



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MAHASISWA MENABUNG DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi
Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Perbankan Syariah

Disusun Oleh:

Nama : SAMNIA

NPM : 2014570074

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
1441 H/2020 M**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SAMNIA
NPM : 2014570074
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas : Agama Islam
Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammdiyah Jakarta)-

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul di atas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata dikemudian hari terbukti skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan ketentuan undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Jakarta ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 24 Zulkaidah 1441 H
15 Juli 2020 M

Yang menyatakan

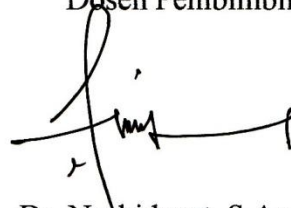


SAMNIA

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini yang berjudul **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta)** yang disusun oleh **Samnia, Nomor Pokok Mahasiswa: 2014570074** Program Studi Manajemen Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 15 Juli 2020
Dosen Pembimbing



Dr. Nurhidayat, S.Ag. MM





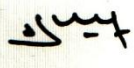
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi yang berjudul: Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta). Disusun oleh : Samnia, Nomor Pokok Mahasiswa : 2014570074. Telah diujikan pada hari/tanggal : Rabu, 29 Juli 2020. Telah diterima dan disahkan dalam sidang Skripsi (munaqasyah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM
Dekan,



Dr. Sopa, M.Ag

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Dr. Sopa, M.Ag</u> Ketua		24/8/20
<u>Drs. Tajudin, MA</u> Sekretaris		24/8/2020
<u>Dr. Nurhidayat, S. Ag. MM</u> Pembimbing		25/8/2020
<u>Hasanah, SE, MM</u> Anggota Penguji I		24/8/2020
<u>Dr. Sopa, M.Ag</u> Anggota Penguji II		24/8/20

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Program Studi Manajemen Perbankan Syariah

Skripsi 15 Juli 2020

SAMNIA

2014570074

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menabung di Bank Syariah. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mencari pengaruh antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*). Populasi target penelitian adalah seluruh mahasiswa program studi Perbankan Syariah Angkatan 2018 yang berjumlah 362 mahasiswa. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 50 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yaitu pengumpulan data berupa pertanyaan tertulis untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesa (uji t dan uji F), pengolahan datanya menggunakan SPSS versi 25.

Uji parsial (uji t) menunjukkan masing-masing variabel diperoleh hasil bahwa semua variabel yang diteliti memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah. Variabel-variabel tersebut yaitu variabel lokasi sebesar 0,233 atau 23,3%, kualitas pelayanan sebesar 0,117 atau 11,7%, pengetahuan sebesar 0,203 atau 20,3%, dan persepsi sebesar 0,125 atau 12,5%. Besarnya persentase tersebut menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya, yaitu pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, pengetahuan, dan persepsi terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah. Hasil uji simultan (uji F) pada semua variabel independen diperoleh F hitung sebesar 84,190 sedangkan F tabel sebesar 2,70 hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$. Sehingga pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, pengetahuan, dan persepsi dapat dikatakan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah. Dari hasil uji koefisien determinasi diperoleh persentase sebesar 72,5%, hal ini menunjukkan 72,5% faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menabung di Bank Syariah lokasi, kualitas pelayanan, pengetahuan, dan persepsi. sehingga sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian ini.

Kata Kunci : Menabung, Minat, Bank Syariah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Skripsi ini ditulis dalam upaya memenuhi salah satu tugas akhir dalam memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Tidak sedikit kendala yang dihadapi penulis di dalam proses penyelesaiannya, namun karena bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, sehingga kendala itu menjadi tidak terlalu berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut:

1. Prof. Dr. Syaiful Bahri, SH.,MH., Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Dr. Sopa, M. Ag, Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
3. Dina Febriani, SE, MM, Ketua Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
4. Dr. Nurhidayat, S.Ag, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan mengorbankan waktu, tenaga, pikiran dalam proses penyelesaian skripsi ini.

5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staf Karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, yang telah memberikan pelayanan akademik dan pelayanan administrasi terbaik.
6. Ayahanda saya tercinta Amirudin dan Ibunda tercinta (almh) Halimi yang telah mendoakan, mendidik, membesarkan, membiayai dan memotivasi penulis untuk terus melangkah dan melupakan lelah demi berjuang di jalan Allah SWT. Kepada keluarga besar Ma Ante dan Habu yang tanpa lelah selalu memberi dukungan moril maupun materil, memberikan kasih sayang, semangat dan do'a tiada henti.
7. Adik-adik Mahasiswa/i Fakultas Agama Islam UMJ angkatan 2018 sebagai subjek penelitian yang telah membantu penulis untuk mengumpulkan data penelitian ini. Semoga kuliah dan organisasi kalian lancar.
8. Sahabat hati yang selalu ada. Terima kasih atas semua semangat, waktu, canda dan tawanya. Semoga apa yang kita impikan bisa tercapai.
9. Keluarga besar HIPPMIB Bersatu Jakarta. Terima kasih atas pembelajaran dan pengalamannya.
10. Teman-teman Perbankan Syariah 2014. Terima kasih kesannya semasa kuliah, semoga dilancarkan segala urusannya.
11. semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang mendukung serta banyak membantu penulis mengumpulkan data dan informasi untuk penyusunan skripsi ini.

Penulis panjatkan do'a agar seluruh pihak yang telah membantu dalam menulis skripsi ini. Semoga atas bantuan dan amal baiknya mendapat imbalan dan

pahala dari Allah SWT. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis sendiri maupun penulis berikutnya, dan juga pembaca di masa yang akan datang.

Jakarta, 15 Juli 2020

SAMNIA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Landasan Teoritik.....	10
1. Pengertian Bank Syariah	10
2. Latar Belakang dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia	12
3. Fungsi Bank Syariah	14
4. Tujuan Bank Syariah.....	16
5. Prinsip Hukum Bank Syariah.....	17

6. Produk Perbankan Syariah	18
7. Minat Menabung	27
8. Faktor Lokasi.....	32
9. Faktor Kualitas Pelayanan.....	35
10. Faktor Pengetahuan	39
11. Faktor Presepsi	43
B. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	47
C. Kerangka Berpikir	49
D. Hipotesis.....	50

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian.....	51
B. Tempat dan Waktu Penelitian	51
1. Tempat Penelitian.....	51
2. Waktu Penelitian	51
C. Metode Penelitian.....	51
D. Variabel Penelitian	52
E. Populasi dan Sampel Penelitian	52
1. Populasi penelitian	52
2. Sampel.....	53
F. Teknik Pengumpulan Data	53
1. Angket/Kuesioner.....	53
2. Dokumentasi.....	54
G. Instrumen Penelitian.....	55

1. Uji validitas	55
2. Uji reliabilitas	55
H. Teknik Analisis Data	56
1. Uji Asumsi Klasik	56
2. Uji Hipotesis.....	57
3. Analisis Regresi Berganda	59
I. Hipotesis Statistik.....	60
J. Operasional Variabel Penelitian.....	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	64
1. Sejarah Singkat Tentang Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta	64
2. Tujuan Pendidikan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta	67
3. Program Studi dan Akreditasi	68
4. Fasilitas Sarana dan Prasarana	69
5. Program Pendidikan dan Pengajaran.....	70
6. Struktur Organisasi.....	71
7. Deskripsi Data Responden	74
a. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
b. Gambaran Responden Berdasarkan Program Studi.....	75
8. Uji Instrumen Penelitian.....	76
a. Uji Validitas	76

b. Uji Reabilitas.....	76
9. Uji Persyaratan Analisis	77
a. Uji Normalitas	77
b. Uji Linearitas.....	78
c. Uji Multikolinearitas	79
d. Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser).....	80
10. Pengujian Hipotesis.....	81
a. Uji T (Parsial).....	81
b. Uji F (Simultan)	82
c. Uji Determinasi (R).....	83
d. Hasil Uji Regresi Berganda.....	83
B. Pembahasan.....	85

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Jumlah mahasiswa FAI angkatan 2018.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Relevan.....	47
Tabel 3.1	Nilai skala likert	54
Tabel 3.2	Operasional Penelitian.....	62
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Program Studi.....	75
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	77
Tabel 4.4	Hasil Uji Linearitas	78
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinieritas	79
Tabel 4.6	Hasil Uji Heteroskedasitas	80
Tabel 4.7	Hasil Uji T (Parsial)	81
Tabel 4.8	Hasil Uji F	82
Tabel 4.9	Hasil Uji Determinasi.....	83
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Berganda.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Presepsti.....	47
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Surat Keterangan Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2: Lembar Konsultasi Penulisan Skripsi
- Lampiran 3: Surat Permohonan Riset/Penelitian
- Lampiran 4: Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 5: Instrumen Penelitian
- Lampiran 6: Uji Validitas dan Reabilitas
- Lampiran 7: Data Hasil Penelitian
- Lampiran 8: Hasil Pengujian Persyaratan Analisis
- Lampiran 9: Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 10: Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri keuangan syariah secara formal telah dimulai sebelum dikeluarkannya kerangka hukum formal sebagai landasan operasional perbankan syariah di Indonesia. Sebelum tahun 1992, telah didirikan beberapa badan usaha pembiayaan non-bank yang telah menerapkan konsep bagi hasil dalam kegiatan operasionalnya. Hal tersebut menunjukkan kebutuhan masyarakat akan hadirnya institusi-institusi keuangan yang dapat memberikan jasa keuangan yang sesuai dengan syariah.¹

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga keuangan yang dalam operasionalnya berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam. Penerapan prinsip Islam inilah yang membedakan lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan umum (konvensional). Misalnya dalam hal pembiayaan usaha, bank syariah hanya bersedia membiayai kegiatan-kegiatan atau usaha yang halal dan bermanfaat. Lembaga keuangan syariah terdiri dari bank dan non bank. Lembaga keuangan syariah yang berupa bank diantaranya adalah Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Lembaga keuangan syariah non bank, diantaranya adalah Baitul Mal Wa Tamwil (BMT), Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah, Reksadana Syariah, dan lain-lain.

¹ Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, Bandung:Ghalia Indonesia, 2009, h. 5

Bank syariah menurut UU No. 21 tahun 2008 adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maisir*, *riba*, *zalim* dan obyek yang haram. Selain itu UU Perbankan Syariah juga mengamanahkan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai kehendak pemberi wakaf (*wakif*).² Pada saat ini, keberadaan perbankan syariah dalam sistem keuangan adalah suatu hal yang menarik perhatian dari berbagai kalangan. Bank syariah memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan transaksinya.³

Perkembangan bank syariah di Indonesia dewasa ini dapat dinilai sangat pesat. Akan tetapi perkembangan tersebut belum sebanding dengan bank konvensional. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pangsa pasar perbankan syariah masih berada pada di level 5,95%. Porsi terbesar disumbang oleh BUS dengan nilai aset Rp322,95 triliun, yang bahkan tidak sampai setengah dari aset satu bank konvensional terbesar di tanah air. Pertumbuhan *market share* yang rendah ini, salah satunya karena masih

² Otoritas Jasa Keuangan, “*Tentang Syariah*”. Diakses dari <http://www.ojk.go.id> pada tanggal 18 Juni 2020.

³ Merza Gamal, “*Tantangan Bank Syariah ke Depan*”, Diakses dari <http://al-zakaa.blogspot.co.id/2012/10/tantangan-bank-syariah-ke-depan.html> pada tanggal 18 Juni 2020

kecilnya pertumbuhan nasabah bank syariah dibandingkan dengan nasabah bank konvensional. Dengan kata lain, masih banyak masyarakat muslim yang justru lebih memilih menggunakan produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank konvensional dibanding Bank Syariah.

Rendahnya pertumbuhan nasabah bank syariah berkaitan erat dengan minat masyarakat. Masyarakat dapat memiliki minat menabung atau tidak sama sekali di Bank Syariah dapat dipengaruhi oleh sikap masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. Sikap diperoleh melalui pengalaman dan proses belajar. Dengan adanya pengalaman dan proses belajar tersebut, maka seseorang bertindak berdasarkan perasaannya. Sebuah pengalaman dan proses seseorang sangatlah beragam dan dalam kaitannya dengan bank syariah, masyarakat pun mempunyai sikap yang berbeda-beda. Hal ini membuat perbankan perlu kerja keras dalam melakukan ekspansi pasar. Penawaran produk dan jasa yang inovatif akan mempermudah mobilitas nasabah; pemberian pelayanan yang baik, cepat dan tanggap; penggunaan teknologi yang canggih; hingga membuat image yang positif perusahaan di mata konsumen melalui hubungan yang baik tidak menjamin suatu lembaga keuangan bank langsung dilirik calon nasabah sebagai tempat menyimpan uang mereka.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Saraswati (2016) menunjukkan hasil bahwa pengetahuan masyarakat mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah (menabung) di Bank Syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung untuk

variabel pengetahuan diperoleh sebesar 12,100 sedangkan signifikansinya 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Dan dari hasil uji koefisien determinasi *model summary* diperoleh nilai R Square (R^2) adalah 0.599 atau 59,9%.⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Maslina Setyaningrum (2019) menunjukkan hasil bahwa variabel lokasi, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota menabung di Kopontren Al-Barkah Wonodadi Blitar. Selain itu, Dwi Ana dalam penelitiannya mendapatkan bahwa faktor persepsi masyarakat tentang Bank Syariah berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.⁵

Sementara itu hasil wawancara yang peneliti lakukan secara acak, dari 30 mahasiswa/i Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, hanya ada 10 orang yang menggunakan jasa bank syariah dengan alasan yang berbeda beda diantaranya sudah mengenal betul sistem yang ada di bank syariah, tidak adanya biaya perbulan, mudah dalam pembuatan rekening bank syariah, dan lain sebagainya, dan 20 orang masih menggunakan jasa bank konvensional dengan berbagai alasan diantaranya telah mengenal lebih dulu bank konvensional ketimbang bank syariah, berbagai fasilitas bank konvensional lebih memadai dibandingkan bank syariah.

