



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BPRS MUSYARAKAH UMMAT
INDONESIA TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Manajemen Perbankan Syariah

Disusun Oleh :

Nama : Muhammad Rizki Hariyadi

NPM : 2016570015

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

1441 H/2020 M

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan BPRS Masyarakat Ummat Indonesia Terhadap Minat Menabung Nasabah”**, yang disusun oleh **Muhammad Rizki Hariyadi** , Nomor Pokok Mahasiswa : **2016570015**, Program Studi Manajemen Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan pada sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 11 Jumadil awal 1441 H

06 Februari 2020 M

Pembimbing



Dina Febriani, S.E., M.M

LEMBAR PERNYATAAN (ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Rizki Hariyadi
NPM : 2016570015
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas : Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan BPRS Musyarakah Ummat
Indonesia terhadap Minat Menabung Nasabah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul diatas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata di kemudian hari terbukti skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia menanggungjawabkan 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, 11 Rajab 1441 H

6 Maret 2020 M

Yang Menyatakan:



Muhammad Rizki Hariyadi

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI




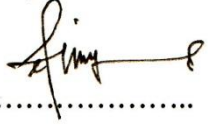

Skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan BPRS Musyarakah Ummat Indonesia terhadap Minat Menabung Nasabah”** yang disusun oleh: **Muhammad Rizki Hariyadi**, Nomor Pokok Mahasiswa: **2016570015**. Telah diajukan pada Hari/tanggal: Sabtu, 01 Februari 2020. Telah diterima dan disahkan dalam 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,



Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H.

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H.</u> Ketua		13 / 7 2020
<u>Drs. Tajudin, M.A.</u> Sekretaris		3 / 7 2020
<u>Dina Febriani, SE., M.M</u> Dosen Pembimbing		13 / 7 2020
<u>Dr. Nur Hidayat, S.Ag., M.M.</u> Penguji I		3 / 7 2020
<u>Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H.</u> Penguji II		13 / 7 2020

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Program Studi Manajemen Perbankan Syariah

Skripsi, 6 Maret 2020

Muhammad Rizki Hariyadi

2016570015

Kualitas Pelayanan BPRS Musyarakah Ummat Indonesia terhadap Minat Menabung Nasabah

xii + 76 Halaman + 10 Tabel + 6 Gambar + 8 Lampiran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Musyarakah Ummat Indonesia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif dengan analisis regresi linier sederhana. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik random sampling dengan populasi adalah semua nasabah yang merasakan pelayanan di BPRS Musyarakah Ummat Indonesia. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada 60 responden nasabah BPRS Musyarakah Ummat Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah dengan nilai t hitung sebesar $11,406 > t$ table $2,301$ dengan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$.

Berdasarkan hasil pembahasan atas pengujian koefisien determinasi bahwasanya kualitas pelayanan terhadap minat menabung memiliki korelasi $69,2\%$ dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan minat menabung nasabah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BPRS MUSTINDO TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH”** ini sesuai dengan waktu yang ditentukan. Sholawat serta salam senantiasa terlimpah kepada Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarganya dan para sahabatnya. Semoga beliau dapat menjadi suri tauladan bagi kita semua dan syafaatnya dapat tercurah kepada semua umatnya.

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. Kemudian, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung dengan baik langsung maupun tidak langsung dalam penulisan proposal ini. Dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Syaiful Bakhri, S.H., M.H., Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H., Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
3. Drs. Tajudin, M.A., Wakil Dekan I, Asep Supyadillah, M.Ag., Wakil Dekan II, Nurhadi, M.A., selaku Wakil Dekan III.

4. Dr. Nurhidayat, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Jakarta.
5. Dina Febriani, S.E., M.M., Dosen Pembimbing Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
6. Kedua orang tua, Ayahanda Sujadi dan Ibunda Hasningsih yang sudah banyak memberikan do'a, kasih sayang, cinta, kesabaran, nasihat, dukungan, semangat dan motivasi baik moril maupun materil yang selalu saya terima.
7. kakak saya, yang senantiasa memberikan dukungan moril maupun materil yang sangat membantu saya selama menempuh perkuliahan.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemen Perbankan Syariah angkatan 2016 khususnya Manajemen Perbankan Syariah A, yang telah memberikan warna keceriaan selama kuliah.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini serta masih jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 21 Jumadil akhir 1441 H
15 Februari 2020 M

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERNYATAAN (ORISINALITAS)	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	3
D. Perumusan Masalah	3
E. Kegunaan Hasil Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teoritis	
1. Minat Nasabah	6
a. Pengertian Minat	6
b. Macam-macam Minat	9
c. Faktor-faktor Mempengaruhi Minat	10

2. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	12
a. Pengertian Kualitas	12
b. Pengertian Pelayanan	13
c. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	16
d. Dimensi Kualitas Pelayanan	18
e. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan	20
f. Karakteristik Pelayanan	22
g. Etika Pelayanan Nasabah	26
h. Standar Pelayanan Perbankan	27
i. Strategi Penyempurnaan Kualitas Pelayanan.....	29
j. Pelayanan dalam Islam.....	32
B. Hasil Penelitian Relevan	34
C. Kerangka Berfikir.....	36
D. Hipotesis Penelitian.....	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian	38
C. Metode Penelitian.....	38
D. Variabel Penelitian	39
E. Populasi dan Sampel Penelitian	40
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Instrumen Penelitian	44
H. Teknik Analisis Data	47

I. Hipotesis Statistik	50
------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data.....	52
B. Uji Persyaratan Analisis	64
C. Pengujian Hipotesis.....	73
D. Pembahasan Hasil Penelitian	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	40
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian Kualitas Pelayanan.....	44
Tabel 3.3 Instrument Penelitian Minat Menabung.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Validasi Instrumen Variabel Pengetahuan (X).....	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Validasi Instrumen Variabel Minat (Y).....	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Relibilitas Instrumen	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearlitas	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Determinasi	71
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linear Sederhana	72
Tabel 4.10 Uji t	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BPRS Mustindo.....	55
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	64
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 : Surat Penelitian
- Lampiran 3 : Surat Jawaban Penelitian
- Lampiran 4 : Kuesioner
- Lampiran 5 : Struktur Organisasi
- Lampiran 6 : Lembar Konsultasi Penulisan Skripsi
- Lampiran 7 : Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menyebut kata perbankan setiap orang selalu mengaitkannya dengan uang sehingga selalu saja ada anggapan bahwa yang berhubungan dengan perbankan selalu berkaitan dengan uang. Di Indonesia, bank beroperasi melalui dua sistem yakni sistem konvensional dan syariah Islam yang biasa dikenal dengan bank syariah. Pada umumnya, masyarakat mengartikan bank sebagai tempat menabung dan meminjam dana, namun dalam arti luas bank merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu Negara.

Menurut UU Nomor 10 Tahun 2008 Tentang Perbankan syariah, Bank Syariah terbagi menjadi tiga jenis yaitu Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah¹. Berdirinya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dilatarbelakangi oleh kondisi ekonomi Indonesia yang tengah mengalami restrukturisasi ekonomi, kehadiran BPRS diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan umat Islam terutama masyarakat golongan ekonomi lemah. Hal ini disebabkan sasaran utama diri BPRS adalah umat Islam yang berada di pedesaan dan tingkat kecamatan.²

Dalam dunia Perbankan, salah satu unsur penting dalam berjalannya proses usaha adalah nasabah, setiap perusahaan perbankan dalam mengukur

¹ Undang-Undang No. 10 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

² Djazuli & Yadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002), h. 108-109

keberhasilan dengan mengetahui tingkat kepuasan nasabah. Biasanya nasabah menilai tingkat kepuasannya dengan membandingkan pelayanan yang ia terima dan ia harapkan. Karena apabila nasabah puas maka nasabah akan loyal dalam menabung. Pihak bank tidak menginginkan kehilangan nasabahnya karena alasan ketidakpuasan mereka terhadap kinerja dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi bank, artinya karena kepuasan itu merupakan persepsi nasabah setelah menerima layanan. Apabila pelayanan yang diberikan pihak bank tidak memberi kepuasan terhadap nasabah maka nasabah akan meninggalkan bank tersebut dan beralih ke bank yang lain, sehingga hal ini akan menyebabkan penurunan pendapatan bank dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Oleh karena itu kepuasan nasabah menjadi elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan bank agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.

Peningkatan kualitas pelayanan BPRS Mustindo Ciledug Tangerang sebagai perusahaan perbankan yang berlandaskan syariah juga harus memperhatikan kualitas layanan untuk lebih menarik minat nasabah untuk menabung.

Hal ini perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang pengaruh kualitas pelayanan BPRS *Musyarakah* Ummat Indonesia terhadap minat nasabah dalam menabung. Dari uraian diatas maka penulis melakukan penelitian dalam judul. **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BPRS MUSYARAKAH UMMAT INDONESIA TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH”**

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam kualitas pelayanan di BPRS Musyarakah Ummat Indonesia terhadap minat nasabah menabung nasabah meliputi :

1. Kurangnya minat menabung nasabah pada BPRS Musyarakah Ummat Indonesia
2. Metode dan strategi yang digunakan BPRS Musyarakah Ummat Indonesia kurang tepat dalam hal meyakinkan nasabah untuk menabung.
3. Masyarakat lebih meminati menabung di bank konvensional atau bank umum syariah dibandingkan dengan BPRS

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini fokus pada konsep penelitian maka penulis membatasi masalah hanya pada pengaruh kualitas pelayanan di BPRS Musyarakah Ummat Indonesia terhadap minat nasabah untuk menabung di BPRS Musyarakah Ummat Indonesia.

D. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan yang diberikan BPRS Musyarakah Ummat Indonesia terhadap minat menabung nasabah ?
2. Seberapa signifikan kualitas pelayanan yang diberikan BPRS Musyarakah Ummat Indonesia terhadap minat menabung nasabah ?

