jenis transaksi yang bisa dilihat dibawah ini.

- a) BSI Giro Rupiah
- b) BSI Giro Valas
- c) Bisnis

Selain tabungan dan transaksi, produk bank syariah selanjutnya adalah bisnis. Ada sebelas jenis bisnis pada BSI yaitu.

- a) *Bank Guarantee Under Counter Guarantee*
- b) BSI Bank Garansi
- c) *BSI Cash Management*
- d) BSI Deposito Ekspor SDA
- e) BSI Giro Ekspor SDA
- f) BSI Giro Optima
- g) BSI Giro Pemerintah
- h) BSI Pembiayaan Investasi
- i) Giro Vostro
- j) *Jasa Penagihan Transaksi Trade Finance Antar Bank*
- k) Pembiayaan yang Diterima (PYD)

## 3) Emas

Berikutnya yaitu Emas, nasabah atau customer bisa memiliki produk tersebut. Dengan berbagai jenis atau layanan yang ditawarkan yaitu.

- a) BSI Cicil Emas
  - b) BSI Gadai Emas
  - c) Haji dan Umroh
  - d) BSI Tabungan Haji Indonesia
  - e) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia
  - f) Investasi
  - g) *Bancassurance*
  - h) BSI Deposito Valas
  - i) BSI Reksa Dana Syariah
  - j) *Cash Waqf Linked Sukuk Ritel (Sukuk Wakaf Ritel)*
  - k) Deposito Rupiah
  - l) *Referral Retail Brokerage*
  - m) SBSN Ritel
- 4) Pembiayaan

Produk selanjutnya yaitu pembiayaan. Salah satu produk yang diminati oleh *customer*. Kini ada tujuh belas jenis produk pembiayaan pada website sebagai berikut.

- a) *Bilateral Financing*
- b) *Cash Collateral*
- c) *Distributor Financing*
- d) Griya Hasanah
- e) Griya Mabrur
- f) Griya Simuda



- g) KPR Sejahtera
- h) KUR Kecil
- i) KUR Mikro
- j) KUR Super Mikro
- k) Mitra Beragun Emas (Non Qardh)
- l) Mitraguna Berkah
- m) Multiguna Hasanah
- n) BSI Oto
- o) Pensiun Berkah
- p) BSI Umrah
- q) Mitraguna Online

5) Prioritas

Dibawah ini merupakan produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia yaitu Prioritas.

- a) Prioritas
- b) *Private*
- c) *Safe Deposit Box (SDB)*

## 2. Deskripsi Data Responden.

### a. Karakteristik Responden.

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BSI KCP Ratulangi. Peneliti menebarkan angket dengan 100 responden secara langsung atau melalui kuesioner online yang dikirim ke nasabah.

Karakteristik peserta penelitian, meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan.

1) Karakteristik Responden berdasarkan gender (Jenis Kelamin)

Dalam penelitian ini responden yang diambil adalah karyawan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palopo Ratulangi. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 1.8 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Tanggapan Responden	
		Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	43	43 %
2.	Perempuan	57	57%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan data pada tabel di atas, terdapat 57 responden berjenis kelamin perempuan yang setara dengan 57%, dan 43 responden berjenis kelamin laki-laki yang setara dengan 43%. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang mengisi kuisioner ini berjenis kelamin perempuan yaitu nasabah bank BSI KCP Ratulangi Kota Palopo yang menabung.

## 2) Karakteristik berdasarkan Usia

**Tabel 1.9 Karakteristik Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Tanggapan Responden	
		Orang	Persentase (%)
1	< 20	17	17%
2	21 – 30	43	43%
3	31 – 40	23	23%
4	> 50	17	17%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer, yang diolah, 2022.

Pada tabel diatas menunjukkan usia responden, Untuk mereka yang berusia di bawah 20 tahun ada 17 orang, atau 17%, untuk mereka yang berusia antara 21-30 tahun ada 43 orang atau 43%; untuk yang berusia 31-40 tahun ada 23 orang atau 23%; dan untuk orang yang berusia lebih dari 50 tahun ada 17 orang atau 17%. Karena itu, usia rata-rata responden pada penelitian ini berusia 21-30 tahun.

## 3) Karakteristik berdasarkan Jenis Pekerjaan

**Tabel 1.11 Karakteristik berdasarkan jenis pekerjaan**

No	Pekerjaan	Tanggapan Responden	
		Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	32	32%
2	PNS/TNI/POLRI	5	5%
3	Pegawai Swasta	17	17%
4	Wiraswasta	6	6%
5	Pensiunan	10	10%

6	Ibu Rumah Tangga	12	12%
7	Lainnya	18	18%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer, yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, diketahui dari 100 responden menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan Pelajar/Mahasiswa berjumlah 32 orang atau sebesar 32%, sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah yang menabung didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Metode regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Metode ini menggunakan uji *one sampel kolmogorov smirnov*.

Uji *One Sampel Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *unifron*, atau *exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi secara normal atau tidak. Dengan pengujian residual berdistribusi normal jika nilai signifikan  $> 0,05$ .

**Tabel 2.1 Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.96909474
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.050
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data diolah dengan SPSS Ver.25

Hasil yang didapatkan dari uji normalitas data diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar 0,200 dengan menggunakan metode *uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dimana berdasarkan taraf signifikan sebesar 0,05 didapatkan hasilnya lebih besar dari taraf signifikan tersebut, jadi dapat dikatakan bahwa datatersebut berdistribusi secara normal dalam penelitian ini.

b. Uji Multikonearitas

Tujuan dilakukan uji ini, untuk mengetahui kuatnya suatu hubungan antara variabel bebas didalam model analisis regresi berganda. Hubungan antara variabel bebas dan terikat dapat terganggu jika ada hubungan yang kuat diantara variabel bebas. Model regresi dikatakan baik sebaiknya tidak terdapat korelasi yang hampir sempurna atau sempurna antar variabel bebas (korelasi mendekati 1 atau korelasi 1). Uji multikolinearitas yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu konsep *Varian Inflation Factor* atau VIF

serta nilai *tolerance*. Dengan keputusan jika nilai  $VIF = 10$  atau nilai  $tolerance < 0,10$  maka tidak terjadi multikolinearitas.<sup>50</sup>