⁴ Nurul Saraswati, “*Pengaruh Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Magelang)*”, (Skripsi: UIN Walisongo Semarang, 2016), h.ix

⁵ Dwi Ana Ratna Utami, “*Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*”, (Skripsi: UIN Suna Kalijaga Yogyakarta, 2017), hlm.x

Setiap bank syariah harus dapat memahami perilaku konsumen pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup bank syariah sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung perilaku konsumen. Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada agar dapat mengungguli persaingannya.⁶

Responden penelitian ini lebih difokuskan pada Fakultas Agama Islam Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jakarta yang masih menggunakan produk bank konvensional. Lingkungan Islami yang dibangun dalam kampus seharusnya mempengaruhi perilaku para mahasiswanya untuk berperilaku secara Islami dalam kesehariannya baik itu dalam berpakaian, tutur kata, mengkonsumsi barang atau jasa yang sesuai dengan ajaran Islam, dan lain sebagainya. Berikut adalah tabel jumlah mahasiswa Fakultas Agama Islam Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jakarta:

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa FAI Angkatan 2018

Program Studi	Jumlah
Pendidikan Agama Islam	176
Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah	18
Hukum Keluarga	20
Manajemen Perbankan Syariah	66
Zakat dan Wakaf	12
Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)	69
Total keseluruhan	362

Sumber: Bagian Akademik Fakultas Agama Islam UMJ

⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2001), h.19

Lingkungan Islami yang ada seharusnya menyebabkan perilaku mahasiswanya lebih condong untuk memilih bank syariah yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist bukan sebaliknya memilih bank konvensional. Fakta bahwa pemahaman mahasiswa tentang pelarangan riba dan transaksi-transaksi yang dilarang lainnya juga cukup baik karena telah dipelajari selama proses belajar dan menimba ilmu di perguruan tinggi Islam seolah tidak diterapkan dalam praktik di kehidupan nyata. Para mahasiswa yang diharapkan menjadi akademisi dan praktisi ekonomi Islam dan perbankan syariah justru lebih memilih menggunakan bank konvensional. Alasan lain yang menjadikan Penyusun untuk fokus pada mahasiswa adalah karena mahasiswa merupakan calon nasabah potensial bagi bank. Mahasiswa kedepannya setelah lulus dari perguruan tinggi akan mendapatkan pekerjaan yang memberikan gaji berupa uang, dan tentunya akan membutuhkan sebuah lembaga keuangan untuk menyimpan uang dan untuk keperluan transaksi lainnya yang dibutuhkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka penulis sangat tertarik untuk mengambil dan meneliti dengan judul “ **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta)**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka terdapat beberapa permasalahan yaitu:

1. Perkembangan bank syariah lebih rendah dibandingkan bank konvensional.
2. Minat menabung di bank syariah rendah.

C. Batasan Masalah

Dikarenakan adanya keterbatasan waktu dalam penulisan penelitian ini, agar tidak meluas dan fokus pada permasalahan yang akan dibahas dan tentunya mencapai hasil yang diharapkan, maka penulis perlu membuat batasan-batasan dalam penelitian ini. Fokus utama dalam penelitian ini yakni terkait :

1. penelitian ini dilakukan pada mahasiswa/i Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta angkatan 2018.
2. Indikator yang diukur pada penelitian ini mencakup kualitas pelayanan, lokasi, pengetahuan dan persepsi yang akan mempengaruhi minat mahasiswa/i Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa/i di bank syariah?
2. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa/i di bank syariah?
3. Apakah faktor pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa/i di bank syariah?

4. Apakah faktor persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa/i di bank syariah?
5. Apakah faktor lokasi, kualitas pelayanan, pengetahuan, dan persepsi secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa/i di bank Syariah?

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi akademisi:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa bacaan perpustakaan di lingkungan Universitas Muhammadiyah Jakarta, khususnya di Fakultas Agama Islam.

2. Manfaat praktisi:

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan masukan yang berarti bagi kemajuan lembaga-lembaga perbankan syariah dalam meningkatkan minat konsumen dalam menabung.

F. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORITIS, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

Bab ini membahas teori-teori yang terkait dengan bank syariah, perkembangan bank syariah di Indonesia, prinsip hukum bank syariah, produk bank syariah, minat menabung dan kerangka pemikiran.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, latar penelitian, metode dan prosedur penelitian, data dan sumber data, teknik dan prosedur pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian sekilas gambaran umum objek penelitian, analisis data dan pembahasan, dan implementasi hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini mencangkup kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta implikasi yang dapat penulis sampaikan dalam penulisan skripsi ini.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Landasan Teoritik

1. Pengertian Bank Syariah

Bank dapat didefinisikan sebagai suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sesuai dengan Undang-Undang Perbankan No. 10 tahun 1998, bank didefinisikan sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, dengan kegiatan pokoknya yang mempunyai 3 fungsi pokok, yaitu

- a. Menerima penyimpanan dana masyarakat dalam berbagai bentuk.
- b. Menyalurkan dana tersebut dalam bentuk kredit kepada masyarakat untuk mengembangkan usaha.
- c. Melaksanakan berbagai jasa dalam kegiatan perdagangan dan pembayaran dalam negeri maupun luar negeri, serta berbagai jasa lainnya di bidang keuangan, di antaranya inkaso transfer, traveler, check, credit, safe deposit box, jual beli surat berharga, dan lain sebagainya.⁷

Kata Syariah dalam versi bank syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk

⁷ Ikatan Banker Indonesia (IBI), *Mengelola Bank Komersial*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 3

penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam.⁸ Penggabungan kedua kata dimaksud menjadi Bank Syariah berarti suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam. Selain itu bank syariah bisa disebut *Islamic Banking* atau *Interest Free Banking*, yaitu suatu system perbankan yang dalam pelaksanaan operasionalnya tidak menggunakan system bunga (*riba*), spekulasi (*maysir*), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*).

Pengertian lebih singkatnya mengenai bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak bergantung pada bunga. Definisi lain menyebutkan bahwa bank syariah adalah lembaga perbankan yang selaras dengan system nilai dan etos islam.⁹ Dengan kata lain, bank syariah ialah lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan syariat islam (Alquran dan Hadist Nabi Muhammad SAW) dan menggunakan kaidah-kaidah fikih. Bahkan juga diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan pelayanan yang lain, atau peredaran uang yang pelaksanaannya disesuaikan dengan asas islam.

Dalam konteks hukum positif di Indonesia, pasal 1 angka 7 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan bank syariah adalah bank yang

⁸ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 1.

⁹ Zainuddin Ahmed, *Concept and Model of Islamic Banking: An Assesment*, (Islamabad: International Institute of Islamic Economic, 1984), hlm. 5.

menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Sedangkan yang dimaksud dengan perbankan syariah menurut pasal 1 angka 1 UU No. 21 tahun 2008 adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha.¹⁰

2. Latar Belakang dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia

Berkembangnya bank-bank syariah di Negara-negara islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi islam mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnaen A. Perwataatmadja, M. Dawam Rahardjo, A.M. Saefuddin. M. Amien Azis, dan lain-lain.¹¹ Beberapa uji coba pada skala yang relative terbatas telah terwujud. Di antaranya adalah *Baitut Tanwil-Salman*, Bandung, yang sempat tumbuh mengesankan. Di Jakarta juga dibentuk lembaga serupa dalam bentuk koperasi, yakni Koperasi Ridho Gusti.

Akan tetapi, prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan lokakarya Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil

¹⁰ Neneng Nurhasanah dan Panji Adam, *Hukum Perbankan Syariah Konsep dan Regulasi*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2017), hlm. 7.

¹¹ M. Amin Azis, *Mengembangkan Bank Islam di Indonesia*, (Jakarta: Bankit,1992).

lokakarya tersebut di bahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI yang berlangsung di hotel Syahid Jaya Jakarta, 22-25 Agustus 1990. Berdasarkan amanat munas IV MUI, dibentuk kelompok kerja yang disebut Tim Perbankan MUI, bertugas melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak terkait.

Bank Muamalat Indonesia lahir sebagai hasil kerja Tim Perbankan MUI tersebut diatas. Akte pendirian PT Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada tanggal 1 November 1991. Pada saat penandatanganan akte pendirian ini terkumpul komite pembelian saham sebanyak Rp 84 miliar.

Pada tanggal 3 November 1991, dalam acara silaturahmi Presiden di Istana Bogor, dapat dipenuhi dengan total komitmen modal disetor awal sebesar Rp 106.126.382.000,00. Dengan modal awal tersebut, pada tanggal 1 Mei 1992, Bank Muamalat Indonesia mulai beroperasi. Hingga September 1999, bank Muamalat Indonesia telah memiliki lebih 45 outlet yang tersebar di Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Balikpapan, dan Makassar.

Pada awal pendirian bank Muamalat Indonesia, keberadaan bank syariah ini belum mendapat perhatian yang optimal dalam tatanan industry perbankan nasional. Landasan hukum operasi bank yang menggunakan system syariah ini hanya di katagorikan sebagai “ bank dengan sitem bagi hasil”; tidak terdapat rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan. Hal ini sangat jelas tercermin dari UU No. 7

tahun 1992, di mana pembahasan perbankan dengan system bagi hasil diuraikan hanya sepintas lalu dan merupakan “sisipan” belaka.¹²

Perkembangan perbankan syariah ini tentunya juga harus didukung oleh sumber daya insani yang memadai, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Namun, realitas yang ada menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya insani yang selama ini terlibat di institusi syariah tidak memiliki pengalaman akademis maupun praktis dalam Islamic Banking. Tentunya kondisi ini cukup signifikan memengaruhi produktifitas dan profesionalisme perbankan syariah itu sendiri. Inilah yang memang harus mendapatkan perhatian dari kita semua, yakni mencetak sumber daya insani yang mampu mengamalkan ekonomi syariah di semua lini karena system yang baik tidak mungkin dapat berjalan bila tidak didukung oleh sumber daya insani yang baik pula.¹³

3. Fungsi Bank Syariah

Perbankan Indonesia, baik bank syariah maupun bank konvensional, memiliki kedudukan yang strategis, yakni sebagai penunjang kelancaran system pembayaran, pelaksanaan kebijakan moneter dan pencapaian stabilitas system keuangan, sehingga diperlukan perbankan yang sehat, transparan dan dapat dipertanggung jawabkan.

Secara spesifik fungsi perbankan di Indonesia adalah sebagai:

¹² Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani, 2015), hlm. 26.

¹³ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam Analisis Fikih dan Keuangan*, (Jakarta : Kharisma Putra Utama Offset, 2007), hlm. 27.

- a. Lembaga kepercayaan masyarakat dalam kaitanya sebagai lembaga penghimpun dan penyalur dana.
- b. Pelaksana kebijakan moneter
- c. Lembaga yang ikut berperan dalam membantu pertumbuhan ekonomi serta pemerataan pembangunan.¹⁴

Pada dasarnya fungsi bank syariah hampir sama dan tidak jauh berbeda dengan bank konvensional atau bank umum lainnya, seperti yang tertera dalam UU No 21 Tahun 2008 pasal 4 ayat 1 tentang perbankan syariah yang menyatakan bahwa: “ Bank Syariah dan UUS (Unit Usaha Syariah) wajib menjalankan fungsinya menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat”.

Walaupun bank syariah berkewajiban menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat, namun bank syariah dan UUS masih mempunyai fungsi lain, yaitu fungsi social (tabarru’).

Fungsi social keagamaan dari bank syariah dan UUS diatur dalam ketentuan pasal 4 ayat (2), ayat (3), dan ayat (4) UU No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah sebagai berikut.

- a. Bank syariah dan uus dapat menjalankan fungsi social dalam bentuk lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari *zakat*, *infak*, *sedekah*, *hibah*, atau dana social lainnya yang menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.

¹⁴ Asep Supyadillah, *Produk Pendanaan Bank Syariah*, (Jakarta:2014), hlm. 3.

- b. Bank syariah dan uus dapat menghimpun dana social yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*)
- c. Pelaksanaan fungsi social sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.¹⁵

4. Tujuan Bank Syariah

Secara khusus untuk bank syariah, asas dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Tujuannya adalah untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.¹⁶

Sementara itu, penjelasan pasal 3 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah menyatakan sebagai berikut:

“Dalam mencapai tujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional, perbankan syariah tetap berpegang pada prinsip syariah secara menyeluruh (*kaffah*) dan konsisten (*istiqomah*)”.

Dengan demikian jelas bahwa tujuan dari perbankan syariah adalah menjunjung pelaksanaan pembangunan (Nasional dan Daerah) yang diarahkan kepada terwujudnya peningkatan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat dalam kegiatan ekonomi.¹⁷

¹⁵ Neneng Nurhasanah dan Panji Adam, *Hukum Perbankan Syariah Konsep dan Regulasi*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2017), hlm. 12.

¹⁶ Asep Supyadillah, *Produk Pendanaan Bank Syariah*, (Jakarta:2014), hlm. 2.

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 11.

5. Prinsip Hukum Bank Syariah

Syariat islam merupakan ajaran yang mengatur hubungan antara sesama manusia maupun hubungan antara manusia dengan Tuhan. Dari berbagai pengertian tersebut maka syariat islam dibedakan menjadi ibadah, akhlaq, dan muamalah. Muamalah secara umum merupakan ketentuan syariat yang mengatur hubungan antara sesama manusia baik dalam bidang social, politik, hukum, ketatanegaraan, maupun ekonomi. Istilah muamalah dalam ekonomi meliputi kegiatan jual beli (*ba'i*), pelarangan bunga (*riba*), piutang (*qard*), gadai (*rabn*), pemindahan hutang (*hawalah*), kerjasama dalam perdagangan (*qiradh*), jaminan (*dhaman*), sewa menyewa (*ijarah*), dan lain-lain.

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang tata cara beroperasinya di dasarkan pada tata cara bermuamalah secara islami, yakni mengacu kepada ketentuan-ketentuan Alquran dan Hadist. Kehadiran bank syariah diharapkan dapat memberikan alternative bagi masyarakat dalam memanfaatkan jasa perbankan yang selama ini masih dominan system konvensional/system bunga.

Adapun prinsip-prinsip bank syariah adalah sebagai berikut:

- a. Prinsip titip/simpanan
- b. Prinsip bagi hasil/*Profit sharing*
- c. Prinsip jual beli/*sale and purchase*
- d. Prinsip sewa/*operational lease and financial lease*

e. Prinsip jasa/*fee based services*.¹⁸

6. Produk Perbankan Syariah

Pada dasarnya, produk yang di tawarkan oleh perbankan syariah dapat di bagi menjadi tiga bagian besar, yaitu:

a. Produk penyaluran dana (*financing*)

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

- 1) Pembiayaan dengan prinsip jual-beli
- 2) Pembiayaan dengan prinsip sewa
- 3) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil
- 4) Pembiayaan dengan akad pelengkap

Pembiayaan dengan prinsip jual beli ditunjukkan untuk memiliki barang, sedangkan yang menggunakan prinsip sewa ditunjukkan untuk mendapatkan jasa. Prinsip bagi hasil digunakan untuk usaha kerja sama yang ditunjukkan guna mendapatkan barang dan jasa sekaligus.

Pada kategori pertama dan kedua, tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Produk yang termaksud dalam kelompok ini adalah produk yang menggunakan prinsip jual-beli seperti Murabahah,

¹⁸ Euis Amalia, M. Taufik, Dwi Nuraini Ihsan, *Buku Modul Praktekum Bank Mini Konsep dan Mekanisme Bank Syariah*, (Ciputat: Fakultas Syariah dan Hukum, 2007), hlm. 7-9

Salam, dan Istishna serta produk yang menggunakan prinsip sewa yaitu Ijarah dan IMBT.

Sedangkan kategori ketiga, tingkat keuntungan bank ditentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi-hasil. Pada produk bagi-hasil keuntungan di tentukan oleh nisbah bagi-hasil yang disepakati dimuka. Produk perbankan yang termaksud ke dalam kelompok ini adalah Musyarokah dan Mudharabah. Sedangkan pembiayaan dengan akad pelengkap ditunjukkan untuk memperlancar pembiayaan dengan menggunakan tiga prinsip diatas. Kita akan membahas masing-masing produk ini dengan lebih rinci pada uraian berikut.

1) Prinsip jual beli (*ba'i*)

Prinsip jual-beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.

Transaksi jual-beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, yakni sebagai berikut:

a) Pembiayaan murabahah

Murabahah (*al-ba'i bi tsaman ajil*) lebih dikenal sebagai murabahah saja. Murabahah, yang berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual-beli di mana bank

menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok di tambah keuntungan (margin).

b) Pembiayaan salam

Salam adalah transaksi jual-beli di mana barang yang diperjualkan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual-beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti.

c) Pembiayaan istishna'

Produk istishna' menyerupai produk salam, tapi dalam istishna' pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran. Skim istishna' dalam bank syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.

2) Prinsip sewa (*Ijarah*)

Transaksi ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual-beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual-

beli objek transaksinya adalah barang, pada Ijarah objek transaksinya adalah jasa.