E. Kegunaan Hasil Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, diantaranya adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah khazanah tambahan dan dapat memberikan pengetahuan serta manfaat kepada masyarakat atau nasabah yang belum menabung di BPRS Mustindo.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi penulis, hasil penelitian dapat dijadikan pengalaman penelitian berkaitan dengan perbankan syariah.
- b. Bagi Akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan dalam bidang perbankan syariah dan marketing bank syariah serta sebagai partisipasi serta dukungan dalam pengembangan perbankan syariah.
- c. Bagi Bank, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi bank syariah dalam menyikapi atau mengambil keputusan menghadapi era revolusi.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini penulis memberikan secara sistematis penulisan ini agar mudah dimengerti oleh pembaca. Adapun teknik penulisan dalam skripsi ini adalah menggunakan pedoman” Buku Panduan Praktis Menulis Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta tahun akademik 2018”. skripsi ini

dikelompokkan secara garis besar menjadi beberapa bagian dan bab-bab seperti dijelaskan berikut ini:

BAB I : Pada bab pertama ini, penulis membahas dan menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, ruang perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Pada bab dua ini, penulis menguraikan mengenai landasan teoritik yang berisi teori-teori dan pendapat-pendapat para pakar yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Berisi teori-teori tentang pengertian kualitas, pengertian layanan, dan minat menabung. Hasil penelitian yang relevan, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : Pada bab ketiga ini, penulis membahas tentang profil metode-metode yang diambil dalam penulisan skripsi ini, yaitu metode kuantitatif.

BAB IV : Pada bab ke empat ini, penulis membahas tentang hasil serta pembahasan penelitian, yang dilengkapi dengan deskripsi data, uji persyaratan analisis, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Pada bab ke lima ini, penulis, memberikan kesimpulan dan saran-saran terhadap apa yang telah penulis teliti.

BAB II

LANDASAN TEORITIS, KERANGKA BERFIKIR, HIPOTESIS, DAN PENELITIAN YANG RELEVAN

A. Landasan Teoritis

1. Minat Nasabah

a. Pengertian minat

Minat dalam kamus besar Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu atau keinginan.³ Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktifitas, pengaruh kondisi-kondisi idividual dapat merubah minat seseorang. Sehingga dapat dikatakan minat sifatnya tidak stabil. Secara etimologi minat adalah perhatian, kesukaan, (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan.⁴ Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan

³ Anton Moedardo Moeliono, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999) h. 225

⁴ WJS, Poerwardarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1982) h. 650

tertentu.⁵ Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.⁶ Menurut Pandji, minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut.⁷

Selain itu menurut Hurlock minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih dan kemudian mendapat kepuasan, bila kepuasan berkurang maka minat berkurang.⁸ Sedangkan minat menurut Slemanto minat adalah suatu rasa lebih

⁵ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), h. 62

⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 141

⁷ Panji Anoraga, *Dinamika Koperas*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), h.9

⁸Hurlock, E.B., *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Renteng Kehidupan)*. (Jakarta: Erlangga, 2004), h. 114

suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh, minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu di luar diri semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minat.⁹

Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya. Dapat pula di manifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktifitas. Minat tidak bisa di bawa dari sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Ada beberapa tahapan minat yaitu :¹⁰

- 1) Informasi yang jelas sebelum memilih
- 2) Pertimbangan yang matang sebelum memilih
- 3) Keputusan memilih

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan yang kuat dari seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.

⁹ Djamarah, *Psikologi Belajar*. (Rhineka Cipta, 2002), h. 157

¹⁰ Heryu Islamuddin, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2012), h.20

b. Macam-macam minat

Minat dapat di golongkan menjadi beberapa macam, ini sangat tergantung pada sudut pandang dan cara menggolongkannya, minat dapat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya dan cara mengungkapkannya) yaitu sebagai berikut:¹¹

- 1) Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologi atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- 2) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan minat ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Sedangkan minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari segi tersebut.

¹¹ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 263-268

3) Berdasarkan cara mengungkapkannya, minat dapat diebdakan menjadi empat jenis, yaitu:

a) Expressed interest yaitu minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk kenyataan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya.

b) Manifest interest yaitu minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung.

c) Tested interest yaitu minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan hasil

d) Inventoried interest yaitu minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah di standarisasikan.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu sebagai berikut:

Banyak hal yang dapat mempengaruhi minat, baik dari individu maupun lingkungan masyarakat, diantaranya yaitu:¹²

¹² Crow Alice & Lester Crow, *psikologi pendidikan*. (Surabaya: Bina Ilmu,1980), h. 159

- 1) Faktor dorongan dari dalam, artinya minat yang erat hubungannya pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya.
- 2) Faktor motif sosial, artinya minat yang erat hubungannya pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya atau aktifitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan.
- 3) Faktor emosional atau perasaan, artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