**Tabel 2.2 Hasil Uji Multikonearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.		
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.462	2.347		3.179	.002		
	reputasi bank	.454	.075	.509	6.056	.000	.513	1.948
	produk bank	.384	.088	.368	4.383	.000	.513	1.948

Sumber: Data diolah dengan SPSS Ver.25

Berdasarkan hasil uji multikolineritas dapat diperoleh bahwa nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) pada variabel Reputasi Bank (X1) dan Produk Bank (X2) adalah  $1,948 < 10$ . Sedangkan pada nilai *tolerance value* pada variabel Reputasi Bank (X1) dan Produk Bank (X2) adalah  $0,513 > 0,10$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas antara variabel independent.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

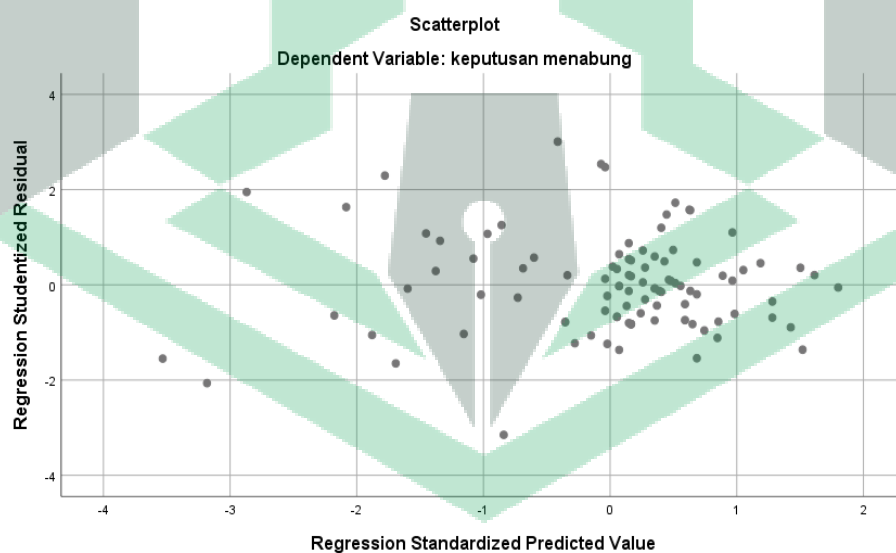
Uji heteroskedastisitas berarti varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai

<sup>50</sup> Sulyanto, "*Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*", (Yogyakarta, Andi, 2011), hal.70.

yang sama (konstan) maka disebut homoskedastisitas.<sup>51</sup> Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini mengandung data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).<sup>52</sup> Ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat diketahui dengan dua hal, antara lain:

- 3) Jika pencarian data yang berupa titik-titik membentuk pola tertentu dan beraturan, maka terjadi masalah heteroskedastisitas.
- 4) Jika pencarian data yang berupa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas dan dibawah sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.<sup>53</sup>

**Tabel 2.3 Hasil Uji Scatterplot Heteroskedastisitas**



<sup>51</sup>Suliyanto, "Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS", (Yogyakarta, Andi, 2011), hal.97.

<sup>52</sup>Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBMSPSS19", (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hal.139.

<sup>53</sup>Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19", (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 139.

Berdasarkan gambar diatas, sesuai dengan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *scatterplot*. Dapat diartikan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala heteroskedastisitas dimana:

- a) Titik-titik data menyebar di atas dan dibawah
- b) Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja
- c) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- d) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

#### 4. Uji Hepotesis

##### a. Uji Parsial ( Uji-t)

Untuk menguji apakah variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dilakukan uji-t. Kriteria uji-t (parsial) digunakan bila  $t\text{-tabel} < t\text{-hitung}$ , dengan  $t\text{-tabel} = t(\alpha/2, n-k-1) = (0,025, 97) = 1,98472$ . Selain  $t$  hitung, nilai signifikan 0,05 dapat digunakan dalam penelitian.  $H_0$  ditolak, jika variabel X berpengaruh terhadap variabel Y ketika nilai signifikansi  $< 0,05$  dan  $H_0$  diterima, yang menunjukkan bahwa variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y ketika nilai signifikansi  $> 0,05$ . Berikut adalah hasil uji-t yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 2.5 Uji T (Parsial)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.462	2.347		3.179	.002
	reputasi	.454	.075	.509	6.056	.000



bank					
produk bank	.384	.088	.368	4.383	.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS Ver.25

Berdasarkan pada tabel *coefficients* ditampilkan hasil uji t yang digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independent secara persial (sendiri) terhadap variabel dependent.

- 1) Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel Reputasi Bank (X1) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,056 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,98472 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan kata lain terdapat pengaruh reputasi bank terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia.
- 2) Pada variabel Produk Bank (X2) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,383 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,98472 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima dengan kata lain terdapat pengaruh produk bank terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia.

#### b. Uji Simultan (F)

Uji simultan (uji-f) digunakan untuk melihat mungkinkah variabel terikat (Y) diberikan pengaruh secara simultan (bersama-sama) oleh variabel bebas (X). Syarat uji simultan (uji f) terpenuhi jika nilai  $F_{tabel} < F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel} = F(k; n-k-1) = F(2; 97) = 3,09$ . Peneliti dapat

menggunakan nilai signifikan 0,05 selain uji F-hitung. Jika sig kurang dari  $< 0,05$ , maka variabel Y diberikan pengaruh simultan oleh variabel X. Hasil uji-f dalam temuan ini ditunjukkan di bawah ini

**Tabel 2.6 Hasil uji simultan (F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1629.394	2	814.697	90.511	.000 <sup>b</sup>
	Residual	855.106	95	9.001		
	Total	2484.500	97			