3) Prinsip bagi hasil (*Syirkah*)

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut:

a) Pembiayaan Musyarakah

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah musyarakah (syirkah atau syarikah). Transaksi musyarakah dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih di mana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud.

b) Pembiayaan Mudharabah

Secara spesifik terdapat bentuk musyarakah yang populer dalam produk perbankan syariah yaitu mudharabah. Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal (shahib al-mal) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (mudharib) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerja sama dalam panduan kontribusi 100% modal kas dari shahib al-mal dan keahlian dari mudharib.

4) Prinsip dengan Akad pelengkap

Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, biasanya diperlukan juga akad pelengkap. Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Meskipun tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, dalam akad pelengkap ini dibolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini. Besarnya pengganti biaya ini sekedar untuk menutupi biaya yang benar-benar timbul. Akad pelengkap ini adalah akad-akad *tabarru'*. Uraian berikut ini akan membahas akad-akad pelengkap ini.

a) *Hiwalah* (alih utang-piutang)

Tujuan fasilitas hiwalah adalah untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti-biaya atas jasa pemindah utang. Untuk mengantisipasi risiko kerugian yang akan timbul, bank perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak yang berutang dan kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dengan yang berutang.

b) *Rahn* (Gadai)

Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang di tahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian,

pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai.

Landasan syariah Rahn menurut alquran ada dalam surat Al-Baqarah: 283.

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُرَ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُرَ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فإِنَّهٗرَ ءَاثِمٌ قَلْبُهُرَ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿۲۸۳﴾

Artinya : “ jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, hendaklah ada barang tanggungan dipegang (oleh yang berpiutang)”

Ayat tersebut secara eksplisit menyebutkan “ barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang)”. Dalam dunia finansial biasa dikenal sebagai jaminan (*collateral*) atau objek pegadaian.¹⁹

Barang yang digadaikan wajib memenuhi kreteria sebagai berikut:

(1) Milik nasabah sendiri

¹⁹ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani, 2015), hlm. 128.

(2) Jelas ukuran, sifat, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar.

(3) Dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank.²⁰

c) *Qardh*

Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Dalam literature fikih klasik, *qardh* dikategorikan dalam akad *tathawwi* atau akad saling membantu dan bukan transaksi komersial.

Landasan syariaah transaksi *qardh* yang diperbolehkan oleh para ulama berdasarkan hadist riwayat Ibnu Majjah dan Ijma Ulama. Sungguhpun demikian, Allah SWT mengajarkan kepada kita agar meminjamkan sesuatu bagi “ Agama Allah”.

Landasan Alquran surat Al-Hadiid:11

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضْعِفَهُ لَهُ وَلَهُ

أَجْرٌ كَرِيمٌ ﴿١١﴾

Artinya : “siapakah yang mau meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, Allah akan melipat gandakan (balasan) pinjaman itu untuknya dan dia akan memperoleh pahala yang banyak”²¹

Aplikasi *qardh* dalam perbankan biasanya dalam empat hal, yaitu:

²⁰ *Ibid*, hlm106

²¹ *Ibid*, hlm. 132.

- (1) Sebagai pinjaman talangan haji
- (2) Sebagai pinjaman tunai
- (3) Sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil
- (4) Sebagai pinjaman kepada pengurus bank.²²

d) *Wakalah* (perwakilan)

Wakalah atau wikalah, berarti penyerahan, pendelegasian, atau pemberian mandat. Dalam bahasa Arab, hal ini dapat dipahami sebagai at-tafwidh. Contoh kalimat “aku serahkan urusanku kepada Allah” mewakili pengertian istilah tersebut.

Islam mensyariatkan wakalah karena manusia membutuhkannya. Tidak setiap manusia mempunyai kemampuan dan kesempatan untuk menyelesaikan segala urusannya sendiri. Pada suatu kesempatan, seseorang perlu mendelegasikan suatu pekerjaan kepada orang lain untuk mewakili dirinya.

Ayat yang menjadi rujukan al-wakalah adalah kisah tentang nabi Yusuf as saat ia berkata kepada raja,

قال اجعلني على خزائن الأرض إني حفيظٌ عليهم

Artinya : “Jadikanlah aku bendaharawan Negara (Mesir). Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga lagi berpengalaman”.

²² *Ibid*, hlm. 106.

Dalam konteks ayat ini, nabi Yusuf as siap untuk menjadi wakil dan pengemban amanah menjaga “Federal Reserve” negeri Mesir.²³

e) *Kafalah* (garasi bank)

Garasi bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mensyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai rahn. Bank dapat pula menerima dana tersebut dengan prinsip wadiah. Untuk jasa-jasa ini, bank mendapatkan pengganti biaya atas jasa yang diberikan.²⁴

b. Produk Penghimpunan Dana (*funding*)

Sama halnya dengan produk pada perbankan konvensional, produk perbankan syariah di bidang penghimpunan dana ini disebut sebagai simpanan, yaitu dana yang diperjanjikan penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, sertifikat deposito, tabungan dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.²⁵

b. Produk Jasa (*service*)

Selain menjalankan fungsinya sebagai intermediaries (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana (deficit unit) dengan pihak yang kelebihan dana (surplus unit), bank syariah dapat

²³ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani, 2015), hlm. 121.

²⁴ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam Analisis Fikih dan Keuangan*, (Jakarta : Kharisma Putra Utama Offset, 2007), hlm. 107.

²⁵ Neneng Nurhasanah dan Panji Adam, *Hukum Perbankan Syariah Konsep dan Regulasi*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2017), hlm. 47.

pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain berupa:

1) *Sharf* (Jual-Beli Valuta Asing)

Pada prinsipnya jual beli valute asing sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*). Bank mengambil keuntungan dari jual-beli valute asing ini.

2) *Ijarah* (Sewa)

Jenis kegiatan *ijarah* antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.²⁶

7. Minat Menabung

a. Pengertian Minat

Pengertian minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.²⁷

Menurut Hilgard, minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Dengan demikian,

²⁶ *Ibid*, hlm. 112.

²⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia

minat dapat dilihat dari aspek perhatian, kesenangan, kegemaran, dan kepuasan sebagai stimulasi bagi tindakan dan perbuatan seseorang.

Sedangkan menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang.²⁸ Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Terdapat tiga batasan minat yakni pertama, suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seseorang ke arah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Ketiga, sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu.

Minat juga dipengaruhi pada diri sendiri dan dari luar (lingkungan). Dan kenyataannya, faktor yang paling dominan berpengaruh bagi nasabah adalah faktor lingkungan. Dalam hal ini dipertegas dengan pendapat Bloom bahwa minat seseorang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Dalam pendapatnya, Bloom mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya pekerjaan, kepribadian, dan faktor lingkungan.²⁹ Faktor-faktor ini yang saling berinteraksi dan saling mempengaruhi dengan pengaruh yang tidak sama.

²⁸ Iskandarwasid & Dadang Sunendar, Strategi Pembelajaran Bahasa, (Bandung: Rosda, 2011), hlm. 113.

²⁹ Ibid, hlm. 113.

b. Karakteristik Minat

Ada beberapa macam karakteristik minat, antara lain:

- 1) Minat menimbulkan sikap positif terhadap suatu objek
- 2) Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari suatu objek
- 3) Mengandung suatu penghargaan menimbulkan keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya.

c. Cara Pembentukan Minat

Minat pada dasarnya dapat dibentuk hubungannya dengan objek. Yang paling berperan dalam pembentukan minat selanjutnya dapat berasal dari orang lain. Meskipun minat dapat timbul dari dalam diri sendiri. Adapun pembentukan minat dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh objek yang dimaksud. Informasi yang diberikan dapat berasal dari pengalaman, media cetak, media elektronik.
- 2) Memberikan ransangan, dengan cara memberikan hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu yang dikaitkan dengan objek.
- 3) Mendekatkan individu terhadap objek, dengan cara membawa individu kepada objek atau sebaliknya mengikutkan individu-individu pada kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh objek yang dimaksud.

4) Belajar dari pengalaman.

d. Menabung

“Hemat Pangkal Kaya”. Itu adalah salah satu pribahasa untuk orang yang hidup hemat. Menabung adalah kegiatan menyisihkan pendapatan/uang saku kita dengan jumlah tergantung kemauan kita dan sewaktu-waktu dapat diambil dalam keadaan mendesak.³⁰

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia bahwa pengertian tabungan adalah tempat menabung uang. Celengan atau uang yang disimpan di bank yang pengambilannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu. Menurut UU No 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU No 7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan *cek, bilyet, giro*, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah jika hendak mengambil simpanannya dapat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM.

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh agama islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak di inginkan.³¹

³⁰ Chris, “Menabung”, Diakses dari <https://labtikarolus.wordpress.com/kegiatan-kita/pramuka/menabung/> pada tanggal 22 Juni 2020.

³¹ Khatibul Umam, Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia, (Jakarta :PT Radja Grafindo Persada, 2016), hlm. 68.

Landasan syariah menabung menurut Alquran dan Alhadist adalah sebagai berikut:

1) Alquran : surat Al-Isra' ayat 29 yang berbunyi:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ

مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾

Artinya : *“Dan janganlah kamu jadikan tangan mu terbelenggu pada lehernmu (pelit) dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya (boros) karena itu kamu menjadi tercelah dan menyesal”*.

Maksud dari ayat diatas adalah pemahaman bahwa ayat ini secara tersurat menganjurkan untuk bersikap tidak pelit yang menyebabkan seseorang menjadi tercelah karena kepelitannya dan anjuran untuk tidak boros yang menyebabkan seseorang menjadi menyesal karena keborosannya tersebut. Fokus pada tidak boros mempunyai pengertian sederhana sebagai anjuran untuk menyisihkan sebagian harta untuk digunakan bagi keperluan di masa depan (menabung).

2) Hadist diriwayatkan oleh Imam Bukhori

“Simpanlah sebagian dari harta kamu untuk kebaikan masa depan kamu karena itu jauh lebih baik bagimu”.

Hadist ini menyatakan bahwa Nabi Muhammad SAW secara tegas menganjurkan umatnya untuk menabung.

Dari definisi di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa tabungan adalah dana yang dipercayakan kepada bank, yang

penarikannya sesuai dengan perjanjian sebelumnya. Dalam penabungan, dana tersebut akan dikelola secara professional oleh pihak bank sesuai dengan harapan dari nasabah.

8. Faktor Lokasi

Sebelum memulai usaha alangkah baiknya seorang entrepreneur melibatkan konsep marketing mix yang dikenal dengan 4P (product, price, place, promotion) didalam penerapan bisnisnya terlebih lagi jika seorang entrepreneur tersebut baru memulai sebuah star up. Fokus pembahasan kali ini adalah pada place yang terkait dengan pemilihan lokasi usaha dalam bisnis. Menurut Kotler (2009) place (lokasi) merupakan segala sesuatu yang menunjukkan berbagai kegiatan bisnis untuk membuat produk agar mudah diperoleh oleh pelanggan dan selalu tersedia bagi pelanggan. Apabila berada dalam kondisi bisnis yang memiliki persaingan ketat, faktor pemilihan lokasi menjadi komponen utama yang penting agar usaha yang dijalankan juga dapat bersaing secara efektif, maka perlu adanya lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.³²

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikan produk cabang bank dan pusat pengendalian bank. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi ,mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).³³ Jadi lokasi bank adalah tempat mengoperasikan produk-

³² Riesta Devi Kumalasari, “*Pemilihan Lokasi Usaha Sebagai Salah Satu Strategi Dalam Business Star Up*“, Diakses dari Binus.ac.id/malang/2017/09 pada tanggal 12 Januari 2020.

³³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana,2010), hlm. 145.

produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat islam.

Penentuan lokasi bank merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor bank harus dibangun di tempat yang strategis, yang dekat dengan nasabah, mudah pencapaiannya (aksesibilitas), dekat dengan penyediaan tenaga kerja, dan dekat dengan BI. Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah mendekati diri pada nasabah baik nasabah sumberdana maupun nasabah financing.³⁴

Pertimbangan lokasi bank, hal-hal yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

a. Dekat dengan pasar

Keputusan pembukaan kantor cabang atau kas di wilayah yang dekat dengan pasar dapat dilakukan apabila target pasar yang ingin diraih adalah para pedagang pasar tersebut.

b. Dekat dengan perumahan atau masyarakat

Apabila suatu perbankan memilih untuk dekat dengan perumahan adalah pada perbankan yang fokus pada sektor ritel. Hal ini sebagai upaya mendekati diri bank kepada masyarakat. Sehingga tidak perlu telalu kesulitan untuk mencari kantor cabang bank yang jauh apabila ingin bertransaksi.

³⁴ Santo Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu,2010), hlm. 127.

c. Dekat dengan kawasan industry dan pabrik

Hal ini bisa menjadi pertimbangan, apabila segmen yang akan dijadikan target pasar bank adalah pabrik atau kariawan pabrik. Misalnyabank akan menawarkan fasilitas pembiayaan ekspor bagi pabrik yang beroperasi di kawasan industry, maka dengan dekat dengan kawasan industry atau pabrik dapat menjadi pertimbangan dalam membuka kantor di kawasan tersebut.

d. Dekat dengan perkantoran

Pilihan ini dapat di ambil jika target pasar yang akan diraih adalah kantor serta kariawan kantor tersebut, sehingga dengan membuka kantor yang dekat dengan lokasi perkantoran atau bahkan digedung perkantoran tersebut menjadi salah satu pertimbangan utama.

e. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi

Jumlah pesaing yang telah membuka kantor perwakilan di suatu wilaya harus turut pula menjadi pertimbangan. Meskipun lokasi yang dipilih sangat strategis, tetapi jumlah pesaingnya banyak maka hal ini harus di pertimbangkan pula.³⁵

Menurut Tjiptono dan Chandra dalam bukunya untuk pemilihan tempat atau lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap factor-faktor sebagai berikut:

a. Akses, misalnya lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.

³⁵ M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV. Alfabet, 2010), hlm. 133.

- b. visibilitas, yaitu lokasi atau tempat dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c. Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama:
 - 1) Banyaknya orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang sering kali terjadi spontan, tanpa perencanaan, ada atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - 2) Kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa pula menjadi hambatan.
- d. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- e. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
- f. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang di tawarkan.
- g. Kompetisi, lokasi pesaing
- h. Peraturan pemerintah.

9. Faktor Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Sedangkan, pengertian pelayanan menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa yang di perlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Menurut Kotler (1994), pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat di tawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang

biasanya tidak kasat mata dan hasilnya tidak dapat di miliki oleh pihak lain tersebut. Hardipranata (1980) berpendapat bahwa, pelayanan adalah aktivitas tambahan diluar tugas pokok (job description) yang diberikan kepada konsumen-pelanggan, nasabah, dan sebagainya serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun penghormatan. Pelayanan yang diberikan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administrative yang diberikan orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau Negara.³⁶

Kualitas pelayanan atau customer sevice ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau baku, melaikan fleksibel dan dapat diubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survey atau observasi kepada pelanggan, termaksud didalamnya berupa masukan, pendapat maupun feedback tentang pelayanan yang telah diberikan.

Kualitas pelayanan ini dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Bagaimana tidak, jika

³⁶ <http://pengertianahli.id>, Pengertian Pelayanan: Apa Itu Pelayanan?, artikel ini diakses pada tanggal 30 Oktober 2018.

suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan feedback yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau repeat buyer. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat di berikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramatahman yang di tunjukan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.