2. Pengertian kualitas pelayanan

a. Pengertian kualitas

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan dan tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan.¹³

Feigenbaum menyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (full customer satisfaction), suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk atau jasa.¹⁴ Sedangkan Zeithamal dan Bitner mengemukakan kualitas merupakan jasa yang baik atau sangat baik, jika di bandingkan dengan ekspektasi pelanggan.¹⁵

Menurut Supranto, kualitas adalah suatu kondisi dimana produk memenuhi kebutuhan orang yang

¹³ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*. (Yogyakarta: Andi Offse, 2004), h. 2

¹⁴ Nur Nasution, *Manajemen Jasa Dan Kualitas Pelayanan. (Total Service Manajemen)*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 41

¹⁵ Arief, *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan*. (Malang: Bayu Media Publishing, 2007), h. 120

menggunakannya, oleh karena itu kebutuhan orang bersifat dinamis yaitu kondisi yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan nasabah.¹⁶ Sedangkan menurut America Society For Control Quality, kualitas adalah keseluruhan dari ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk dalam hal kemampuan untuk memahami kebutuhan-kebutuhan yang ditentukan atau bersifat laten.¹⁷

Dari definisi di atas, dapat di ambil kesimpulan bahwa kualitas adalah kepuasan dari konsumen terhadap produk atau jasa yang baik atau melebihi ekpetasi yang ia harapkan.

b. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani

¹⁶ Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Cet. 1, Jakarta: PT, Rineka Cipta 2010, h. 2

¹⁷ Ririn Tri Ratnasari dan Mustati Aksa, *Teori dan Kamus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h.103-104

pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menetapkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.¹⁸

Pelayanan menurut Rianto dapat diartikan sebagai menolong, memudahkan, menyenangkan, dan bermanfaat bagi orang lain, pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tidak langsung.¹⁹ Sedangkan pelayanan menurut Ratminto dan Atik adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen.²⁰ Kotler mendefinisikan pelayanan adalah

¹⁸ Kasmir, *Etika customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005), h. 15

¹⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 213

²⁰ Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan Pengembangan Model Konseptual, Penerapan citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimum*, (Yogyakarta: Pustaka Palaja, 2010), h. 2

setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.²¹ Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu pelayanan dan melayani. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan bahwa pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan apa yang diperlukan seseorang.²²

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, pelayanan meliputi adanya rangkaian sikap dan perilaku karyawan kepada konsumen, adanya

²¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, dan Implementasi Dan Kontrol, Jilid I*, (Jakarta: 2001), h. 83

²² Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi III*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h. 206

komunikasi antara karyawan dengan konsumen, dan bertujuan untuk membantu, menolong dan menyenangkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan konsumen.

c. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan pada dasarnya merupakan pengalaman sadar yang sifatnya subjektif bagi setiap nasabah. Sejalan dengan pendapat Irwanto bahwa persepsi adalah proses diterimanya rangsang (objek, kualitas, hubungan antar gejala, maupun peristiwa) sampai rangsang itu disadari dan dimengerti.²³ Artinya bahwa kualitas merupakan hasil persepsi nasabah terhadap layanan yang diberikan pihak bank. Kualitas layanan merupakan faktor penentu persepsi nasabah terhadap keberadaan suatu bank, yaitu apakah layanan yang diterima dan dirasakan oleh nasabah akan sama dengan yang mereka harapkan, mungkin lebih baik atau bahkan lebih buruk. Sedangkan menurut Lupiyoadi Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan selera pelanggan atau

²³ Irwanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Prehallindo, 2002), h. 71

nasabah.²⁴

Menurut Nasution kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.²⁵ Nasution menjelaskan ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:²⁶

1) Perceived service

Perceived service terjadi apabila jasa yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

2) Expected service

Expected service terjadi jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal.

Sedangkan menurut Tjiptono Kualitas pelayanan dapat diukur baik atau tidaknya berdasarkan sudut pandang nasabah bukan berdasarkan penyedia jasa. Meskipun demikian,

²⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Selembat Empeat, 2001), h.

²⁵ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 47

²⁶ M. Nur Nasution, *ibid*, h. 60

bukan berarti kualitas pelayanan tidak dapat diukur. Persepsi terhadap kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.²⁷

Berdasarkan paparan di atas, dapat di tarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk rangkaian sikap dan perilaku yang di lakukan oleh seseorang atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala keunggulannya dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

d. Dimensi kualitas pelayanan

Fandy Tjiptono mendefinisikan kualitas pelayanan mempunyai lima dimensi:

- 1) Tangible (produk fisik) meliputi penampilan fisik dan fasilitas, peralatan karyawan dan alat-alat komunikasi.
- 2) Reliability (kehandalan) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan secara konsisten dan dapat di andalkan (akurat).
- 3) Rasponsive (cepat tanggap) yaitu kemauan untuk

²⁷ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h. 61

membantu pelanggan atau nasabah dan penyedia jasa/pelayanan yang cepat dan tepat.