Sumber: Data diolah dengan SPSS Ver.25

Berdasarkan hasil uji simultan pada tabel anova ditampilkan hasil uji F yang digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel Reputasi Bank (X1) dan Produk Bank (X2) terhadap variabel Keputusan Menabung (Y) secara simultan (bersama-sama). Dari tabel diatas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 90,511 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,09 karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $90,511 > 3,09$ ) dan nilai sig lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Terdapat pengaruh secara simultan Reputasi Bank dan Produk Bank terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia.

c. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Besarnya kontribusi untuk variabel bebas terhadap variabel terikatnya dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya  $R^2$ . Jika  $R^2$  yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat

model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika  $R^2$  makin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 <sup>a</sup>	.656	.649	3.00019

Sumber: Data diolah dengan SPSS Ver.25

Berdasarkan hasil output diatas diketahui nilai *R Square* sebesar 0,656 hal ini mengandung arti bahwa besarnya kontribusi variabel Reputasi Bank (X1) dan Produk Bank (X2) terhadap variabel Keputusan Menabung (Y) adalah sebesar 65,6% sedangkan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain diluar penelitian.

#### d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yang mengandung makna bahwa jika menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi. Analisis regresi yang digunakan untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih atau mendapatkan pengaruh antara variabel prediktor terhadap variabel kriteriumnya. Regresi merupakan alat analisis statistik yang dapat membantu

peneliti untuk melakukan prediksi atas variabel terikat dengan mengetahui kondisi variabel bebas.

Persamaan umum regresi yang menggunakan lebih dari dua variabel independen adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.462	2.347		3.179	.002
	reputasi bank	.454	.075	.509	6.056	.000
	produk bank	.384	.088	.368	4.383	.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS Ver.25

Dari tabel diatas, maka hasil yang diperoleh dimasukkan dalam persamaan sebagai berikut:

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

$$Y = 7,462 + (0,454)X_1 + (0,384)X_2 + e$$

Dari persamaan regresi diatas maka dapat diinterpretasikan beberapa hal antara lain:

- 1) Nilai konstanta sebesar 7,462 artinya bahwa jika nilai variabel Reputasi Bank (X1) dan nilai variabel Produk Bank (X2) nilainya sama dengan nol, maka Keputusan Menabung (Y) memiliki nilai 7,462.
- 2) Koefisien regresi X1, diperoleh nilai (b<sub>1</sub>) sebesar 0,454 artinya jika variabel Produk Bank (X2) nilainya tetap dan variabel Reputasi Bank

(X1) mengalami kenaikan 1% maka Keputusan Menabung (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,454.

- 3) Koefisien regresi X2, diperoleh nilai ( $b_2$ ) sebesar 0,384 artinya jika variabel variabel Reputasi Bank(X1) nilainya tetap dan Produk Bank(X2) mengalami kenaikan 1% maka Keputusan Menabung(Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,348.

Berdasarkan nilai koefisien regresi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien regresi variabel yang paling berpengaruh terhadap Keputusan Menabung adalah variabel Reputasi Bank(X1).

## **B. Pembahasan**

Penelitian ini akan membahas tentang pengaruh reputasi bank dan produk bank terhadap keputusan menabung pada bank BSI KCP Rtulangi. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut maka peneliti menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data yaitu penyebaran angket atau kuesioner kepada responden dengan 100 sampel. Kemudian data yang telah diperoleh akan di analisis dengan menggunakan bantuan SPSS Versi 24 untuk memudahkan peneliti dalam mengelola data penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa tahap pengujian diantaranya adalah Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari uji normalitas ,uji multikolinieritas dan uji heterokedasitas. Selanjutnya menggunakan uji hipotesis yang terdiri dari koefisien uji T (persial), uji simultan (F), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji analisis regresi linear berganda.

1. Pengaruh Reputasi Bank terhadap Keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia (BSI).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut jika dilihat dari nilai signifikan dimana jika nilai sig.  $< 0,05$  ( $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat). Hasil dari output "*Coefficients*" nilai Sig. Reputasi Bank  $0,000 < 0,05$  Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dengan kata lain terdapat pengaruh reputasi bank terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa reputasi bank berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah. Hal ini berarti bahwa reputasi perusahaan merupakan salah satu variabel yang berpengaruh terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi.

Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang peneliti uji yaitu menggunakan teori yang dikemukakan oleh Fombrun, reputasi merupakan wujud dari pengalaman seseorang terhadap produk ataupun layanan yang mereka dapatkan. Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada mereka. Reputasi merupakan kepercayaan seseorang terhadap perusahaan atau bank, oleh karena itu apabila reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan maka semakin baik reputasi yang dimiliki suatu perusahaan, dan semakin baik pula popularitasnya dalam pandangan masyarakat, juga semakin baik dalam mempengaruhi masyarakat dalam mengambil sebuah

keputusan. Namun jika sebaliknya reputasi tidak berpengaruh signifikan maka reputasi tidak mempengaruhi masyarakat dalam mengambil suatu keputusan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayun sekar widowati yang mengatakan bahwa reputasi bank memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.<sup>54</sup> Reputasi baik yang dimiliki bank menjadi dasar kepercayaan nasabah penyimpan untuk tetap menggunakan jasa simpanan dan membuat keputusan menabung. Reputasi bank dianggap penting oleh nasabah untuk tetap mempercayakan dana yang mereka miliki dikelola oleh bank terkait.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ocktaviani faradila k.<sup>55</sup> yang mengatakan bahwa, reputasi bank tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah, pada penelitian tersebut mengatakan bahwa reputasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung karena nasabah sudah percaya dalam menggunakan bank syariah jadi reputasi bukan lagi hal yang utama dalam memutuskan untuk menabung akan tetapi dengan kepercayaan yang lebih dari masyarakat tentang bank syariah.

---

<sup>54</sup>Ayunsekar widowati, "Pengaruh pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah", *Jurnal Nominal*, Vol VII, No2, 2018.