Berikut ini terdapat beberapa definisi kualitas pelayanan menurut para ahli, adalah sebagai berikut:

a. Kualitas Pelayanan Menurut Fandy Tjiptono

Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau mala dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain sebagai berikut:

- 1) Ketepatan waktu pelayanan, termaksud didalamnya waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran.

- 2) Akurasi pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi.
- 3) Sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan
- 4) Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti computer untuk mencari ketersediaan produk.
- 5) Kenyamanan konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya.

b. Kualitas pelayanan menurut Ratminto dan Atik

Menurut Ratminto dan Atik, tolak ukur keberhasilan pelayanan di tentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Sedangkan tingkat kepuasan penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Dengan demikian maka kebutuhan penerima layanan harus sebisa mungkin dipenuhi agar diperoleh kepuasan.³⁷

³⁷ Ciputrauceo.net, “*Kualitas Pelayanan: Dimensi dan Cara Mengukurnya*”. Artikel ini diakses pada tanggal 30 Oktober 2018.

10. Faktor Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indra manusia, yakni indra penglihatan, penciuman, rasa, pendengaran, dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga (Soekidjo, Notoadmodjo, 2003).

b. Tingkat Pengetahuan

Benjamin Bloom (1956), seorang ahli pendidikan, membuat klasifikasi (taxonomy) pertanyaan-pertanyaan yang dapat dipakai untuk merangsang proses berpikir pada manusia. Menurut Bloom kecakapan berpikir pada manusia dapat dibagi dalam enam kategori yaitu:

- 1) Pengetahuan (knowledge), mencakup keterampilan mengingat kembali factor-faktor yang pernah dipelajari.
- 2) Pemahaman (comprehension), meliputi pemahaman terhadap informasi yang ada.
- 3) Penerapan (application), mencakup keterampilan menerapkan informasi atau pengetahuan yang telah dipelajari kedalam situasi yang baru.
- 4) Analisis (analysis), meliputi pemilihan informasi menjadi bagian-bagian atau meneliti dan mencoba memahami struktur informasi.

5) Sintesis (synthesis), mencakup pengambilan keputusan atau menyimpulkan berdasarkan kriteria-kriteria yang ada biasanya pertanyaan memakai kata: pertimbangkanlah, bagaimana kesimpulannya.³⁸

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang, diantaranya:

1) Pendidikan

Pendidikan adalah suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup. Pendidikan mempengaruhi proses belajar, makin tinggi pendidikan seseorang makin mudah orang tersebut untuk menerima informasi. Dengan pendidikan tinggi maka seseorang akan cenderung untuk mendapatkan informasi, baik dari orang lain maupun dari media massa.

2) Informasi (Media Massa)

Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun non formal dapat memberikan pengaruh jangka pendek (immediate impact) sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Majunya teknologi akan tersedia bermacam-macam media massa yang dapat mempengaruhi pengetahuan masyarakat tentang inovasi baru. Sebagai sarana

³⁸ www.sarjanaku.com. "Pengertian Pengetahuan Menurut Para Ahli, Definisi, WHO, Notoadmodjo". Artikel ini diakses pada tanggal 31 Oktober 2018.

komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah dan lain-lain mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan opini dan kepercayaan orang.

3) Sosial Budaya dan Ekonomi

Kebiasaan dan tradisi yang dilakukan orang-orang tanpa melalui penalaran apakah yang dilakukan baik apa buruk. Dengan demikian seseorang akan bertambah pengetahuannya walaupun tidak melakukan. Status ekonomi seseorang juga akan menentukan tersedianya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu, sehingga status sosial ekonomi ini akan mempengaruhi pengetahuan seseorang.

4) Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada disekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam diri individu yang berada dalam lingkungan tersebut. Hal ini terjadi karena adanya interaksi timbal balik ataupun tidak yang akan direspon sebagai pengetahuan oleh setiap individu.

5) Pengalaman

Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi di masa lalu. Pengalaman

belajar dalam bekerja yang dikembangkan memberikan pengetahuan dan keterampilan professional serta pengalaman bekerja akan dapat mengembangkan kemampuan mengambil keputusan yang merupakan manifestasi dari keterpaduan menalar secara ilmiah dan etik yang bertolak dari masalah nyata dalam bidang kerjanya.

6) usia

Usia mempengaruhi terhadap daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambah usia akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperolehnya semakin membaik. Pada usia madya, individu akan lebih berperan aktif dalam masyarakat dan kehidupan social serta lebih banyak melakukan persiapan demi suksesnya upaya menyesuaikan diri menuju usia tua, selain itu orang usia madya akan lebih banyak menggunakan waktu untuk membaca. Kemampuan intelektual, pemecahan masalah, dan kemampuan verbal dilaporkan hampir tidak ada penurunan pada usia ini. Dua sikap tradisional mengenai jalannya perkembangan selama hidup :

- a) Semakin tua semakin bijaksana, semakin banyak informasi yang dijumpai dan semakin banyak hal yang dikerjakan sehingga menambah pengetahuannya.
- b) Tidak dapat mengerjakan kepandaian baru kepada orang yang sudah tua karena mengalami kemunduran baik fisik maupun

mental. Dapat diperkirakan bahwa IQ akan menurun sejalan dengan bertambahnya usia, khususnya pada beberapa kemampuan yang lain seperti misalnya kosa kata dan pengetahuan umum. Beberapa teori berpendapat ternyata IQ seseorang akan menurun cukup cepat sejalan dengan bertambahnya usia.³⁹

11. Faktor Presepsi

a. Pengertian Presepsi

Istilah presepsi sering disebut juga dengan pandangan, gambaran, atau anggapan, sebab dalam presepsi terdapat tanggapan seseorang mengenai suatu hal atau objek. Presepsi mempunyai banyak pengertian diantaranya adalah:

- 1) Menurut Bimo Walgito pengertian presepsi adalah suatu proses yang didahului oleh penginderaan yaitu merupakan proses yang berwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga di sebut proses sensoris.
- 2) Menurut Slameto (2010:102), presepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui presepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat

³⁹ Duniabaca.com, “Definisi Pengetahuan Serta Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan”, Artikel diakses pada ini tanggal 31 Oktober 2018.

inderanya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, pencium dan perasa.

- 3) Menurut Robbins (2003:97) yang mendeskripsikan bahwa persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian di analisa (diorganisir), diinterpretasi dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna.
- 4) Menurut Purwodarmito (1990:759), persepsi adalah tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui penginderaan.
- 5) Dalam Kamus Besar Psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indera-indera yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya.

Presepsi mempunyai sifat subjektif, karena bergantung pada kemauan dan keadaan dari masing-masing individu, sehingga akan ditafsirkan berbeda oleh individu yang satu dengan yang lain. Dengan demikian persepsi merupakan proses perlakuan individu yaitu memberi tanggapan, arti, gambaran, atau penginterpretasian terhadap apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan oleh indranya dalam bentuk sikap, pendapat, dan tingkah laku atau disebut sebagai perilaku individu.⁴⁰

⁴⁰ Belajarpsikologi.com: *Pengertian Persepsi Menurut Ahli*, artikel ini diakses pada tanggal 30 Oktober 2018.

b. Faktor yang Mempengaruhi Presepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi presepsi pada dasarnya dibagi menjadi dua(2) yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1) Faktor internal yang mempengaruhi presepsi yaitu, faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain:

- a) Fisiologis, informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya.
- b) Perhatian, individu memerlukan sejumlah energy yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu objek.
- c) Minat, presepsi terhadap suatu objek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energy atau perceptual vigilance yang digerakan untuk mempresepsi. Perceptual vigilance merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.
- d) Kebutuhan yang searah. Factor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari objek-objek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
- e) Pengalaman dan ingatan. Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang

dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsangan dalam pengertian luas.

f) Suasana hati. Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu tertentu yang mana dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

2) Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan objek-objek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya dan menerimanya. Sementara itu factor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah :

- a) Ukuran dan penetapan dari stimulus.
- b) Warna dari objek-objek
- c) Keunikan dan kontrasan stimulus
- d) Intensitas dan kekuatan dari stimulus
- e) Motion atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap objek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan objek yang diam.⁴¹

⁴¹ www.duniapsikologi.com, "Presepsi: Pengertian, Definisi dan Faktor yang Mempengaruhi", artikel ini diakses pada tanggal 31 Oktober 2018.

c. Proses Presepsi



Gambar 2. 1
Proses Presepsi⁴²

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Kajian pustaka tentang penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penelitian ini dengan penelitian yang terdahulu. Dibawah ini peneliti akan memberikan kesimpulan hasil penelitian yang pernah dilakukan yang berkaitan dengan penelitian ini :

Tabel 2. 1
Penelitian Relevan

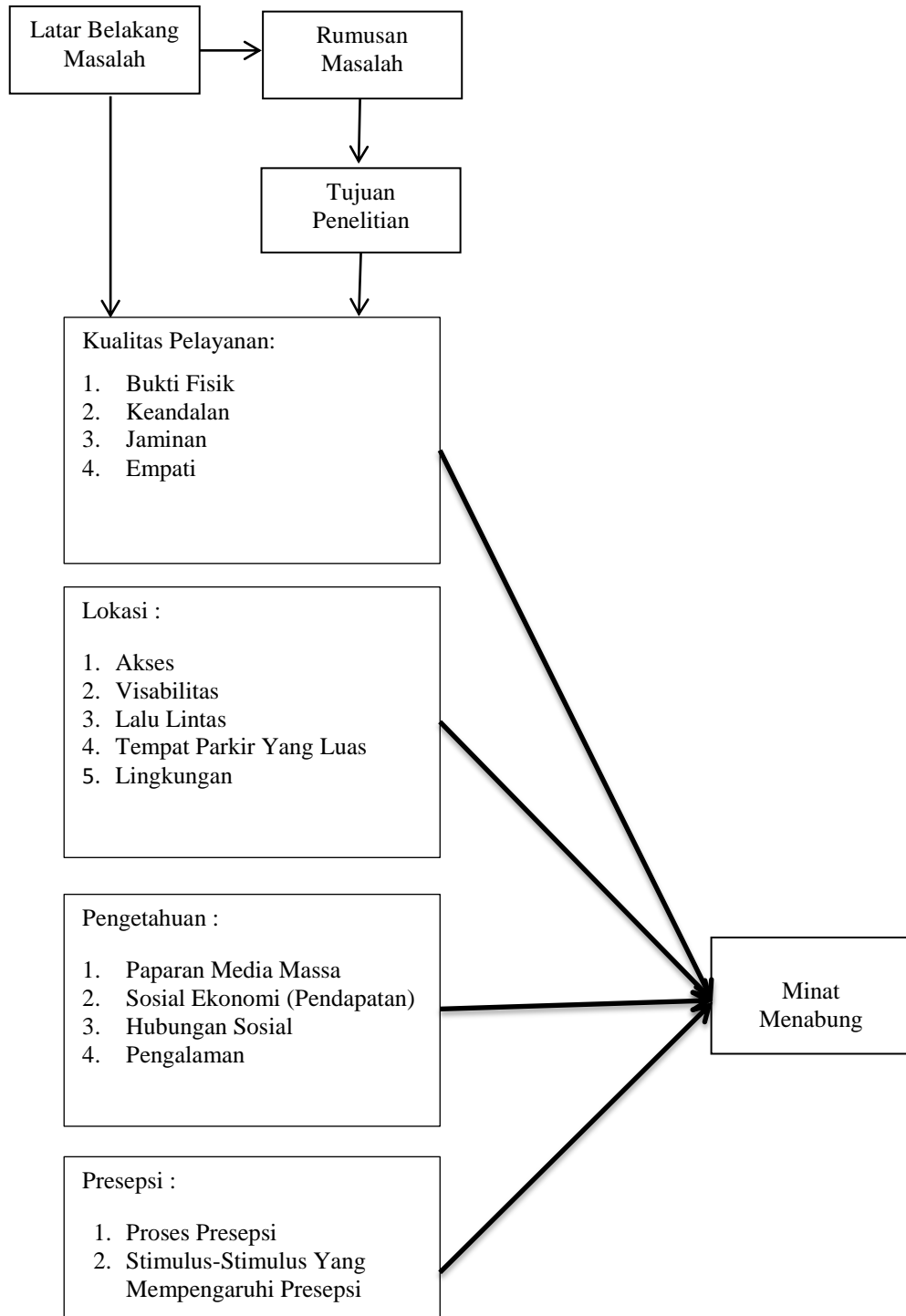
No	Judul Penelitian	Kesamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Pengaruh presepsi tetntang bank syariah terhadap minat menggunakan produk di BNI syariah Semarang. (Anita Rahmawati, 2014)	- Variable presepsi	- Jenis penelitian dengan survey - Objek penelitian di bank BNI Semarang - Sample yang digunakan sebanyak 200 sample	- Presepsi tentang bunga bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. - Presepsi tentang system bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

⁴²Vania Riyanti, "Presepsi: Pengertian, Definisi dan Faktor yang Mempengaruhi".
Dikases dari <http://vaniariyanti.blogspot.com/2012/05/persepsi-konsumen-pengertian-persepsi.html> pada 20 Juni 2020.

2	Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan merek terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan di BNI Syariah cabang depok. (Rifki Ikhsani, 2017)	Kualitas pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian di bank BNI Syariah depok - Objek yang diteliti 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan nasabah ($0,870 < 1,985$). - Dari hasil olahan data menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan memiliki nilai yang paling tinggi (14,599). Dengan begitu maka variable yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah adalah kualitas pelayanan.
3	Pengaruh citra merek (brand image) terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah mandiri depok. (Dernis Eka Saputra, 2018)	Minat menabung di Bank Syariah	<ul style="list-style-type: none"> - Pada tempat penlitian - Objek penelitian 	<ul style="list-style-type: none"> - Berdasarkan seluruh analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, citra merek atau brand image yang dimiliki bank syariah mandiri memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan menabung oleh nasabah bank syariah Depok.
4	Pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah. (Bagda Sumatri, 2014)	Variable kualitas pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian Bank Syariah Yogyakarta - Sample yang digunakan sebanyak 100 sample - Jenis pengambilan sanple menggunakan <i>random sampling kouta sampling</i> - Metode analisis jalur 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta. Hal ini dari hasil perhitungan nilai koefisien jalur standar sebesar 0,185 dan <i>critical ratio</i> sebesar 2,194 dengan probabilitas 0,028 ($p > 0,05$). - Terdapat pengaruh positif produk pembiayaan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta. Hal ini dari hasil perhitungan nilai koefisien jalur standar sebesar 0,531 dan <i>critical ratio</i> sebesar 6,284 dengan probabilitas 0,000 ($p < 0,05$).

C. Kerangka Berpikir

Adapun kerangka berpikir sebagai berikut :



Gambar 2. 2
Kerangka Berpikir

D. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh faktor lokasi, kualitas layanan, pengetahuan, dan persepsi terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor lokasi, kualitas pelayanan, pengetahuan, dan persepsi terhadap minat menabung mahasiswa-mahasiswi angkatan 2018 Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta di bank syariah.

F. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat di Universitas Muhammadiyah Jakarta Fakultas Agama Islam yang terletak di Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Tangerang Selatan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari 27 Januari sampai 15 Juni 2020.

G. Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan paradigma positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel

tertentu. Data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.⁴³

H. Variabel Penelitian

1. Variabel bebas adalah variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dengan suatu gejala yang akan diobservasi. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu : faktor lokasi, faktor kualitas pelayanan, faktor pengetahuan, faktor persepsi.
2. Variabel terikat adalah variabel yang memberikan reaksi/respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel terikat merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu : minat.

I. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁴ Jumlah populasi yang ada di fakultas agama islam universitas muhammadiyah Jakarta angkatan 2018 (terdiri dari jurusan Pendidikan Agama Islam, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Hukum

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta. 2012), Hlm. 7

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta,2012), h.39

Keluarga , Manajemen Perbankan Syariah, Zakat dan Wakaf dan Komunikasi Penyiaran Islam) berjumlah 362 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴⁵ Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁴⁶

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan cara *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁴⁷ Pertimbangan peneliti dalam pengambilan sampel yaitu mahasiswa Angkatan 2018 Fakultas Agama Islam UMJ, mahasiswa yang menggunakan bank syariah, mahasiswa yang sukarela menjadi sampel penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 50 mahasiswa.

J. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket/Kuesioner

Angket adalah alat untuk mengumpulkan data yang berupa daftar pernyataan yang disampaikan kepada responden untuk dijawab secara tertulis. Dalam hal ini peneliti akan memberikan kepada mahasiswa yang

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 81

⁴⁶ Ibid, hlm, 80.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 85

menjadi sampel penelitian sebanyak 50 responden. Angket yang digunakan didesain berdasarkan skala likert yang berisikan sejumlah pernyataan yang menyatakan objek yang hendak diungkap. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Fenomena sosial yang ditetapkan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Dan indikator dari variabel akan menjadi titik tolak instrument item-item yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan. Penelitian ini memberikan lima alternatif jawaban kepada responden.

Tabel 3. 1
Nilai Skala Likert

Keterangan	Bobot
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral/ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen dan cenderung menjadi data sekunder. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau dokumen-dokumen yang diperlukan dan yang dianggap perlu. Data yang diperoleh dalam teknik ini adalah sejarah Fakultas Agama Islam UMJ, struktur kepengurusan dan foto-foto dokumentasi yang menunjang penelitian ini.

K. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, salah satu faktor yang mempengaruhi validitas hasil penelitian adalah kualitas instrumen yang digunakan untuk mengambil data. Peneliti harus berusaha menyusun instrumen agar diperoleh instrumen yang ampuh. Keampuhan instrumen ditentukan oleh dua hal, yaitu tingkat validitas dan tingkat reliabilitasnya. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitasnya dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan data. Adapun alat analisis yang digunakan yaitu dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indicator tersebut dinyatakan valid.

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.⁴⁸

⁴⁸ Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 19, Edisi lima*, (Semarang: Unuversitas Diponegoro, 2011), hlm. 47.

Reliabilitas diukur dengan bantuan program SPSS 25 for windows yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic Cronbach Alpha (α). suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha $< 0,60$.⁴⁹

L. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk menguji kesalahan model regresi yang digunakan dalam penelitian.

a. Uji normalitas

Uji normalitas itu bertujuan untuk menguji apakah model dalam regresi, variabel dependen dan variabel independen semuanya memiliki kontribusi normal atau tidak. Jika distribusi data adalah normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk menjelaskan kemungkinan terdapatnya hubungan antara variabel independen dengan variabel independen yang lain. Data yang baik tidak boleh ada masalah multikolinearitas. Salah satu cara untuk mendeteksi multikolinearitas adalah dengan melihat VIF dan tolerance.

⁴⁹ Ghozali Imam, *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016), hlm. 48

- 1) Jika nilai VIF <10 dan tolerance $>0,1$ maka dapat dikatakan tidak ada masalah multikolinearitas.
- 2) Jika nilai VIF >10 dan tolerance $<0,1$ maka dapat dikatakan ada masalah multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Pada uji gletjer Tujuan uji ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada yang membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi Heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 maka tidak terjadi Heterokedastisitas.

2. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dilakukan uji t dan uji f.

a. Uji parsial (Uji-t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel independen.

Kriteriah uji yang digunakan adalah jika *t-test* lebih besar dari nilai *t-table* ($t\text{-test} > t\text{-table}$ misalnya pada tingkat signifikansi *Level Of Significancy*) 10%, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (*rejected*) artinya variabel independen secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai *t-test* lebih kecil dari nilai *t-table* ($t\text{-test} < t\text{-table}$) misalnya pada tingkat signifikansi 10%, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara parsial (individu) dari semua variabel independen terhadap dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan mengetahui apakah variabel independen di dalam model secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria ujian adalah jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ misalnya pada tingkat signifikansi 10%, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (*rejected*), artinya variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ misalnya pada tingkat signifikansi 10%, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 tidak ditolak (*not rejected*), artinya variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji Determinan (R^2)

Untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas (X_1, X_2, X_3 , dan X_4) terhadap variabel terikat (Y). Apabila (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X_1, X_2 dan X_3) adalah besar terhadap variabel-variabel terikat (Y). hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen dan variabel dependen. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan : Y = Minat menabung

b_0 = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi dari X_1

b_2 = Koefisien regresi dari X_2

b_3 = Koefisien regresi dari X_3

X_1 = Religiusitas

X_2 = Pendapatan

$X_3 =$ Informasi produk

$e =$ Kesalahan berdistribusi normal dengan rata-rata

0, tujuan perhitungan e diasumsikan nol.

M. Hipotesis Statistik

1. Pengaruh Lokasi (X_1) Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Y)

H_{01} : Faktor lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah

H_{a1} : Faktor lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah

2. Pengaruh Kualitas Layanan (X_2) Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Y)

H_{02} : Faktor kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah

H_{a2} : Faktor kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah

3. Pengaruh Pengetahuan (X_3) Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Y)

H_{03} : Faktor pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah

H_{a3} : Faktor pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah

4. Pengaruh Persepsi (X_4) Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Y)

H_{03} : Faktor persepsi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah

H_{a3} : Faktor persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah

5. Pengaruh Lokasi (X_1), Kualitas Layanan (X_2), Pengetahuan (X_3), dan Persepsi (X_4) Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Y)

H_{04} : Faktor lokasi, kualitas layanan, pengetahuan, dan persepsi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah

H_{a4} : Faktor lokasi, kualitas layanan, pengetahuan, dan persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah

N. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional variabel penelitian memberikan batasan dan penjelasan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Metode pengukuran sikap yang digunakan dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan.

Adapun penjelasan mengenai operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

		- Stimulus-stimulus yang mempengaruhi persepsi	- memperhatikan kebutuhan - lingkungan dan tempat tinggal - keluarga - gaya hidup	- likert - likert - likert - likert
5	Minat		- factor dari dalam - factor motif social - factor emosional	- likert - likert - likert

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

O. Deskripsi Data

3. Sejarah Singkat Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta semula terdiri dari penggabungan tiga fakultas, yaitu Tarbiyah, Ushuluddin dan Syariah. Fakultas Tarbiyah didirikan pada tahun 1962, memiliki satu jurusan, Pendidikan Agama Islam (PAI), beralamat di Jalan Kramat Raya Nomor 49 Jakarta Pusat. Fakultas ini memperoleh status **DIAKUI** untuk tingkat Sarjana Muda dari pemerintah Republik Indonesia melalui Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 55 tahun 1966. Selanjutnya pada tahun 1985 perkuliahan tingkat doktoral memperoleh status **TERDAFTAR** melalui Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 73 tahun 1985. Sejak tahun akademik 1985/1986, Fakultas Tarbiyah telah menjalankan program Strata Satu (S1) dan pada tahun 1991 memperoleh status **DISAMAKAN** berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI nomor 19 tahun 1991. Pada tahun 1992 perkuliahan diselenggarakan di kampus induk Universitas Muhammadiyah Jakarta di Cirendeup Ciputat.

Fakultas Ushuluddin didirikan pada tahun 1985, memiliki satu program studi, yaitu Dakwah. Perkuliahan dilaksanakan di Gedung

Perguruan Muhammadiyah Jalan Garuda Nomor 33 Kemayoran Jakarta Pusat. Pada tahun 1992 perkuliahan diselenggarakan di Kampus Induk Universitas Muhammadiyah Jakarta di Cirendeu Ciputat.

Fakultas Syariah didirikan tahun 1985, memiliki satu Program studi yaitu Peradilan Agama. Perkuliahan dilaksanakan di Gedung Perkuliahan Muhammadiyah Jalan Garuda Nomor 33 Kemayoran Jakarta Pusat. Selain itu, perkuliahan juga diselenggarakan di Jalan Kramat Raya Nomor 49 Jakarta Pusat. Pada tahun 1992 kegiatan perkuliahan diselenggarakan di Kampus Induk Universitas Muhammadiyah Jakarta di Cirendeu Ciputat.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 53 tahun 1994 tentang pendirian Fakultas, maka dipandang perlu melakukan penggabungan tiga fakultas. Hal ini dilakukan demi efisiensi dan efektifitas dan efektifitas kegiatan yang terkonsentrasi dalam satu fakultas. Penggabungan ketiga Fakultas tersebut tertuang dalam Surat Keputusan Dirjen Bimbaga Islam Departemen Agama RI Nomor E/198/96 tanggal 20 November 1996 tentang perubahan nama Program Strata Satu (S1). Fakultas Tarbiyah, Syariah dan Ushuluddin menjadi **Fakultas Agama Islam (FAI)** dan penetapan kembali status **DISAMAKAN** untuk Program Studi Pendidikan Agama Islam (Tarbiyah), **DIAKUI** untuk Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (Dakwah). **TERDAFTAR** untuk Program Studi Akhwal Syakhshiyah (Syariah).

Melalui SK Rektor Nomor 312 tahun 1995 tanggal 20 Oktober 1995, berdirilah Program Studi Magister Studi Islam dalam bidang Konsentrasi Pendidikan Islam, Pemikiran Islam, Hukum Islam, Ekonomi Islam, Peradaban Islam dan Masyarakat Islam. Kemudian, melalui surat Keputusan Dirjen Bimbaga Islam Departemen Agama RI Nomor E/71/97 tanggal 23 Mei 1997, Program Studi Akhwal Syakhshiyah (AS) mengubah status dari **TERDAFTAR** menjadi **DIAKUI** dan mendapat status **DISAMAKAN** melalui Surat Keputusan Dirjen Bimbaga Islam Departemen RI Nomor E/284/1998 tanggal 3 September 1998. Sementara Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) memperoleh status **DIAKUI** berdasarkan Surat Keputusan Dirjen Bimbaga Islam Departemen RI 431 tahun 1994 tanggal 25 Oktober 1994 dan status **DISAMAKAN** diperoleh berdasarkan Surat Keputusan Dirjen Bimbaga Islam Departemen RI Nomor E/284/1998 tanggal 3 September 1998.

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta saat ini memiliki tujuh Program Studi, yaitu Program Studi PAI, Program Studi Hukum Keluarga (*Akhwal Syakhshiyah*), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Program Studi Manajemen Perbankan Syariah, Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Program Studi Magister Studi Islam, semua program studi telah memperoleh status **TERAKREDITASI** dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT).

4. Tujuan Pendidikan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta

a. Visi

Menjadi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Tahun 2025 sebagai pusat studi yang bercitra Islami, ilmiah, modern dan berorientasi pada upaya pembangunan masyarakat madani.

b. Misi

- 1) Mengembangkan studi-studi Islam sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman.
- 2) Memantapkan landasan moral dan akhlakul karimah dalam kehidupan sehari-hari di kampus.
- 3) Memberikan kontribusi pemikiran bagi kemajuan dan masa depan Persyarikatan Muhammadiyah.
- 4) Mendorong terwujudnya masyarakat madani melalui program-program yang dikembangkan.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana muslim yang berakhlak mulia, cakap, mandiri, berguna bagi masyarakat dan Negara, beramal menuju terwujudnya masyarakat utama, adil dan makmur yang diberkahi Allah Subhanahu Wata'ala.

- 2) Memajukan dan mengembangkan ilmu-ilmu keislaman untuk membangun masyarakat madani dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

d. Sasaran

- 1) Mewujudkan Catur Dharma Perguruan tinggi Muhammadiyah yang unggul di bidang pendidikan, pengajaran, penelitian, pengabdian, kepada masyarakat dan Al-Islam Kemuhammadiyah.
- 2) Menjadi Fakultas Agama Islam yang professional di bidang studi-studi Islam yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman.
- 3) Mewujudkan Fakultas Agama Islam sebagai lembaga yang menjadikan landasan moral dan akhlakul karimah dalam kehidupan sehari-hari.

5. Program Studi dan Akreditasi

Program Studi di lingkungan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta telah memiliki akreditasi, yaitu sebagai :

- a. Pendidikan Agama Islam : Terakreditasi (B)

Berdasarkan SK BAN-PT Nomor : 846/BAN PT/Akred/S/VIII/2015

- b. Komunikasi dan Penyiaran Islam : Terakreditasi (B)

Berdasarkan SK BAN-PT Nomor : 1122/SK/BAN-PT/Akred/S/2015

- c. Akhwal Asy-Syakhsyiyah : Terakreditasi (B)

Berdasarkan SK BAN-PT Nomor : 846/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2015

d. Manajemen Perbankan Syariah : Terakreditasi (B)

Berdasarkan SK BAN-PT Nomor : 4795/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/
2017

e. Manajemen Zakat dan Wakaf : Terakreditasi (B)

Berdasarkan SK BAN-PT Nomor : 176/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2015

f. Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah : Terakreditasi (B)

Berdasarkan SK BAN PT Nomor : 1262/SK/BAN-
PT/Akred/S/XII/2015

g. Magister Studi Islam : Terakreditasi (A)

Berdasarkan SK BAN-PT Nomor : 4167/SK/BAN-PT/Akred/M/X/
2017

6. Fasilitas Sarana dan Prasarana

Fasilitas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta menempati Gedung Perintis I, Jalan KH. Ahmad Dahlan Cirendeu Ciputat, kota Tangerang Selatan dengan gedung 4 lantai, Fakultas Agama Islam adalah Fakultas terdepan sebelum Fakultas-fakultas lain di lingkungan Universitas Muhammadiyah Jakarta dan memiliki fasilitas sarana akademik perkuliahan yang lengkap. Sarana Akademik meliputi sarana belajar dan diskusi mahasiswa yang memiliki fungsi yang relevan dan peningkatan mutu atau kualitas mahasiswa dan civitas akademika yang lainnya. Sarana yang terdapat di FAI-UMJ diklasifikasikan dalam beberapa kelompok, yaitu :

a. Sarana Pembelajaran

Meliputi alat presentasi dan diskusi, alat peraga, peralatan laboratorium yang digunakan untuk Pratik.

b. Sumber Belajar

Sumber belajar meliputi buku teks bahan ajar, majalah, artikel, jurnal nasional maupun internasional, digital book, internet, cd room, dan e-journal. Guna memenuhi sasaran dalam melaksanakan Catur Dharma Perguruan Tinggi yang bermutu dan mampu bersaing di era Global, FAI-UMJ dituntut memiliki sarana lengkap dan menyesuaikan dengan perkembangan teknologi pada era ini, sehingga mahasiswa dan dosen terpicu untuk melaksanakan pembelajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat yang berkualitas, sebagaimana juga dilaksanakan perguruan tinggi lain.

Fakultas Agama Islam telah terhubung dengan jaringan internet baik lokal maupun regional, baik kabel maupun nirkabel (wireless/Access point). Seluruh mahasiswa dapat terhubung dengan koneksi internet. Komputer server disediakan untuk kebutuhan Hosting Website Fakultas, Sistem Informasi Akademik melalui SIKAD (Sistem Informasi Akademik).