- 4) Assurance (kepastian/jaminan) yaitu mencakup pengetahuan dan keramahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- 5) Empathy (empati) yaitu meliputi pemahaman pemberian perhatian secara individual kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik dan memahami pelanggan.²⁸

Dimensi kualitas pelayanan di atas dapat di simpulkan bahwa terdapat beberapa dimensi dalam kualitas pelayanan di antaranya adalah tangible (produk fisik), reliability (kehandalan), rasponsive (cepat tanggap), assurance (kepastian), empathy (empati).

e. Prinsip-prinsip kualitas pelayanan

Menurut Wolkins untuk menciptakan suatu gaya

²⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia, 2005), h. 273

manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan jasa untuk memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama yang berlaku baik bagi perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Keenam prinsip tersebut sangat bermanfaat membentuk dan mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkeselamatan dengan di dukung oleh pemasok, karyawan dan pelanggan. Enam prinsip pokok tersebut meliputi:

1) Kepemimpinan.

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

2) Pendidikan.

Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus

memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3) Perencanaan

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang di pergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

4) Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan terus-menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

5) Komunikasi

strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus di lakukan dengan

karyawan, pelanggan dan stake holder perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum dan lainnya.

6) Penghargaan dan pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang paling penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemimpinan setiap orang dalam organisasi, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.²⁹

f. Karakteristik pelayanan

Menurut Kotler jasa atau pelayanan mempunyai empat karakteristik yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu antara lain:

1) Tidak berwujud

Jasa bersifat tidak berwujud. Untuk mengurangi ketidakpastian, para pembeli akan

²⁹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h. 75

mencari tanda atau bukti dari mutu jasa. Oleh karena itu tugas dari penyedia jasa adalah mengelola bukti itu untuk mewujudkan yang tidak berwujud. Misalkan sebuah bank ingin memposisikan dirinya sebagai bank yang “cepat”. Ia dapat mewujudkan strategi penentuan posisi itu melalui sejumlah alat pemasaran:

- a) Tempat, letak fisik bank harus berkonotasi pada pelayanan yang cepat. Tata letak meja dan arus jalan harus direncanakan dengan hati-hati. Antrian tidak boleh terlalu panjang.
- b) Karyawan, karyawan bank itu harus sibuk. Harus terdapat jumlah karyawan yang cukup untuk menangani beban kerja itu.
- c) Peralatan, peralatan bank seperti computer, mesin fotokopi, dan meja harus tampak canggih.
- d) Materi komunikasi, materi komunikasi bank seperti teks dan foto harus menggambarkan efisiensi dan kecepatan.
- e) Simbol, bank harus memiliki nama dan simbol yang menggambarkan pelayanan yang

cepat.

2) Tidak terpisahkan

Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan melewati berbagai penjual dan kemudian baru dikonsumsi. Jika seseorang memberikan pelayanan, maka penyediannya merupakan bagian dari jasa itu. Karena klien juga hadir saat jasa itu dilakukan, interaksi antara penyedia dengan klien merupakan ciri khusus pemasaran jasa baik penyedia maupun klien mempengaruhi hasil jasa.

3) Bervariasi

Karena tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu diberikan, jasa sangat bervariasi. Perusahaan jasa dapat melakukan tiga langkah dalam rangka pengendalian mutu. Pertama yaitu melakukan investasi untuk menciptakan prosedur perekrutan dan pelatihan yang baik. Merekrut karyawan jasa secara tepat dan melatih mereka dengan baik amat

penting terlepas dari apakah karyawan itu adalah professional yang sangat terampil atau pekerja yang kurang terampil.

4) Mudah lenyap

Jasa tidak bisa disimpan. Sifat jasa itu mudah lenyap (perishability) tidak menjadi masalah bila permintaan tetap. Jika permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa menghadapi masalah yang rumit, Contohnya, bank harus mempunyai banyak karyawan jadi jika terjadi pencairan proses pembiayaan secara bersamaan bank tidak merasa kuwalahan.

Dari paparan karakteristik pelayanan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa karakteristik yaitu tidak berwujud, tidak terpisahkan, bervariasi dan mudah lenyap.

g. Etika pelayanan nasabah

Dalam memberikan pelayanan pegawai bank selalu dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etika. Sehingga kedua belah pihak baik nasabah atau pegawai bank dapat saling menghargai.