<sup>55</sup>Ocktaviani faradila k (2021) , dalam skripsi "Analisis pengaruh pengetahuan, persepsi masyarakat, religiusitas, produk, reputasi, kualitas pelayanan, dan lokasi bank terhadap minat nasabah dalam memilih menabung pada bank syariah", hal.82-83.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Yulianti<sup>56</sup> yang mengatakan bahwa reputasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, reputasi pada penelitian tersebut tidak berpengaruh bukan berarti Bank Muamalat palopo tidak memiliki reputasi yang baik akan tetapi hanya saja nasabah tidak menjadikan reputasi sebagai pertimbangan utama dalam membuat keputusan menabung di Bank Muamalat Palopo.

## 2. Pengaruh produk bank terhadap keputusan menabung.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut jika dilihat dari nilai signifikan dimana jika nilai sig.  $< 0,05$  ( $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat). Hasil dari output "*Coefficients*"  $0,000 < 0,05$  Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima dengan kata lain terdapat pengaruh produk bank terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa produk bank berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah.

Pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitri Yulianti<sup>57</sup> dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel produk berpengaruh terhadap keputusan menabung. Hasil dari penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel produk ini berpengaruh terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi Palopo sesuai dengan

---

<sup>56</sup>Fitri Yulianti (2022), dalam skripsi "*Pengaruh reputasi dan produk bank terhadap keputusan menabung pada bank muamalat palopo*", hal. 58.

<sup>57</sup>Fitri Yulianti (2022), dalam skripsi "*Pengaruh reputasi dan produk bank terhadap keputusan menabung pada bank muamalat*" hal.77.



hasil angket yang dibagikan oleh peneliti kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi Palopo, yang kemudian peneliti mengolah data tersebut dalam aplikasi SPSS yang menghasilkan bahwa variabel produk ini memang berpengaruh terhadap keputusan nasabah BSI KCP Ratulangi Palopo. Dimana hasil ini sesuai dengan keputusan nasabah itu sendiri. Dimana pernyataan atau hasil ini sejalan dengan teori yang peneliti uji yaitu teori Kotler and Armstrong bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau dikonsumsi yang bisa memuaskan keinginan dan kebutuhan seseorang atau nasabah.

Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayun Sekar widowati<sup>58</sup> yang mengatakan bahwa produk bank memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, semakin baik pengetahuan produk yang dimiliki nasabah maka semakin kuat pula keputusan menabung.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ocktaviani faradila k, yang dimana hasil penelitiannya mengatakan bahwa produk bank tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung hal itu dikarenakan kurangnya pengetahuan nasabah mengenai produk bank syariah.

Berdasarkan analisis dapat diketahui bahwa nasabah menggunakan BSI KCP Ratulangi berdasarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Apabila bank dapat memberikan produk yang sesuai dengan apa yang nasabah harapkan, maka keputusan nasabah juga akan semakintinggi. Demi mendapatkan

---

<sup>58</sup> Ayunsekar widowati, "Pengaruh pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah", Jurnal Nominal, Vol VII, No2, 2018.

kepuasan terhadap pembelian, nasabah akan melakukan pemilihan produk yang dianggap memiliki kualitas yang baik. Sebelum menggunakan jasa perbankan, nasabah akan memiliki harapan bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi. Produk bank Syariah mempunyai ciri khusus dengan produk-produk bank konvensional yang mampu memberikan kontribusi kepada minat masyarakat untuk menabung, hal ini berarti bahwa masyarakat khususnya dikota palopo telah mengetahui dengan jelas manfaat apabila menabung dilembaga keuangan syariah karena terbebas dari unsur riba.

### 3. Distribusi Jawaban Reputasi Bank

No	Pernyataan	Tanggapan	Responden
		Jumlah	Persentase (%)
1	Kredibilitas	20,1	20,1%
2	Dikenal Luas	12,5	12,5%
3	Kemudahan Diingat	12,8	12,8%
	<b>Total</b>	<b>45,4</b>	<b>45,4%</b>

Pada tabel diatas menunjukkan distribusi jawaban responden. Untuk kredibilitas persentasi jawaban 20,1%, untuk dikenal luas persentasi jawaban 12,5% dan untuk kemudahan diingat persentasi jawaban 12,8%. Karena itu nilai tertinggi dari persentasi jawaban responden adalah kredibilitas. Jadi dapat dikatakan bahwa Bank Syariah Indonseia KCP Ratulangi memiliki kredibilitas yang cukup akan tetapi terlepas dari itu masih ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan lagi demi meningkatkan kesejahteraan nasabah.

## Distribusi Jawaban Produk Bank

No	Pernyataan	Tanggapan	Responden
		Jumlah	Persentase (%)
1	Produk yang Inovatif	9	9%
2	Daya Tarik Bagi Hasil	16,8	16,8%
3	Keringanan Biaya Administrasi	12,6	12,6%
	<b>Total</b>	<b>38,4</b>	<b>38,4%</b>

Pada tabel diatas menunjukkan persentasi jawaban produk bank. Untuk produk yang inovatif persentasi jawaban 9%, untuk daya tarik bagi hasil persentasi jawaban 16,8%, dan untuk keringanan biaya administrasi persentasi jawaban 12,6%. Karena itu nilai persentasi tertinggi adalah daya tarik bagi hasil yaitu 16,8%. Jadi untuk Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi lebih meningkatkan lagi terkait produk-produk yang dimiliki agar para nasabah juga merasakan kepuasan terhadap bank syariah indonesia tanpa harus mencari lagi ke bank-bank lainnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan hasil analisis yaitu:

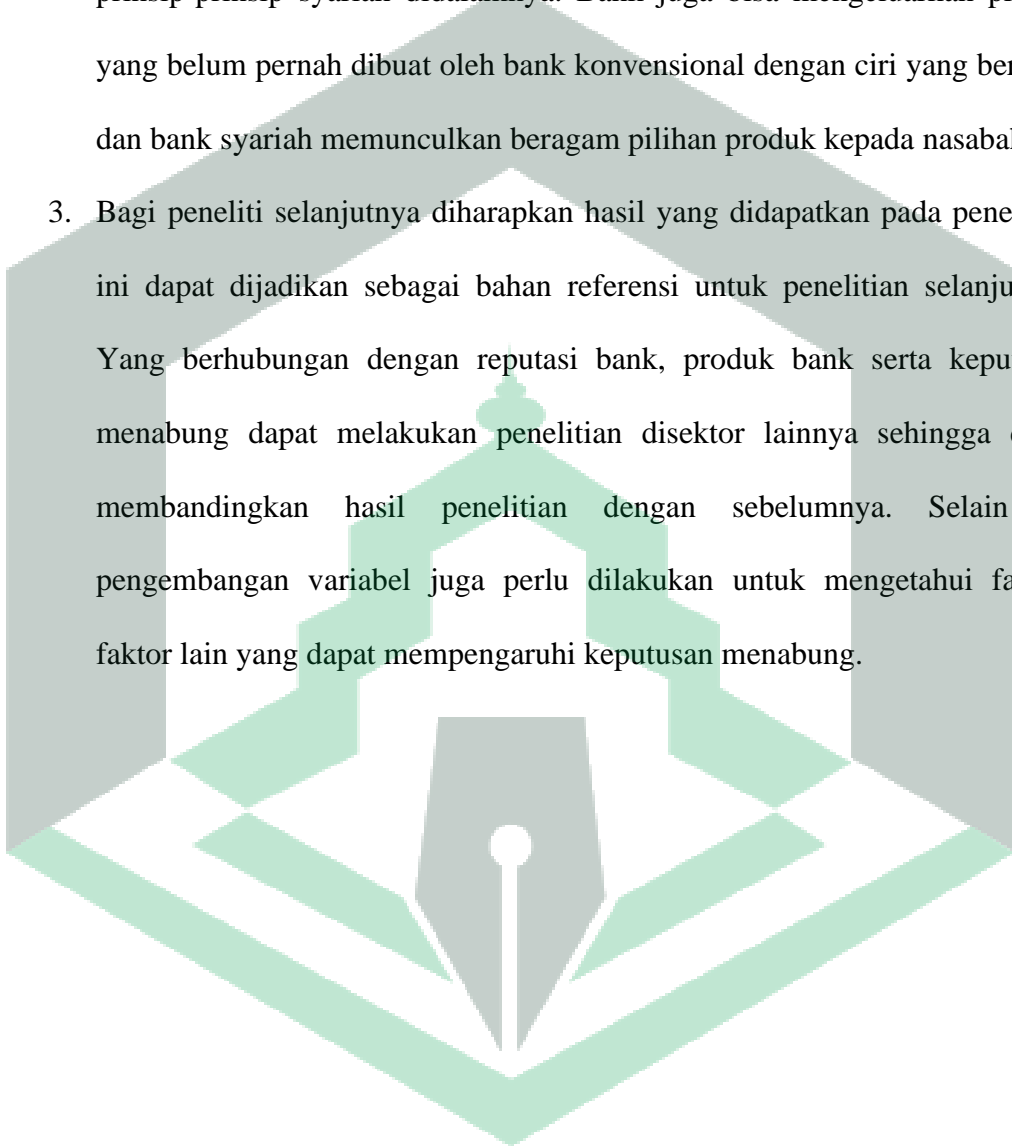
1. Hasil menunjukkan ada pengaruh antara reputasi bank terhadap keputusan menabung. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi bank terhadap keputusan menabung.
2. Hasil menunjukkan ada pengaruh antara produk bank terhadap keputusan menabung. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara produk bank terhadap keputusan menabung.

#### **B. Saran**

Dalam penelitian ini tentunya masih banyak kekurangan, baik keterbatasan waktu, keterbatasan data, dan keterbatasan penulisan dari penulis sendiri. Agar dapat memperoleh hasil yang lebih baik dan lebih mendalam maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung , hal ini dapat disimpulkan bahwa bank harus konsisten dan menjaga reputasinya kepada masyarakat dengan cara lebih mendekatkan diri ke masyarakat sehingga meningkatkan perasaan senang dan suka masyarakat terhadap perbankan syariah khususnya BSI KCP Ratulangi Palopo.

2. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, hal ini dapat disimpulkan bahwa bank harus menciptakan produk dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah dan tetap menerapkan prinsip-prinsip syariah di dalamnya. Bank juga bisa mengeluarkan produk yang belum pernah dibuat oleh bank konvensional dengan ciri yang berbeda dan bank syariah memunculkan beragam pilihan produk kepada nasabah.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil yang didapatkan pada penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Yang berhubungan dengan reputasi bank, produk bank serta keputusan menabung dapat melakukan penelitian di sektor lainnya sehingga dapat membandingkan hasil penelitian dengan sebelumnya. Selain itu pengembangan variabel juga perlu dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan menabung.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ayun sekar widowati,” *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah*”, dalam jurnal nominal Vol.VII No.2(2018), hal.142.
- Ayun Sekar Widowati,” *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah*”, dalam jurnal nominal Vol.VII No.2(2018), hal.144.
- Ayunsekar widowati, “*Pengaruh pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah*”, Jurnal Nominal, Vol VII, No2, 2018.
- Avita margi royani (2020) dalam skripsi “*Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah*”, (studi kasus pada KC. Bank Muamalat Purwokerto), hal.15.
- Ainun Desti Riyani(2020), dalam skripsi, “*Pengaruh Islamic branding, religiusitas dan reputasi terhadap minat menjadi nasabah di bank muamalat(studi kasus pada Bank Muamalat yang berada di Kota Tangerang)*”, hal 39-40.
- Ainin nur aisyah(2019) , dalam skripsi , “*Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan bank muamalat kantor cabang pembantu rungkut Surabaya*”, hal.3.
- Andri (2019), dalam skripsi , ”*Strategi pengembangan kualitas produk bank BRI Syariah dalam mempertahankan eksistensi di dunia perbankan*”, hal.18-19.
- Avita margi royani (2020), dalam skripsi, “*Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah (studi kasus pada KC. Bank Muamalat Purwokerto)*”, hal.13.
- Arikunto, Suharni, “ *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*”, (Jakarta, Rineka Cipta, 2017), 73
- Bank BSI, “ *Sejarah Perseroan*”, Diakses Dari <https://ir.bankbsi.co.id/corporate-history.html>, Pada Tanggal 1 November 2022, Pukul 13: 05.