7. Program Pendidikan dan Pengajaran

a. Kompetensi Lulusan

Kompetensi lulusan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta di harapkan :

- 1) Memiliki Akhlak Mulia, mampu membaca Al-Quran dengan baik dan benar, beribadah sesuai tuntunan Rasulullah.
- 2) Memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik dalam bahasa Indonesia, bahasa Arab, dan bahasa Inggris
- 3) Memiliki kemampuan dan pemahaman mengenai konsep dasar keislaman dan kemuhammadiyaan yang terintegrasi dalam pengetahuan keilmuan dan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.
- 4) Memiliki kemampuan menerapkan ilmu pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan bidang keahliannya dalam kegiatan-kegiatan produktif dan memberikan pelayanan kepada masyarakat yang dilandasi sikap dan perilaku yang sesuai dengan tata kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

b. Sasaran Mutu

- 1) Sasaran lulusan mampu membaca Al-Quran dan Al-Hadist
- 2) Semua lulusan memiliki nilai IPK minimal 3.00

8. Struktur Organisasi

Struktur organisasi FAI-UMJ terdiri atas beberapa unit kerja yang memiliki fungsi dan tujuan masing-masing sebagai berikut :

a. Senat Fakultas

Senat fakultas merupakan badan yang bersifat normative tertinggi di Fakultas yang memiliki anggota terdiri dari tenaga pengajar dengan jabatan Rektor hingga Guru Besar, ditambah dengan Dekan,

Wakil Dekan, Ka. Prodi dan beberapa dosen yang mewakili setiap Program Studi. Senat memiliki tugas untuk memberikan pengarahan, pengaturan, pengawasan, pengembangan, penilaian, dan pertimbangan kepada pimpinan Fakultas.

b. Fakultas

Merupakan unsur pelaksanaan sebagai tugas pokok Universitas dan dipimpin oleh Dekan yang bertanggung jawab kepada Rektor. Fakultas memiliki tugas dalam melaksanakan catur dharma perguruan tinggi di lingkungan Muhammadiyah yaitu sikap kerja islami, bertindak dan berfikir sesuai ajaran Muhammadiyah, pendidikan dan pengajaran, penelitian, pendidikan dan pengabdian kepada masyarakat dan melaksanakan pendampingan dalam pembinaan civitas akademika serta kegiatan administrative.

- 1) Wakil Dekan I (Bidang Akademik).
- 2) Wakil Dekan II (Keuangan, Administrasi Umum dan Pengembangan SDM).
- 3) Wakil Dekan III (Kemahasiswaan, Alumni, Al Islam Kemuhammadiyah).

c. Program Studi

Program studi merupakan unsur-unsur pelaksanaan Catur Dharma perguruan tinggi di bawah Fakultas yang dipimpin oleh seorang Ketua Program Studi yang bertanggungjawab langsung kepada Dekan. Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari Ketua Program Studi

dibantu oleh seorang sekretaris. Khusus untuk pelaksanaan praktikum dan sarana laboratorium dibantu oleh Kepala Laboratorium dan Laboran.

d. Unit Penunjang

Fakultas Agama Islam memiliki beberapa unit penunjang untuk memperkuat komitmen pelayanan bagi seluruh civitas akademik yaitu :

- 1) Unit Kendali Mutu (UKM) bertugas sebagai pendukung penjaminan mutu yang berada di lingkungan Program Studi.
- 2) Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P2M) memiliki untuk mengkoordinir kegiatan KKN mahasiswa, penelitian dosen, menangani pengabdian dosen kepada masyarakat, serta mrngkoordinir kegiatan diskusi dosen.

Kepala Bagian Tata Usaha melaksanakan tugas pelayanan administrasi yang dibantu oleh Kasubag Akademik, Kasubag Kemahasiswaan dan Alumni, Kasubag Keuangan, Kepala Perpustakaan dan Kasubag Umum. Nama-nama pejabat Struktural di Lingkungan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta periode 2016-2020.

1) Pimpinan Fakultas

Dekan : Dr. Sopa, M. Ag

Wakil Dekan I : Drs. Tajudin, M.A

Wakil Dekan II : Drs. Asep Supyadillah, M.Ag

Wakil Dekan III : Nurhadi, M.A

2) Program Studi

Pendidikan Agama Islam : Busahdiar, M.A

Hukum Keluarga (Akhwal Al-Syakhsiyyah):Drs. Fakhruzazii, M.A

Komunikasi Penyiaran Islam : Hadiyan, M.A

Manajemen Perbankan Syariah : Dina Febriani, SE, MM

Manajemen Zakat dan Wakaf : Dr. Nurhidayat, S.ag., M.M

Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah : Dr. Suharsiwi, M.Pd

Magister Studi Islam : Dr. Sopa, M.Ag

3) Lembaga /Unit/Bagian

Kepala unit penjamin mutu : Dr. Rusdy S. Arifin, M.Sc

Kepala pusat P2M : Cecep Maman Hermawan, M.Pd

Kepala bagian Tata Usaha : Wawan Gunawan, S.Sos., M.Pd

Kasubag Akademik : Hayattunnufus, S.Kom

Kasubag Keuangan : Devi Fitria, S.Pd.I

Kasubag Umum Dan Rumah Tangga : M. Yusup, S.Pd.I

4) Laboratorium

Kepala Laboratorium : Dina Febriani, S.E.,M.M⁵⁰

9. Deskripsi Data Responden

a. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang di dapat dari penyebaran kuesioner diperoleh data mengenai jenis kelamin responden sebagai berikut :

⁵⁰ Anonimus, *Pedoman Akademik FAI UMJ*.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	13	26.0	26.0	26.0
	Wanita	37	74.0	74.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel di atas diketahui bahwa jumlah responden pria sebanyak 13 orang dan jumlah responden wanita sebanyak 37 orang. Jadi total responden sebanyak 50 orang.

b. Gambaran Responden Berdasarkan Program Studi

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang di dapat dari penyebaran kuesioner diperoleh data mengenai program studi responden sebagai berikut :

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Program Studi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pendidikan Agama Islam	6	12.0	12.0	12.0
	Komunikasi dan Penyiaran Islam	5	10.0	10.0	22.0
	Manajemen Perbankan Syariah	25	50.0	50.0	72.0
	Manajemen Zakat dan Wakaf	6	12.0	12.0	84.0
	Pendidikan Guru Mandrasah Ibtidaiyah	8	16.0	16.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Dari tabel di atas diketahui bahwa jumlah responden pada program studi Pendidikan Agama Islam sebanyak 6 orang, Komunikasi dan Penyiaran Islam 5 orang, Manajemen Perbankan Syariah 25 orang,

Manajemen Zakat dan Wakaf 6 orang, serta Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah 8 orang. Jumlah responden keseluruhan sebanyak 50 orang.

10. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016:52). Suatu butir pernyataan dikatakan valid jika nilai dari tiap butir pernyataan atau r hitung tersebut positif dan lebih besar dari r tabel. Pada penelitian ini, peneliti mengacu pada instrumen penelitian Ratna Junita dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Menabung Di Bank Syariah” . Pada penelitian tersebut, 39 butir pernyataan yang diberikan kepada 203 responden memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r table sebesar 0,1378 yang berarti semua pernyataan valid.⁵¹

b. Uji Reabilitas

Uji Realibilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari reponden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil uji ini akan

⁵¹ Ratna Junita, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Menabung Di Bank Syariah”, (Skripsi: UIN Jakarta, 2018), h. 76-79

mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrumen penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur. Pada penelitian ini, peneliti mengacu pada instrumen penelitian Ratna Junita dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Menabung Di Bank Syariah” . Pada penelitian tersebut, seluruh instrumen dinyatakan reliable.⁵²

11. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk data apakah data terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki data normal atau mendekati normal. Ketentuan sebaran data terdistribusi secara normal jika nilai sig. > 0,05 (5%) maka H_0 diterima, data dinyatakan terdistribusi normal. Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.45191168
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.122

⁵² Ratna Junita, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Menabung Di Bank Syariah”, (Skripsi: UIN Jakarta, 2018), h.79

	Negative	-.071
Test Statistic		.122
Asymp. Sig. (2-tailed)		.061 ^c

Tabel di atas menunjukkan bahwa tingkat nilai sig. residual di atas 0,05 yaitu sebesar 0,061 sehingga data terdistribusi normal. Dengan demikian maka model regresi memenuhi asumsi normalitas karena model penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Hubungan variabel bebas dan variabel terikat dikatakan linier jika nilai *deviation from linearity sig.* lebih besari dari taraf signifikan yang ditetapkan (0,05). Hasil uji linieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4
Hasil Uji Linearitas

<i>Dependent variable</i>	<i>Indepent variable</i>	<i>Deviation from linearity sig.</i>
Minat	Lokasi	0,053
	Kualitas Pelayanan	0,808
	Pengetahuan	0,466
	Persepsi	0,714
Taraf signifikansi (α) = 0,05		

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *devition from linearity sig.* variabel bebas (lokasi, kualitas pelayanan, pengetahuan, dan persepsi) secara berturut-turut yaitu 0,053, 0,808, 0,466, dan 0,714. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai taraf signikansi yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti semua variabel bebas linear dengan variabel terikat (minat).

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dengan SPSS ditunjukkan lewat tabel *Coefficient*, yaitu pada kolom *tolerance* dan kolom VIF (*Variance Inflated Factors*). Variabel bebas dikatakan tidak terjadi korelasi jika nilai *tolerance* lebih dari 10% dan memiliki nilai VIF kurang dari 10.

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Lokasi	0,877	1,141
	Kualitas Pelayanan	0,943	1,061
	Pengetahuan	0,792	1,263
	Persepsi	0,901	1,109

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel diatas nilai *tolerance* semua variabel bebas (lokasi: 0,877, kualitas pelayanan : 0,943, pengetahuan : 0,792, Persepsi: 0,901) lebih besar dari nilai batas yang ditentukan yaitu sebesar 0,01. Selai itu, nilai VIF menunjukkan bahwa semua variabel bebas (lokasi: 1,141, kualitas pelayanan : 1,061, pengetahuan : 1,263, persepsi: 1,109) memiliki nilai yang kurang dari 10. Berdasarkan nilai *tolerance* dan VIF, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel dalam penelitian ini.

d. Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varian dari kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas, dimana uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau satu pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser merupakan suatu uji yang dilakukan dengan meregres nilai *absolut residual* terhadap variabel independen. Heteroskedastisitas akan terjadi apabila nilai signifikannya $< 5\%$.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Sig.
1	Lokasi	0,397
	Kualitas Pelayanan	0,530
	Pengetahuan	0,389
	Persepsi	0,252

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas terlihat bahwa nilai signifikan variabel independen yaitu lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), pengetahuan (X_3) dan persepsi (X_4) masing-masing sebesar 0,397, 0,530, 0,389, dan 0,252. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

12. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji T adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Apabila nilai sig. < 0,05 atau 5% maka variabel tersebut dinyatakan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.7
Hasil Uji t (Parsial)

Model		Sig.
1	Lokasi	0,001
	Kualitas Pelayanan	0,004
	Pengetahuan	0,030
	Persepsi	0,001
a. Dependent Variable: Minat		

Berdasarkan pada tabel uji t di atas, besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- 1) Lokasi (X_1) mempunyai nilai sig. 0,001 lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa faktor lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada bank syariah. Dengan demikian, dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak.
- 2) Kualitas pelayanan (X_2) mempunyai nilai sig. 0,004 lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa faktor kualitas pelayanan secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada bank syariah. Dengan demikian, dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak.

- 3) Pengetahuan (X_3) mempunyai nilai *sig.* 0,030 lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa faktor pengetahuan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada bank syariah. Dengan demikian, dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak.
- 4) Persepsi (X_4) mempunyai nilai *sig.* 0,001 lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa faktor persepsi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada bank syariah. Dengan demikian, dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam hal ini lokasi, kualitas layanan, pengetahuan, dan persepsi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat menabung (Y). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.8
Hasil Uji F

Model		Mean Square	Sig.
1	Regression	30.801	.000 ^b
	Residual	2.295	
a. Dependent Variable: Minat			
b. Predictors: (Constant), Persepsi, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, Lokasi			

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai sig. 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 sehingga H_a diterima dan menolak H_0 . Hasil ini memiliki arti bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada bank syariah

c. Uji Determinasi (R)

Uji koefisien determinasi (R) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependennya. Untuk mengetahui determinasi variabel yang diteliti dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 4.9
Hasil Uji Determinasi

R	R Square
0,763	0,582

Dari tabel koefisien determinasi diperoleh nilai R sebesar 0,582. Hasil ini menunjukkan bahwa 58,2% variabel minat menabung mahasiswa pada bank syariah dapat dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel independen (lokasi, kualitas pelayanan, pengetahuan, dan persepsi). Sedangkan 41,8% (100% - 58,2%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

d. Hasil Uji Regresi Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai alat analisis statistik karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel-variabel yang berpengaruh dari variabel

independen terhadap variabel dependen dimana variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari satu. Untuk menentukan persamaan regresi, maka dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10
Hasil Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1,534	3,128
	Lokasi	0,233	0,68
	Kualitas Pelayanan	0,117	0,039
	Pengetahuan	0,203	0,090
	Persepsi	0,125	0,036

Dari tabel di atas maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 1,534 + 0,233 X_1 + 0,117 X_2 + 0,203 X_3 + 0,125 X_4 + e$$

Dari model persamaan regresi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) Konstanta 1,534 mengandung arti apabila variabel lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), pengetahuan (X_3) dan persepsi (X_4) konstan atau tidak ada nilai nol (0), maka minat menabung mahasiswa pada bank syariah akan meningkat sebesar 1,534.
- 2) Koefisien regresi lokasi (X_1) sebesar 0,233 menunjukkan bahwa jika variabel lokasi meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka minat menabung mahasiswa pada bank syariah akan meningkat sebesar 0,233.

- 3) Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,117 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka minat menabung mahasiswa pada bank syariah akan meningkat sebesar 0,117.
- 4) Koefisien regresi pengetahuan (X_3) sebesar 0,203 menunjukkan bahwa jika variabel pengetahuan meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka minat menabung mahasiswa pada bank syariah akan meningkat sebesar 0,203.
- 5) Koefisien regresi persepsi (X_4) sebesar 0,125 menunjukkan bahwa jika variabel persepsi meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka minat menabung mahasiswa pada bank syariah akan meningkat sebesar 0,125.

P. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor lokasi, kualitas layanan, pengetahuan, dan persepsi terhadap minat menabung mahasiswa pada Bank Syariah.