Menurut Kasmir secara umum, etika pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai bank dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut:³⁰

- 1) Mengucapkan salam pada saat bertemu nasabah.
 - 2) Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan nasabah masuk atau duduk dengan sopan.
 - 3) Bersikap ramah dan murah senyum baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan duduk kepada nasabah.
 - 4) Bertanya tentang keperluan nasabah.
 - 5) Biasakan mengucapkan maaf kepada nasabah untuk mengisi formulir.
 - 6) Ucapkan kata terimakasih kepada nasabah
- h. Standar pelayanan perbankan

Standar pelayanan perbankan sangat penting mengingat industri perbankan semakin meningkat dan kompleks, serta membutuhkan standar penampilan, layanan, pengetahuan, dan keterampilan mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank. Secara

³⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Kencana, 2004), h. 196

umum standar layanan perbankan yang harus dipenuhi, meliputi:

- 1) Standar penampilan petugas perbankan.
- 2) Standar kebersihan dan kerapian ruang kantor
- 3) Mengetahui mengenai produk dan jasa perbankan
- 4) Standar berkomunikasi dengan nasabah
- 5) Standar penanganan keluhan nasabah.³¹

Adapun karakteristi yang harus di miliki oleh petugas/ karyawan bank dalam melakukan pelayanan kepada nasabah, diantaranya adalah.³²

- 1) Tidak melakukan perbuatan tercela.
- 2) Memegang teguh amanah
- 3) Menjaga nama baik bank dan nasabah
- 4) Beriman dan mempunyai rasa tanggung jawab.
- 5) Sabar tapi tegas dalam menghadapi masalah.
- 6) Memiliki integritas, artinya bertindak jujur dan benar.

³¹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 190

³² M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 209

7) *Meneners*, artinya tidak egois, disiplin dan tidak kasar.

Dalam praktek pelayanan nasabah perbankan biasa dilakukan oleh *customer service*. *Customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.³³ Sementara nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening, baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank. Oleh karena itu, untuk dapat memberikan kepuasan nasabah maka terlebih dahulu harus mengenali siapakah nasabahnya, bagaimana ciri- ciri nasabah tersebut.³⁴

i. Strategi penyempurnaan kualitas pelayanan

Dalam meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan tidak mudah, banyak faktor yang perlu dipertimbangkan secara cermat

³³ Kasmir, *pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 201

³⁴ M. Nur Rianto Al-Arif, *Op.cit*, h.207

karena penyempurnaan kualitas jasa berdampak signifikan terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam menyempurnakan kualitas layanan antara lain:³⁵

1) Mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa

Setiap penyedia jasa wajib berupaya menyampaikan jasa berkualitas terbaik kepada para pelanggan sarannya. Upaya ini membutuhkan proses mengidentifikasi determinan atau faktor penentu utama kualitas layanan berdasarkan sudut pandang pelanggan.

2) Mengelola ekspektasi pelanggan.

Ada satu pepatah bijak yang dapat dijadikan pegangan: “Jangan janjikan apa yang tidak bisa diberikan, tetapi berikan lebih dari apa yang dijanjikan”. Penuhi ekspektasi pelanggan semaksimal mungkin.

3) Mengelola bukti kualitas pelayanan.

Manajemen bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan

³⁵ Fandy Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*, (Yogyakarta: Andi, 2001), h. 260

sesudah jasa disampaikan. Karena jasa merupakan. Kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana barang fisik, maka pelanggan cenderung memperhatikan dan mempersepsikan fakta-fakta tangibles yang berkaitan dengan layanan sebagai bukti kualitas.

4) Mendidik nasabah tentang pelayanan

Membantu pelanggan dalam memahami sebuah layanan merupakan upaya positif untuk mewujudkan proses penyampaian dan pengkonsumsian layanan secara efektif dan efisien

5) Menumbuh-kembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi proses penciptaan dan penyempurnaan kualitas secara terus-menerus.

6) Menciptakan automating quality

Otomatis berpotensi mengatasi masalah variabilitas kualitas layanan yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki organisasi. Akan tetapi, sebelum memutuskan

akan melakukan otomatisasi, penyedia layanan wajib mengkaji secara mendalam aspek-aspek yang membutuhkan sentuhan manusia (high touch) dan elemen-elemen yang memerlukan otomatisasi (high tech). Keseimbangan antara high touch dan high tech sangat dibutuhkan untuk menunjang kesuksesan penyampaian layanan secara efektif dan efisien.

7) Menindaklanjuti pelayanan

Penindaklanjutan layanan diperlukan dalam rangka menyempurnakan atau memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan dan mempertahankan aspek-aspek yang sudah baik.

8) Mengembangkan sistem informasi kualitas layanan

Merupakan sistem yang mengintegrasikan berbagai macam rancangan riset secara sistematis dalam rangka mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi kualitas layanan guna mendukung pengambilan keputusan.

Dari paparan strategi penyempurnaan kualitas pelayanan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat

beberapa strategi yaitu mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa, mengelola ekspektasi pelanggan, mengelola bukti kualitas layanan, mendidik pelanggan tentang layanan, menumbuh-kembangkan budaya kualitas, menciptakan *automating quality*, menindaklanjuti layanan, mengembangkan sistem informasi kualitas layanan.

j. Pelayanan dalam Islam

Perusahaan berbasis syariah marketing harus memerhatikan service yang ditawarkan untuk menjaga kepuasan pelanggannya.³⁶ Perusahaan harus menjaga dan harus terus- menerus memperkuat service yang diberikan. Service yang dimaksud disini bukan lagi layanan purnajual, prajual ataupun selama penjualan semata. Namun, bagaimana service yang ditawarkan perusahaan dapat membantu dan mentransformasi kehidupan semua stakeholders perusahaan tersebut. Adapun prinsip-prinsip pelayanan dalam islam yaitu:

- 1) Shadiq yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Larangan berdusta, menipu,

³⁶ Hermawan Kartajuna dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizam, 2006), h. 182

mengurangi takaran timbangan dan memperlakukan kualitas akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya. Nilai shiddiq selain bermakna tahan uji, ikhlas serta memiliki kesinambungan emosional.