- Dian safitri (2020), dalam skripsi, *“Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan dengan reputasi kap sebagai variable moderatingstudi pada perusahaan perbankan yang terdaftar”*, hal.15-16.
- Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya. Q.S Al-Ahzab :70, (Bandung: CV.Penerbit Diponegoro), 341.
- Eka nopitasari(2017), dalam skripsi, *”Pengaruh lokasi,reputasi dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa iain surakarta menggunakan Bank Syariah”*, hal.36.
- Eka nopitasari(2017),dalam skripsi *“Pengaruh lokasi,produk,reputasi, dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa iain surakarta menggunakan Bank Syariah”*,hal.77.
- Fitri Yulianti (2022), dalam skripsi *“ Pengaruh reputasi dan produk bankterhadap keputusan menabung pada bank muamalat palopo”*, hal. 58.
- Fitri Yulianti (2020), dalam skripsi, *“pengaruh reputasi dan produk bank terhadap keputusan menabung pada bank muamalat palopo”*, hal.20-21.
- Fitri yulianti (2022) dalam skripsi, *“pengaruh reputasi dan produk bank terhadap keputusan menabung pada bank muamalat”*.hal.22-23.
- Fitri Yulianti (2022), dalam skripsi *“Pengaruh reputasi dan produk bank terhadap keputusan menabung pada bank muamalat”* hal.77.
- Huri safira (2021), dalam skripsi, *“Pengaruh keunggulan produk dan penerapan islam terhadap kepuasan nasabah bank syariah”* (studi kasus cabang ratulangi palopo), hal.43.
- Indah nursafitri (2022) dalam skripsi, *“Pengaruh tingkat literasi keuangan syariah dan kepercayaan masyarakat kecamatan lamasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah”*, hal.20.
- Ita Utoyyibah (2022), dalam skripsi, *“Pengaruh produk,kualitas pelayanan,promosi dan lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BRI Kantor Cabang Jember”*, hal.16.
- Imam Ghozali,*”Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBMSPSS19”*, (Semarang,Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2011),hal.139.
- Imam Ghozali,*“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19”*, (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 105.
- Imam Ghozali, *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”* , (Edisi III; semarang, Badan Penerbit Universitas Ponegoro,2005),hal.44.

- Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: PT. Syamil Cipta Medina, 2005), 516.
- Lilis Suganda(2018), dalam skripsi, "*Pengaruh Pengetahuan Nasabah,Religiusitas Nasabah Dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank SumSel Babel Syariah Di Palembang*", hal.26-27.
- Lilis Suganda(2018), dalam skripsi, "*Pengaruh Pengetahuan Nasabah,Religiusitas Nasabah Dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank SumSel Babel Syariah Di Palembang*", hal.29.
- M.baba Sammasi (2018), dalam skripsi, "*Pengaruh promosi, reputasi dan harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan mabrur pada bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang*", hal.40.
- Medina almunawwaroh, "*Analisis pengaruh pembiayaan musyarakah terhadap profitabilitas bank syariah di indonesia*", dalam jurnal akuntansi,Vol.12 No.2(2017), hal.178.
- Muh.Asdar (2020), dalam skripsi, "*Pengaruh Religiusitas, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba*", hal.40
- Niken Ayu (2020), dalam skripsi, "*Pengaruh Lokasi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Palopo*", hal.33.
- Nurul Pratiwi(2021), dalam skripsi, "*Pengaruh keunggulan produk tabungan mudharabah terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)*", hal.1.
- Ocktaviani faradila k (2021) , dalam skripsi "*Analisis pengaruh pengetahuan, persepsi masyarakat, religiusitas, produk, reputasi, kualitas pelayanan, dan lokasi bank terhadap minat nasabah dalam memilih menabung pada bank syariah*", hal.82-83.
- Octaviani Faradila.A.K(2021), dalam skripsi, "*Analisis Pengaruh Pengetahuan,Persepsi Masyarakat,Relifiusitas,Produk,Reputasi,Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Bank Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah*", hal.2-3.
- Rani Sherly Fajriani. *Pengaruh reputasi perusahaan dan komunikasi Word-Of-Mouth Terhadap pembuatan keputusan melamar kerja*, Jurnal, (Jakarta; universitas indonesia, Manajemen Komunikasi Kekhususan Manajemen Korporasi, 2012),h.27.



- Syahrum Dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2014). 113.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Cet.26 (Bandung; Alfabeta, 2017), hal.80.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. ke-26 (Bandung; Alfabeta,2017), hal.81.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*, Cet.ke-4 (Bandung;Alfabeta,2013), hal.126.
- Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Cet. ke-1 (Bandung, Alfabeta,2014), hal.225.
- Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*", (Bandung Alfabeta,2017), hal.121.
- Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*", (Bandung Alfabeta,2017), hal.121.
- Suliyanto, "*Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*", (Yogyakarta, Andi,2011), hal.70.
- Suliyanto, "*Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*", (Yogyakarta, Andi,2011), hal.81.
- Suliyanto, "*Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*", (Yogyakarta,Andi,2011), hal.97.
- Suliyanto, "*Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*", (Yogyakarta, Andi,2011), hal.81.
- Yuyun A., '*Struktur Organisasi BSI KCP Ratulangi Palopo*' (Ratulangi: Kantor BSI KCP Ratulangi Kota Palopo, 2022)



**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

*Lampiran 1 Angket/Kuisisioner*

**ANGKET / KUISISIONER**

**“PENGARUH REPUTASI BANK DAN PRODUK BANK TERHADAP  
KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK BSI”**

**A. Identitas Responden**

Isilah data kuisisioner dan berilah tanda (x) pada jawaban yang tersedia:

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin :
  - a. Perempuan
  - b. Laki-laki
3. Pekerjaan :

a. Pelajar/Mahasiswa	e. PNS
b. POLRI/TNI	f. Ibu Rumah Tangga
c. Pegawai Swasta	g. Lain-lain
d. Wiraswasta	
4. Usia Responden :
  - a. < 20 Tahun
  - b. 21-30 Tahun
  - c. 31- 40 Tahun
  - d. > 50 Tahun

## B. Petunjuk Angket / Kuisisioner

Isilah dengan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan memberikan tanda centang(✓) dari pernyataan dibawah ini:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Ragu- ragu (R)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Tidak ada pilihan jawaban atau tanda centang lebih dari satu dalam satu nomor:

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>Reputasi Bank (XI)</b>						
<b>Kredibilitas</b>						
1	Saya membuka tabungan di Bank Syariah Indonesia karena saya menghargai dan menghormati Bank Syariah Indonesia.					
2	Saya mempercayai kinerja Bank Syariah Indonesia benar-benar menerapkan prinsip bank syariah					
3	Bank Syariah Indonesia memiliki kualitas yang tinggi.					
<b>Dikenal Luas</b>						
4	Saya mengetahui tentang Bank Syariah Indonesia.					
5	Saya memilih Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena sesuai dengan ajaran Islam.					
6	Saya memilih Bank Syariah Indonesia karena terhindar dari bunga bank.					
<b>Kemudahan Diingat</b>						
7	Penyingkatan nama Bank Syariah Indonesia					

	(BSI) mempermudah saya mengingat bank tersebut.					
8	Saya memilih Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena pelayanannya yang sangat bagus.					
9	Saya memilih Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena tempat yang nyaman.					

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>Produk Bank (X2)</b>						
<b>Produk yang inovatif</b>						
10	Terdapat berbagai macam inovasi produk pada Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi.					
11	Bank Syariah Indonesia memberikan informasi terkait inovasi produk.					
12	Produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi memiliki perbedaan dengan perbankan lainnya.					
<b>Daya Tarik Bagi Hasil</b>						
13	Saya tertarik menggunakan akad bagi hasil karena dapat member keuntungan yang adil.					
14	Saya tertarik menggunakan akad bagi hasil karena adanya transparansi terdapat apa yang dilakukan serta keuntungan yang didapatkan.					
15	Saya memilih Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena keuntungan yang diberikan sesuai dengan kesepakatan diawal.					
<b>Keringanan Biaya Administrasi</b>						
16	Biaya Administrasi Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi yang berlaku sesuai dengan kemampuan nasabah.					
17	Biaya Administrasi Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi rendah.					
18	Biaya Administrasi Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi lebih rendah dibandingkan perbankan konvensional.					

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>Keputusan Menabung (X2)</b>						
<b>Pencarian Informasi</b>						
19	Saya mencari informasi mengenai Bank Syariah Indonesia.					
20	Sebelum menjadi nasabah saya membandingkan Bank Syariah Indonesia dengan Bank lainnya yang ada di kota Palopo.					
21	Saya sering mengikuti perkembangan Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi dari tahun ke tahun					
<b>Evaluasi Alternatif</b>						
22	Saya akan merekomendasikan Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi kepada teman-teman/keluarga untuk menabung					
23	Saya berkeinginan mencari jasa pelayanan berkualitas sama dengan Bank Syariah Indonesia.					
24	Saya memilih menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena pengaruh lingkungan sekolah/kuliah/pekerjaan.					
<b>Setelah Penggunaan Produk</b>						
25	Saya merasa puas menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi.					
26	Saya cenderung loyal kepada Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena produk yang ditawarkan menarik.					
27	Saya akan tetap memilih menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi karena sesuai dengan kebutuhan nasabah.					

*Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden*

**Tabulasi Jawaban Responden**

**1. REPUTASI BANK**

No	X1 (REPUTASI BANK)									TOTAL.X1
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	3	3	4	4	4	4	4	3	32
2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	32
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	30
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
5	4	3	4	3	4	3	3	4	3	31
6	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
8	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
9	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
10	3	4	3	4	3	4	3	4	3	31
11	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
12	3	3	3	3	3	2	3	2	3	25
13	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40
14	4	4	3	3	4	4	4	4	3	33
15	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
16	4	3	4	5	4	3	4	4	4	35
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	4	4	3	4	5	4	4	4	4	36
19	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
20	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
22	3	4	3	2	3	2	3	2	3	25
23	3	4	3	4	3	4	3	4	3	31
24	4	4	4	4	4	5	4	4	5	38
25	5	4	5	4	5	4	5	4	4	40
26	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
28	4	4	3	4	5	4	4	4	4	36
29	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
30	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35

2. PRODUK BANK

no	X2 (PRODUK BANK)									TOTAL.X2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
2	5	5	4	5	5	4	4	5	5	42
3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	39
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
6	4	5	5	5	4	5	5	5	4	42
7	4	4	5	4	5	5	5	4	4	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38
11	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
12	3	4	4	3	3	3	3	4	4	31
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
14	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43
15	5	5	4	5	5	4	4	5	5	42
16	4	4	4	4	4	5	5	4	5	39
17	4	4	5	4	5	5	5	4	4	40
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
20	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
21	5	5	4	4	5	5	5	4	4	41
22	4	4	3	3	4	3	4	3	3	31
23	3	4	3	4	4	3	4	3	4	32
24	4	4	5	4	5	4	5	5	5	41
25	5	5	4	5	5	4	4	5	5	42
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
27	4	4	5	4	5	5	5	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
30	4	4	4	5	4	5	5	5	4	40





*Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas*

**Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

**A. Uji Validitas**

1. Uji Validitas Variabel Reputasi (X1)

		<b>Correlations</b>									
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	total
P01	Pearson Correlation	1	.656**	.585**	.623**	.548**	.526**	.382**	.528**	.601**	.761**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P02	Pearson Correlation	.656**	1	.682**	.657**	.588**	.604**	.434**	.467**	.577**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P03	Pearson Correlation	.585**	.682**	1	.633**	.606**	.469**	.423**	.464**	.480**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P04	Pearson Correlation	.623**	.657**	.633**	1	.741**	.713**	.625**	.621**	.565**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P05	Pearson Correlation	.548**	.588**	.606**	.741**	1	.767**	.705**	.570**	.657**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P06	Pearson Correlation	.526**	.604**	.469**	.713**	.767**	1	.781**	.695**	.764**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P07	Pearson Correlation	.382**	.434**	.423**	.625**	.705**	.781**	1	.685**	.631**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P08	Pearson Correlation	.528**	.467**	.464**	.621**	.570**	.695**	.685**	1	.580**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P09	Pearson Correlation	.601**	.577**	.480**	.565**	.657**	.764**	.631**	.580**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
total	Pearson Correlation	.761**	.797**	.748**	.854**	.854**	.869**	.772**	.762**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

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

## 2. Uji validitas Variabel Produk (X2)

**Correlations**

		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	total
P01	Pearson Correlation	1	.691**	.554**	.505**	.371**	.504**	.433**	.458**	.447**	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P02	Pearson Correlation	.691**	1	.583**	.562**	.509**	.558**	.451**	.321**	.364**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P03	Pearson Correlation	.554**	.583**	1	.417**	.325**	.413**	.465**	.517**	.361**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P04	Pearson Correlation	.505**	.562**	.417**	1	.594**	.532**	.315**	.257*	.422**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.011	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P05	Pearson Correlation	.371**	.509**	.325**	.594**	1	.489**	.208*	.093	.319**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.039	.363	.001	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P06	Pearson Correlation	.504**	.558**	.413**	.532**	.489**	1	.507**	.357**	.306**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P07	Pearson Correlation	.433**	.451**	.465**	.315**	.208*	.507**	1	.644**	.547**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.039	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P08	Pearson Correlation	.458**	.321**	.517**	.257*	.093	.357**	.644**	1	.535**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.011	.363	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P09	Pearson Correlation	.447**	.364**	.361**	.422**	.319**	.306**	.547**	.535**	1	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.002	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
total	Pearson Correlation	.778**	.784**	.717**	.716**	.608**	.740**	.719**	.659**	.670**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

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

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

### 3. Uji Validitas Keputusan Menabung (Y)

#### Correlations

		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	total
P01	Pearson Correlation	1	.496**	.640**	.701**	.629**	.623**	.514**	.596**	.617**	.828**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P02	Pearson Correlation	.496**	1	.577**	.384**	.393**	.413**	.411**	.520**	.465**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P03	Pearson Correlation	.640**	.577**	1	.533**	.421**	.495**	.464**	.572**	.588**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P04	Pearson Correlation	.701**	.384**	.533**	1	.521**	.551**	.465**	.583**	.554**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P05	Pearson Correlation	.629**	.393**	.421**	.521**	1	.668**	.500**	.536**	.554**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P06	Pearson Correlation	.623**	.413**	.495**	.551**	.668**	1	.600**	.586**	.591**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P07	Pearson Correlation	.514**	.411**	.464**	.465**	.500**	.600**	1	.727**	.594**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P08	Pearson Correlation	.596**	.520**	.572**	.583**	.536**	.586**	.727**	1	.826**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P09	Pearson Correlation	.617**	.465**	.588**	.554**	.554**	.591**	.594**	.826**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
total	Pearson Correlation	.828**	.681**	.758**	.752**	.736**	.783**	.757**	.858**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

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

## B. Uji Reliabilitas

### 1. Uji Reliabilitas Variabel Reputasi Bank (X1)

**Table 1 uji reliabel reputasi bank (X1)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.930	9

### 2. Uji Reliabilitas Variabel Produk Bank (X2)

**Table 2 uji reliabel produk bank (X2)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.876	9

### 3. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Menabung (Y)

**Table 3 uji reliabel keputusan menabung (Y)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.916	9

Lampiran 4 Tabel Distribusi t

Tabel Distribusi t

df	Pr 0.50	0.25 0.20	0.10 0.10	0.05 0.050	0.025 0.02	0.01 0.010	0.005 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 5 Tabel Distribusi f

Tabel Distribusi f

df untuk penyebut (N-2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75

*Lampiran 6*

**Dokumentasi dilokasi Penelitian**



Membagikan kuesioner kepada nasabah BSI KCP Palopo ratulangi pada tanggal,  
31 Januari 2023.





Lampiran 7

Izin Meneliti

    
1 2 0 2 3 1 9 0 0 9 0 0 8 2

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

**ASLI**

**IZIN PENELITIAN**  
NOMOR : 82/IP/DPMPPTSP/2023

**DASAR HUKUM :**

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2020 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelagiasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

**MEMBERIKAN IZIN KEPADA**

Nama : HASRIANI  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl. Andi Niyiwi Kota Palopo  
Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa  
NIM : 1804020185

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

**PENGARUH REPUTASI BANK DAN PRODUK BANK TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK BSI**

Lokasi Penelitian : BANK SYARIAH INDONESIA KCP PALOPO RATULANGI  
Lamanya Penelitian : 31 Januari 2023 s.d. 31 Maret 2023

**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 : 01 Februari 2023  
a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP

  
ERICK K. SIGAT, S.Sos  
Pangreh. Penata Tk1  
NIP : 19830414 200701 1 005

**Tembusan**

1. Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Pendidikan dan Pengembangan Kota Palopo
6. Walikota Ratulangi Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

## RIWAYAT HIDUP



Hasriani, lahir di Palopo pada tanggal 05 Mei 1999. Penulis merupakan anak kesebelas (bungsu) dari sebelas bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Abdul Muin dan ibu Halia. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jalan Andi Nyiwi, Kelurahan Ponjalae, Kecamatan Wara Timur, Kabupaten Palopo. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2012 di MI DDI I Palopo, Kemudian menempuh pendidikan di MTSN Model Palopo hingga tahun 2015. Kemudian pada tahun 2015 penulis melanjutkan jenjang pendidikan di SMKN 1 Palopo. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat perguruan tinggi pada tahun 2018 dibidang Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo melalui jalur SPANPTKIN tahun 2018.

Contact Person Penulis: *hasriani0185\_mhs18@iaianpalopo.ac.id*