1. Pengaruh Faktor Lokasi (X_1) terhadap minat menabung (Y)

Pada hasil uji regresi linear berganda terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara faktor lokasi dan minat menabung yang dibuktikan dengan hasil uji T parsial diperoleh tingkat signifikansi 0,001. Hasil ini mendukung penelitian Tandi Larasati (2017) yang menguji pengaruh lokasi, produk, dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa

IAIN Salatiga dalam menjadi nasabah bank syariah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara parsial faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada bank syariah.⁵³ Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoirul Jaswadi (2018) yang menguji pengaruh keyakinan, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat muslim menabung di BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.⁵⁴

Lokasi adalah tempat di mana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor lokasi sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen atau nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan sebuah bank. Apabila lokasi bank jauh, konsumen atau nasabah tidak akan menabung di bank tersebut karena biaya transportasi untuk mendatangi bank semakin mahal. Lokasi bank yang strategis akan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung. Menurut Nugroho dan Paramita, suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Sejalan dengan semakin banyaknya bisnis atau usaha yang menawarkan produk atau jasa

⁵³ Tandi Larasati Putri, "*Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN*

Salatiga Dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah", (Skripsi:IAIN Salatiga, 2017), h.ix

⁵⁴ Khoirul Jaswadi, "*Pengaruh Keyakinan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bprs Gala Mitra Abadi Grobogan*", (Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018), h. 54-55

yang sejenis, perbedaan yang sangat tipis sekalipun pada lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa pasar.⁵⁵

2. Pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap minat menabung (Y)

Pada hasil uji regresi linear berganda terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara faktor kualitas pelayanan dan minat menabung mahasiswa pada bank syariah yang dibuktikan dengan hasil uji t parsial diperoleh tingkat signifikansi 0,004. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rifki Ikhsani (2017) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan merek terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan di BNI syariah cabang Depok. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk memilih produk tabungan bank syariah.⁵⁶ Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Apri Suryo Nugroho (2018) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.⁵⁷

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan dan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kepuasan konsumen.

⁵⁵ Ari wibowo, “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di “D‘STUPID BAKER” Surabaya”, STIESIA Surabaya, volume 3 No. 12, 2014, h. 4.

⁵⁶ Rifki Ikhsani, “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Di BNI Syariah Cabang Depok”, (Skripsi: UIN Jakarta, 2017), h.ii

⁵⁷ Apri Suryo Nugroho, ” Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan Dan Minat Menabung Terhadap Kemantapan Keputusan Menabung Nasabah Di Bank Syariah”, (Skripsi: IAIN Salatiga, 2018), h.xi

Konsumen atau nasabah akan merasa puas atau senang dengan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Sehingga semakin baik dan bagus kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi jumlah nasabah yang berminat untuk menabung. Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak langsung pada citra sebuah usaha. *Service quality* atau kualitas pelayanan sangat bergantung pada hal berikut, yaitu sistemnya, teknologi, serta manusianya.⁵⁸

3. Pengaruh pengetahuan (X₃) terhadap minat menabung (Y)

Pada hasil uji regresi linear berganda terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara faktor lokasi dan minat menabung yang dibuktikan dengan hasil uji T parsial diperoleh tingkat signifikansi 0,030. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Miranti Wulandari (2018) yang menguji pengaruh pengetahuan dan religius nasabah tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk pada PT. Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pada produk PT. Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Syariah.⁵⁹ Hal ini juga sejalan dengan penelitian M. Ifan Murtadho (2013) yang menguji pengaruh pengetahuan tentang bank syari'ah terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Negara Indonesia Syari'ah Cabang

⁵⁸ Ratna Wulandari, "Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Keputusan Pembelian Di Pusat Perbelanjaan", *IQTISHADequity*, Vol. 2, No. 1, 2019, h.72

⁵⁹ Miranti Wulandari, "Pengaruh Pengetahuan dan Religius Nasabah Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Pada PT. Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang", (Skripsi: UIN Raden Fatah, 2018), h. iii

Semarang. Penelitian tersebut yang menyimpulkan bahwa faktor pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.⁶⁰

Dari hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. Menurut Philip Kotler pola perilaku yang dimiliki konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan mereka.⁶¹ Konsumen yang sudah memperoleh pengetahuan tentang perbankan akan mencari segala informasi tentang perbankan tersebut, kemudian memutuskan apakah perbankan tersebut sesuai dengan keinginannya atau tidak. Pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah sangat mempengaruhi sikap masyarakat terhadap produk yang ditawarkan, sehingga semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah maka akan memacu minat menjadi nasabah.

4. Pengaruh persepsi (X4) terhadap minat menabung (Y)

Pada hasil uji regresi linear berganda terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara faktor lokasi dan minat menabung mahasiswa pada bank syariah yang dibuktikan dengan hasil uji T parsial diperoleh tingkat signifikansi 0,001. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wiwin Khasanah (2015) yang menguji pengaruh persepsi

⁶⁰ M. Irfan Murtdho, “ *Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syari’ah Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Negara Indonesia Syari’ah Cabang Semarang*”, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang , 2013), h. iv

⁶¹ Maskur Rosyid dan Halimatu Sa'idiah, “*Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru*”, *Islaminomic*, Vol. 7 No. 2, 2016, h.41

mahasiswa UIN Sunan Kalijaga tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah mandiri. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri (BSM).⁶² Hal ini sejalan dengan penelitian Dwi (2017) yang menguji pengaruh persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi masyarakat tentang bank syariah sangat berpengaruh terhadap minat menabung.⁶³

Dari hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Persepsi yang baik terhadap bank syariah dapat mendorong mahasiswa maupun masyarakat pada umumnya untuk menabung di bank syariah. Dimensi yang berperan membentuk persepsi menurut Ricardo Baba dan Ricky Lang yaitu pengetahuan, kepercayaan, produk, dan layanan.⁶⁴

5. Pengaruh lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), pengetahuan (X_3), dan persepsi (X_4) terhadap minat menabung di bank syariah (Y)

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai sig. 0,000 lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan (0,05) sehingga secara simultan faktor lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), pengetahuan (X_3), dan

⁶² Wiwin Khasanah, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri", (Skripsi: UIN Sunan Kalijaga, 2015), h.ix

⁶³ Dwi Ana Ratna Utami, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah", (Skripsi: UIN Suna Kalijaga Yogyakarta, 2017), h.

x

⁶⁴ Ricardo Baba dan Ricky Lang, "Perception Of Non-Muslims", h.14

persepsi (X_4) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat menabung). Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 58,2% variabel minat menabung mahasiswa pada bank syariah dapat dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel independen (lokasi, kualitas pelayanan, pengetahuan, dan persepsi).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Q. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, pengetahuan, dan persepsi terhadap minat menabung mahasiswa/i fakultas agama islam UMJ, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank Syariah dengan nilai sig. lebih kecil dari taraf signifikansi yang di tetapkan ($0,001 < 0,05$).
2. Faktor kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank Syariah dengan nilai sig. lebih kecil dari taraf signifikansi yang di tetapkan ($0,004 < 0,05$).
3. Faktor pengetahuan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank Syariah dengan nilai sig. lebih kecil dari taraf signifikansi yang di tetapkan ($0,030 < 0,05$).
4. Faktor persepsi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank Syariah dengan nilai sig. lebih kecil dari taraf signifikansi yang di tetapkan ($0,001 < 0,05$).
5. Faktor lokasi, kualitas layanan, pengetahuan, dan persepsi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. dengan nilai sig. lebih kecil dari taraf signifikansi yang di tetapkan ($0,00 < 0,05$)

B. Saran

Penelitian di masa mendatang diharapkan dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih baik lagi dengan adanya beberapa masukan mengenai beberapa hal di antaranya:

1. Berdasarkan penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan, pengetahuan, lokasi, persepsi, dan fasilitas adalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menabung di bank syariah. Hal tersebut mengertikan bahwa pihak bank syariah disarankan untuk terus memperhatikan indikator-indikator tersebut dengan cara meningkatkan aspek-aspek tersebut untuk menarik minat mahasiswa menabung di bank syariah.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi mengenai minat mahasiswa menabung di bank syariah bagi peneliti dan peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti dengan topik sejenis.
3. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga di peroleh informasi yang lebih lengkap taentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menabung di bank syariah.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian ini sebagai acuan penelitian selanjutnya, seperti menambahkan teori terbaru, metode, dan alat uji berbeda dengan objek penelitian yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Zainuddin, *Concept and Model of Islamic Banking: An Assesment*, (Islamabad: International Institute of Islamic Economic, 1984).
- Ali, Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008).
- Amalia, Euis, *et al..Buku Modul Praktekum Bank Mini Konsep dan Mekanisme Bank Syariah*, (Ciputat: Fakultas Syariah dan Hukum,2017).
- Antonio, Muhammad Syafii, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2015).
- Azis, M. Amin, *Mengembangkan Bank Islam di Indonesia*, (Jakarta: Bankit, 1992).
- Chris.2018."Menabung". Diakses dari <https://labtikcarolus.wordpress.com/akegiatan-kita/pramuka/menabung/> pada tanggal 22 Juni 2020.
- Ikatan Banker Indonesia, *Mengelola Bank Komersial*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014).
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 19, Edisi lima*, (Semarang: Unuversitas Diponegoro, 2011).
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Multivarite dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016).
- Iskandarwasid, dan Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosda, 2011).
- Karim, Adiwarmen A, *Bank Islam Analisis Fikih dan Keuangan*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama Offset, 2007).
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2010).
- Kotler, Phillip dan Kevil, Lana Keler, *Manajemen Pemasaran 1. Edisi Ke-13*, Jakarta: Erlangga, 2009).
- Merza Gamal.2018."Tantangan Bank Syariah ke Depan". Diakses dari <http://alzakaa.blogspot.co.id/2012/10/tantangan-bank-syariah-ke-depan.html> pada 18 Juni 2020.

- Murtdho, M. Irfan. 2013 "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syari'ah Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Negara Indonesia Syari'ah Cabang Semarang". Semarang: Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Nugroho, Apri Suryo. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan Dan Minat Menabung Terhadap Kemantapan Keputusan Menabung Nasabah Di Bank Syariah" Salatiga: IAIN Salatiga.
- Nurhasanah, Neneng dan Panji Adam, *Hukum Perbankan Syariah Konsep dan Regulasi*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2017).
- Otoritas Jasa Keuangan. 2020. "Tentang Syariah". Diakses di <http://www.ojk.go.id> pada tanggal 18 Juni 2020.
- Pengertianahli. 2020. "Pengertian pelayanan: Apa itu pelayanan?". Diakses dari https://pengertianahli.id/pengertian-pelayanan-apa-itu-pelayanan_12/ pada tanggal 20 Januari 2020.
- Rianto, M. Nur, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV. Alfabet, 2010).
- Riyanti, Vania. 2012. "Presepsi: Pengertian, Definisi dan Faktor yang Mempengaruhi". Diakses dari <http://vaniariyanti.blogspot.com/2012/05/persepsi-konsumen-pengertian-persepsi.html> pada 20 Juni 2020.
- Rosyid, Maskur, Halimatu Saidiah. 2016. "Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru". *Islaminomic*. Vol. 7 No. 2.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012).
- _____, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Supyadillah, Asep, *Produk Pendanaan Bank Syariah*, (Jakarta: 2014)
- Sutedi, Adrian, *Perbankan Syariah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, (Bandung: Ghalia, 2009).
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2001).
- Umam, Khatibul, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta: PT Radja Grafindo Persada, 2016).

- Universitas Ciputra. 2020. "Kualitas Pelayanan: Dimensi dan Cara Mengukurnya". Diakses dari <http://ciputraceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya?rq=Kualitas%20Pelayanan%3A%20Dimensi%20dan%20Cara%20Mengukurnya> pada tanggal 20 Januari 2020
- Utami, Dwi Ana Ratna. 2017. "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah". Yogyakarta: UIN Suna Kalijaga Yogyakarta
- Wahjono, Santo Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010).
- Wibowo, Ari. 2014. "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di D'STUPID BAKER Surabaya". STIESIA Surabaya. volume 3 No. 12
- Wulandari, Miranti. 2018. "Pengaruh Pengetahuan dan Religius Nasabah Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Pada PT. Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang" Palembang: UIN Raden Fatah.
- Wulandari, Ratna. 2019. "Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Keputusan Pembelian Di Pusat Perbelanjaan". IQTISHADEquity. Vol. 2.No. 1.

INSTRUMEN PENELITIAN

Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum wr. Wb

Dalam rangka pengumpulan data, saya memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi angket yang telah saya sediakan. Mengingat kualitas penelitian ini sangat tergantung dari mengisian saudara/i, saya mohon agar saudara/i untuk mengisi dengan sejujurnya. Atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Data Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Pria
b. Wanita
3. Jurusan :
4. Angkatan :

Petunjuk pengisian kuesioner

Setiap butir pernyataan berikut ini terdiri atas 5 pilihan jawaban

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-Ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Pilihlah salah satu yang menurut anda anggap paling tepat dengan cara memberi tanda check list (√) atau tanda silang (×) pada setiap butir pernyataan.

Faktor Lokasi						
No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Bank syariah berada di lokasi yang mudah dijangkau					
2	Bank syariah berada di lokasi yang					

	dapat dilihat jelas dari tepi jalan					
3	Bank syariah berada di lokasi yang lalu lintas ramai					
4	Bank syariah memiliki tempat parkir yang luas dan nyaman					
5	Bank syariah berada di tempat yang lingkungannya aman					
Faktor Kualitas Pelayanan						
No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Bank syariah memiliki peralatan dan teknologi mutakhir dalam melayani nasabah					
2	Bank syariah memiliki fasilitas fisik yang menarik secara visual					
3	Petugas bank syariah berpenampilan rapi dan professional					
4	Petugas bank syariah memberikan sambutan yang baik pada saat nasabah datang					
5	Petugas bank syariah menginformasikan kepastian waktu pelayanan bagi nasabah					
6	Petugas bank syariah bersikap simpatik dalam menghadapi masalah atau complain nasabah					
7	Petugas bank syariah memproses dengan cepat atas transaksi yang nasabah lakukan					
8	Petugas bank syariah bersedia untuk membantu nasabah ketika terjadi kesalahan dan kekeliruan dengan segera					
9	Petugas bank syariah dengan cepat merespon permintaan nasabah					
10	Petugas bank syariah memperhatikan terhadap kepentingan nasabah (memberikan konsultasi nasabah)					
11	Petugas bank syariah tanggap terhadap kebutuhan nasabah yang diinginkan					
12	Petugas bank syariah menangani nasabah dengan penuh perhatian dan kesabaran					
13	Bank syariah menyediakan tempat layanan yang nyaman dan aman					

14	Petugas bank syariah mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah					
15	Petugas bank syariah memberikan rasa aman dalam memberikan layanan terhadap nasabah					
16	Petugas bank syariah senantiasa bersikap sopan dan ramah					
17	Petugas bank syariah memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan nasabah					
Faktor Pengetahuan						
No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya mengetahui produk simpanan bank syariah dari pendidikan yang saya tempuh					
2	Saya mengetahui produk simpanan bank syariah dari internet, media elektronik, dan media masa					
3	Saya menabung di bank syariah untuk memenuhi kebutuhan di masa depan karena pendapatan yang mencukupi					
4	Saya mengetahui produk simpanan bank syariah dari hubungan sosial dalam masyarakat					
5	Saya mengetahui produk simpanan bank syariah berdasarkan pengalaman teman/saudara/keluarga					
Faktor Persepsi						
No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Anda termasuk nasabah yang mendapatkan informasi lengkap dan berguna tentang produk bank syariah melalui iklan di televisi dan radio					
2	Anda termasuk nasabah yang mendapatkan informasi produk bank syariah melalui orang lain					
3	Anda termasuk nasabah yang mendapat informasi tentang produk bank syariah melalui majalah					
4	Anda termasuk nasabah yang menafsirkan informasi secara baik tentang bank syariah					
5	Anda menggunakan jasa bank syariah karena sesuai kebutuhan anda					