- 2) Kreatif, berani dan percaya diri. Ketiga hal itu mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang-peluang bisnis yang baru, prospektif dan berwawasan masa depan. Hal ini hanya mungkin dilakukan bila seorang pebisnis memiliki kepercayaan diri dan keberanian untuk berbuat sekaligus siap menanggung berbagai resiko.
- 3) Amanah dan Faṭānah yang sering diterjemahkan dalam nilai-nilai bisnis dan manajemen yaitu bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki manajemen bervisi, manajer dan pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa secara berkelanjutan.
- 4) Tablig yaitu mampu berkomunikasi dengan baik, istilah ini juga diterjemahkan dalam bahasa manajemen sebagai supel, cerdas, deskripsi, tugas,

delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi, kendali.

- 5) Istiqamah yaitu secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai di atas walau mendapatkan godaan dan tantangan. Hanya dengan istiqamah dan mujahaddah, peluang bisnis yang prospektif dan menguntungkan akan selalu terbuka lebar.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu dan mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan minat menabung di bank syariah telah diteliti pada berbagai penelitian terdahulu.

1. Penelitian dari Anggadi Abhimantar pada tahun 2013 dengan judul Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam memilih menabung pada Bank syariah.

Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan faktor seperti pengetahuan, religiussitas, produk, reputasi, dan kualitas pelayanan di Bank Syariah tidak memiliki pengaruh terhadap memilih menabung pada bank syariah.

2. Penelitian dari Tri Astuti Indah Mustikawati pada tahun 2013

dengan judul Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Suku Bunga, Promosi dan Kualitas pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah.

Hasil dari penelitian ini adalah secara keseluruhan persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di BRI Cabang Sleman.

3. Penelitian dari Ali Mahmuudi pada tahun 2015 dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di BMT Tumang Salatiga.

Hasil dari penelitian adalah Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bmt Tumang, Cabang Salatiga.

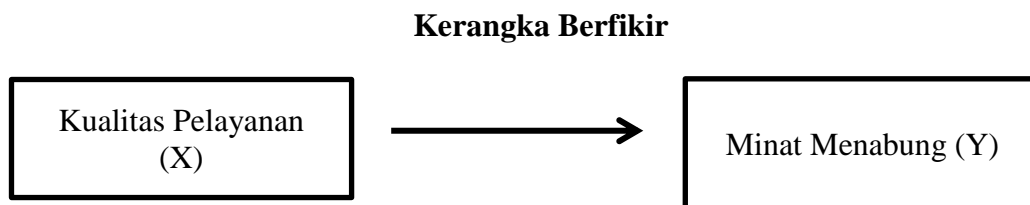
Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan mengkaji tentang minat yang dilakukan oleh Bank Syariah. Persamaan lainnya adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

C. Kerangka Berfikir

Menurut Sugiono, kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar

variabel independen dan dependen. Bila dalam penelitian ada variabel moderator dan intervening, maka juga perlu dijelaskan, mengapa variabel itu ikut dilibatkan dalam penelitian. Pertautan antar variabel tersebut, selanjutnya dirumuskan kedalam bentuk paradigma penelitian. Oleh karena itu pada setiap penyusunan paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berfikir.³⁷

Gambar 2.1



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 91

H0 : tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung pada BPRS Mustindo.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Penulis menggunakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Musyarakah Ummat Indonesia yang bertempat di Jl. KH. Hasyim Ashari No.8 Karang Tengah Tangerang sebagai objek penelitian.
2. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan yaitu tanggal 23 Desember 2019 - 23 Maret 2020

C. Metode Penelitian

Pada saat ini, penulis menggunakan metode kuantitatif. Menurut sugiyono, metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivisik karena berlandaskan pada filsafat fositivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan sebagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif

karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik³⁸.

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³⁹

D. Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁴⁰ Dalam hal ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (X).

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁴¹ Variabel dalam penelitian ini adalah minat menabung (Y).

Untuk memperoleh data maka diperlukan pengukuran variabel yaitu pengukuran variabel kualitas pelayanan (X) dan minat menabung (Y).

³⁸ Sugiyono. 2003. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, hlm. 13.