6	Mayoritas lingkungan tempat tinggal anda menggunakan jasa bank syariah					
7	Keluarga menjadi faktor utama anda dalam menggunakan jasa bank syariah					
8	Anda adalah nasabah yang senantiasa menggunakan jasa bank syariah karena sesuai dengan gaya hidup anda yang menyukai jasa perbankan dengan prinsip non riba					
9	Anda akan menggunakan produk lain jika jasa bank lain lebih baik atau lebih berkualitas dari jasa bank syariah yang anda gunakan					
Minat						
No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya menabung di bank syariah karena keinginan diri sendiri					
2	Saya menabung di bank syariah karena bebas riba					
3	Saya menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat					
4	Saya menabung di bank syariah karena ingin mendapat pahala dan berkah					
5	Saya menabung di bank syariah karena sesuai dengan ajaran islam					

Uji validitas dan Realibilitas Instrumen

A. Faktor Lokasi

		Correlations					
		L1	L2	L3	L4	L5	Total
L1	Pearson Correlation	1	.512**	.476**	.285**	.523**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	203	203	203	203	203	203
L2	Pearson Correlation	.512**	1	.542**	.352**	.459**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	203	203	203	203	203	203
L3	Pearson Correlation	.476**	.542**	1	.380**	.358**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	203	203	203	203	203	203
L4	Pearson Correlation	.285**	.352**	.380**	1	.308**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	203	203	203	203	203	203
L5	Pearson Correlation	.523**	.459**	.358**	.308**	1	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	203	203	203	203	203	203
Total	Pearson Correlation	.775**	.778**	.741**	.658**	.702**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	203	203	203	203	203	203

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	5

Total	Pearson Correlation	.635**	.523**	.678**	.704**	.729**	.831**	.773**	.848**	.793**	.797**	.761**	.814**	.704**	.796**	.804**	.762**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	17

C. Faktor Pengetahuan

Correlations

		P1	P2	P3	P4	Total
P1	Pearson Correlation	1	.413**	.240**	.252**	.643**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	203	203	203	203	203
P2	Pearson Correlation	.413**	1	.338**	.394**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	203	203	203	203	203
P3	Pearson Correlation	.240**	.338**	1	.474**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	203	203	203	203	203
P4	Pearson Correlation	.252**	.394**	.474**	1	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	203	203	203	203	203
Total	Pearson Correlation	.643**	.736**	.720**	.766**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	203	203	203	203	203

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.685	4

D. Faktor Persepsi

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
P1	Pearson Correlation	1	.456**	.585**	.352**	.294**	.292**	.311**	.119	.689**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.090	.000
	N	203	203	203	203	203	203	203	203	203
P2	Pearson Correlation	.456**	1	.335**	.208**	.356**	.227**	.221**	.262**	.590**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.000	.001	.002	.000	.000
	N	203	203	203	203	203	203	203	203	203
P3	Pearson Correlation	.585**	.335**	1	.361**	.280**	.497**	.358**	.272**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	203	203	203	203	203	203	203	203	203
P4	Pearson Correlation	.352**	.208**	.361**	1	.437**	.173*	.175*	.530**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000		.000	.014	.012	.000	.000
	N	203	203	203	203	203	203	203	203	203
P5	Pearson Correlation	.294**	.356**	.280**	.437**	1	.274**	.344**	.545**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	203	203	203	203	203	203	203	203	203
P6	Pearson Correlation	.292**	.227**	.497**	.173*	.274**	1	.413**	.262**	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.014	.000		.000	.000	.000
	N	203	203	203	203	203	203	203	203	203
P7	Pearson Correlation	.311**	.221**	.358**	.175*	.344**	.413**	1	.174*	.594**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.012	.000	.000		.013	.000
	N	203	203	203	203	203	203	203	203	203
P8	Pearson Correlation	.119	.262**	.272**	.530**	.545**	.262**	.174*	1	.603**
	Sig. (2-tailed)	.090	.000	.000	.000	.000	.000	.013		.000
	N	203	203	203	203	203	203	203	203	203
Total	Pearson Correlation	.689**	.590**	.747**	.608**	.663**	.619**	.594**	.603**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	203	203	203	203	203	203	203	203	203

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.791	8

E. Minat

		Correlations					
		M1	M2	M3	M4	M5	Total
M1	Pearson Correlation	1	.442**	.429**	.378**	.352**	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	203	203	203	203	203	203
M2	Pearson Correlation	.442**	1	.658**	.633**	.548**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	203	203	203	203	203	203
M3	Pearson Correlation	.429**	.658**	1	.898**	.853**	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	203	203	203	203	203	203
M4	Pearson Correlation	.378**	.633**	.898**	1	.777**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	203	203	203	203	203	203
M5	Pearson Correlation	.352**	.548**	.853**	.777**	1	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	203	203	203	203	203	203
Total	Pearson Correlation	.662**	.799**	.922**	.887**	.842**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	203	203	203	203	203	203

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

Reliability Statistics

Alpha	N of Items
.871	5

Data Hasil Penelitian

A. Faktor Lokasi

L1	L2	L3	L4	L5	Total
4	4	4	5	4	21
4	3	4	3	4	18
4	5	4	2	4	19
3	3	4	4	3	17
4	4	4	5	4	21
2	4	4	3	4	17
4	3	4	2	4	17
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	5	5	3	4	22
4	4	4	3	5	20
1	3	3	5	2	14
4	4	4	3	4	19
4	4	4	3	3	18
3	4	4	4	4	19
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	3	5	22
4	4	4	4	4	20
3	4	4	3	4	18
4	5	5	4	5	23
5	4	3	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	4	4	3	3	17
3	4	4	3	4	18

5	5	3	3	5	21
5	5	4	4	5	23
2	4	3	3	4	16
3	3	3	3	4	16
4	4	4	2	2	16
3	4	3	3	4	17
3	4	4	3	4	18
4	4	4	3	4	19
5	5	4	4	5	23
4	3	4	3	5	19
5	5	4	5	4	23
4	4	2	4	4	18
2	2	2	3	3	12
3	4	4	4	4	19

B. Faktor Kualitas Pelayanan

KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	KP11	KP12	KP13	KP14	KP15	KP16	KP17	Total
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	72
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	70
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	80
4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	78
4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	80
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	79
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	78
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	77
4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	78
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	78
4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	64
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	73
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	79
5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	74
5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	64

4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	73
5	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	75
5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	75
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67
4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	78
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	70
5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	70
4	2	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	77
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	83
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	62
3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	64
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	73
5	4	5	5	3	5	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	73
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	79
4	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	67
4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	75
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	74
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	74
5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	78
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70

C. Faktor Pengetahuan

PEN1	PEN2	PEN3	PEN4	Total
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	3	2	2	11
4	4	4	4	16
4	3	2	4	13
5	3	5	2	15
5	3	4	4	16

3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	3	3	5	16
5	4	5	5	19
4	5	4	4	17
3	3	4	2	12
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
4	4	3	4	15
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	3	3	3	14
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
4	4	3	3	14
4	3	4	2	13
4	4	2	2	12
4	4	4	4	16
3	3	4	2	12
2	3	4	5	14
5	3	3	3	14
4	4	4	4	16
4	2	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	2	14
4	2	2	2	10
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16

4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16

D. Faktor Persepsi

PER1	PER2	PER3	PER4	PER5	PER6	PER7	PER8	Total
4	4	5	5	4	4	3	4	33
5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	3	3	2	3	3	23
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	4	4	4	5	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	4	4	4	4	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	3	2	5	4	5	29
5	5	4	4	4	5	5	5	37
2	4	2	3	4	2	2	5	24
4	4	5	4	5	4	4	5	35
4	5	4	4	3	4	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	3	4	3	3	4	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	5	4	5	5	5	37
3	4	4	4	3	5	4	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	5	4	5	5	37
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	5	4	5	5	37
3	5	3	5	4	2	3	5	30
4	5	4	4	5	4	5	4	35
4	4	4	4	5	5	5	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	4	5	4	5	37
3	2	2	4	4	2	2	4	23
5	4	5	5	5	4	5	4	37
5	5	4	5	5	5	4	4	37

2	4	3	3	4	3	4	4	27
5	4	5	3	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	2	4	4	4	2	4	2	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	5	5	4	4	35
2	4	2	4	3	2	2	4	23
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	4	5	5	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	5	4	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	4	5	5	39

E. Minat

M1	M2	M3	M4	M5	Total
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23
3	4	4	4	3	18
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	23
4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	4	5	5	5	22
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
1	5	5	5	5	21
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21

4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	5	23
4	4	5	5	5	23
5	4	4	3	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	4	23
4	5	5	5	5	24
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23

Hasil Pengujian Persyaratan Analisis

A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			50
Normal Parameters ^{a,b}		Mean	.0000000
		Std. Deviation	1.34057698
Most Extreme Differences	Extreme	Absolute	.100
		Positive	.100
		Negative	-.095
Test Statistic			.100
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

B. Uji Linearitas

1. Minat dan Lokasi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
M * L	Between Groups	(Combined)	110.844	11	10.077	3.828	.001
		Linearity	56.552	1	56.552	21.482	.000
		Deviation from Linearity	54.293	10	5.429	2.062	.053
	Within Groups		100.036	38	2.633		
	Total		210.880	49			

2. Minat dan Kualitas Pelayanan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
M * KL	Between Groups	(Combined)	69.213	15	4.614	1.107	.386
		Linearity	31.578	1	31.578	7.579	.009
		Deviation from Linearity	37.636	14	2.688	.645	.808
	Within Groups		141.667	34	4.167		
	Total		210.880	49			

3. Minat dan Pengetahuan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
M * PEN	Between Groups	(Combined)	86.297	10	8.630	2.701	.013
		Linearity	57.902	1	57.902	18.126	.000
		Deviation from Linearity	28.395	9	3.155	.988	.466
	Within Groups	124.583	39	3.194			
Total			210.880	49			

4. Minat dan Persepsi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
M * P	Between Groups	(Combined)	88.729	17	5.219	1.367	.217
		Linearity	42.253	1	42.253	11.069	.002
		Deviation from Linearity	46.476	16	2.905	.761	.714
	Within Groups	122.151	32	3.817			
Total			210.880	49			

C. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Collinearity Statistics

Model		Tolerance	VIF
1	L	.877	1.141
	KL	.943	1.061
	PEN	.792	1.263
	P	.901	1.109

a. Dependent Variable: M

D. Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients				
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.510	1.936		.263	.793
	L	-.036	.042	-.132	-.855	.397
	KL	.015	.024	.094	.634	.530
	PEN	-.049	.056	-.141	-.869	.389
	P	.026	.022	.177	1.161	.252

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hasil Uji Hipotesis

A. Uji T (Parsial) dan Persamaan Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients				
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.534	3.128		.490	.626
	L	.233	.068	.351	3.416	.001
	KL	.117	.039	.300	3.027	.004
	PEN	.203	.090	.243	2.245	.030
	P	.125	.036	.350	3.454	.001

a. Dependent Variable: M

B. Uji F (Simultan)

Model		ANOVA ^a				Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	
1	Regression	122.820	4	30.705	15.691	.000 ^b
	Residual	88.060	45	1.957		
	Total	210.880	49			

a. Dependent Variable: M

b. Predictors: (Constant), P, KL, L, PEN

C. Uji Determinansi

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.582	.545	1.399

a. Predictors: (Constant), P, KL, L, PEN



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : **29** /F.6-UMJ/I/2020
Lamp : 1 (satu) bundel
Hal : Bimbingan Skripsi Mahasiswa

Jakarta, 24 Jumadil Awal 1441 H
20 Januari 2020 M

Yth.
Dr. Nurhidayat, s.Ag., M.M.
Dosen Pembimbing Skripsi
Fakultas Agama Islam UMJ
di
tempat

Assalamu'alaikum W.W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak untuk menjadi pembimbing penulisan skripsi bagi mahasiswa :

Nama : SAMNIA
Nomor Pokok : 2014570074
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (S1)
Judul : *Analisis Faktor – factor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah.*

Bersama ini dilampirkan proposal penulisan skripsi yang masih bersifat sementara dan perlu penyempurnaan. Kami mengharapkan agar proses bimbingan dapat diselesaikan paling lama 6 (enam) bulan.

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wabillahittaufiq Walhidayah
Wassalamu'alaikum W.W.



Dekan I,
Muhammad, M.A.

Lembutan
1. Yth Dekan (Sebagai Laporan)
2. Yth Ketua Program Studi MPS



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Kampus UMJ Jl. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telp. (021) 7441887. Fax. : (021) 74709269 Kode Pos 15419

LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SAMNIA
No. Pokok : 2014570074
Judul Skripsi : Analisis Faktor - faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah.
Pembimbing : Dr. Nurhidayat, s.Ag., M.M.
Tgl. Berakhir : 20 Januari s.d. 20 Juli 2020

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
1	1-2-2020	Bab III	Instrumen penelitian sesuai dan dengan teori di Bab 2	fa
2	8-2-2020	Bab III	Revisi bab III	fa
3	15-2-2020	Bab IV	Rinci lapangan penelitian instrumen penelitian	fa
4	14-3-2020	Bab IV	Tambahan data dan validasi	fa
5	21-3-2020	Bab IV	Laporan / penyusunan bab IV	fa
6	18-4-2020	Bab IV	sewaikan dengan rumus masalah	fa
7	26-5-2020	Bab I-V	lengkapi seluruh lampiran	fa
8	25-6-2020	Bab I-V	Daftar pustaka dan daftar pengesahan	fa
9	15-7-2020		acc dituliskan	fa



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : 30 / F.6.I-UMJ/I/2020
Hal : Permohonan Riset/Penelitian

Jakarta 2 Jumadits Tsani 1441 H
27 Januari 2020 M

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Jakarta
di
Tempat

Assalamu 'alaikum W. W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu agar mahasiswa kami:

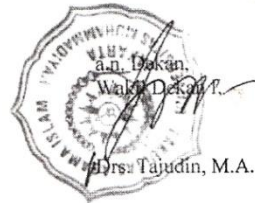
Nama : SAMNIA
Nomor Pokok : 2014570074
Tempat Tgl/Lahir : Nipa Mekar, 21 Juli 1993
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (SI)
No. HP : 082292822349

diperkenankan untuk melaksanakan riset/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin. Penelitian/riset tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

"Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta)"

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih.

*Wabillahittaufiq walhidayah
Wassalamu 'alaikum W. W.*



Tembusan:
1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

SURAT KETERANGAN

Nomor: ~~22~~/F.6-UMJ/VII/2020

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : SAMNIA
Nomor Pokok : 2014570074
Tempat Tgl/Lahir : Nepa Mekar, 21 Juli 1993
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (SI)
Tahun Akademik : 2019 / 2020

Adalah benar telah melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

“Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta)”

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 21 Dzul Qa'dah 1441 H
13 Juli 2020 M

Dekan,

Sopa, M.Ag

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap : SAMNIA
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Nepa Mekar, 21 Juli 1993
Kewarganegaraan : Indonesia.
Status : Mahasiswa
Tinggi/ Berat Badan : 153 cm/52 kg
Kesehatan : Sangat Baik
Agama : Islam
Alamat : Jl.Sedap Malam No.37 kel. Pisangan Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan. (Belakang Madrasa Pembangunan UIN Jakarta).
Email : niawahdania20@yahoo.com
Telepon/Hp : 082292822349

Riwayat Pendidikan

1. SDN 1 Wongko
2. MTsN Lakudo
3. Pondok Pesantren Al-Amanah Liabuku Bau Bau Sulawesi Tenggara

Riwayat Organisasi

2012- 2013 : OSMA (Koperasi Pelajar)
2014 : Anggota IMM
2014-2016 : HIPPMIB Bersatu Jakarta (Anggota)
2016-2018 : HIPPMIB Bersatu Jakarta (Ketua Keperempuanan)