³⁹ *Ibid.*, hlm. 14.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 39

⁴¹ *Ibid.*, h. 39

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.⁴²

Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator variabel tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item instrument berupa pertanyaan atau pernyataan. Untuk analisis kuantitatif, skala likert yang digunakan diberi skor sebagai berikut.⁴³

Tabel 3.1
Skala likert

Pernyataan	Jawaban
Sanngat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Kurang setuju	2
Tidak setuju	1

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

h. 93 ⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014),

⁴³ Sugiyono, *Ibid*, h. 94

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan⁴⁴. Dalam penelitian ini populasi yaitu seluruh konsumen akhir (*end user*). Populasi penelitian ini adalah Nasabah BPRS Mustindo.

2. Sampel penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili)⁴⁵. Dalam memilih sampel peneliti menggunakan teknik random sampling. Teknik random sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁴⁶

⁴⁴ Sugiyono. 2003. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, hlm. 117.

⁴⁵ *Ibid.* hlm. 118.

⁴⁶ Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bmi Aksara, 2012) h.

a. Ukuran sampel

Jumlah responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini ditetapkan berjumlah 60 responden, dengan menetapkan ukuran sampel secara *random* (acak).

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampel insidental*. Sampel insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.⁴⁷

Jumlah sampel sebanyak 60 responden ini diperkirakan telah memenuhi konsep keterwakilan karena pemilihan responden bersifat random, yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap karakter responden.

b. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka dari hasil pengisian kuesioner. Sedangkan sumber data adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi sampel penelitian. Data primer berbeda dengan data sekunder, data sekunder data yang telah tersedia.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dikumpulkan melalui beberapa cara, yaitu:

⁴⁷ Sugiyono, *Metode penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 124

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang bersifat teoritis yaitu dilakukan dengan mengumpulkan bahan-bahan dari buku-buku, jurnal, internet, dan sebagainya.

2. Observasi

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian.⁴⁸ Sedangkan menurut Supardi observasi adalah mengumpulkan data atau menjangkau data dengan melakukan pengamatan terhadap subjek dan atau objek secara seksama (cermat dan teliti) dan sistematis.⁴⁹

3. Kuesioner

Penulis mempersiapkan daftar pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian. Kuesioner yang diberikan berisi pernyataan-pernyataan tertulis dan berbentuk pernyataan tertutup. Kuesioner yang digunakan dalam bentuk tanda ceklist dimana responden memilih jawaban-jawaban yang tersedia yang memberikan tanda ceklist pada jawaban yang dianggap paling sesuai..

⁴⁸ Pabundu Tika, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h. 58

⁴⁹ Supandi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2015), h. 136

4. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan dan pencatatan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

G. Instrument Penelitian

Arikuntoro mendefinisikan instrument penelitian adalah alat fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam hal ini artinya lebih cermat, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.⁵⁰ Pada penelitian ini peneliti menggunakan instrument berupa kuesioner/angket.

1. Kisi-kisi instrument

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁵¹ Adapun instrumen yang digunakan sebagai berikut.

Tabel 3.2
Instrumen penelitian kualitas pelayanan

Variable	Definisi	Sub Variable	Indikator	No Item	Jumlah
Kualitas Pelayanan (X)	Segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang/penyelenggara	Tangible (Produk Fisik)	a. Lokasi Perusahaan	1	1
			b. Fasilitas Perusahaan	2,3	2

⁵⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek . Edisi Revisi V*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 136

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 102

jasa secara maksimal dengan segala keunggulan		c. Penampilan & cekatan karyawan	4,5	2
	Reability (kehandalan)	d. Pengetahuan, keterampilan pengalaman karyawan.	6	1
		e. Pelayanan akurat dan terpercaya	7	1
	Responsive (cepat tanggap)	f. Ketersediaan karyawan membantu dengan baik	8,10	2
		g. Pelayanan yang tepat waktu	9	1
	Assurance (kepastian jaminan)	h. Kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan	11,12	2

			keyakinan		
		Empathy (empati)	i. Perhatian pribadi	13,14,15	3
Jumlah				15	

Tabel 3.3

Instrumen penelitian minat menabung

Variabel	Definisi	Sub Variabel	Indikator	No item	Jumah
Minat menabung (Y)	Secara etimologi minat adalah perhatian, kesukaan, (kecenderungan hati) kepada suatu keinginan. Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat metal yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertenty	-	a. Keinginan	1	1
		-	b. prasangka	2	1
		-	c. perhatian	3,4	2

		-	d. Harapan	5	1
				5	

H. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua bagian sebagai berikut:

1. Analisa deskriptif

Analisa deskriptif dilakukan dengan menyajikan data melalui distribusi frekuensi untuk mengetahui distribusi respon dari setiap responden, grafik responden berdasarkan jumlah laki-laki dan perempuan, dan pekerjaan responden. Statistik deskriptif berusaha untuk menggambarkan berbagai karakter data yang berasal dari suatu sampel. Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, nilai standar deviasi dari setiap pertanyaan variabel.

2. Analisa regresi

Analisa regresi adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel output atau dependen (y) dengan satu atau beberapa variabel input atau independen (x), hubungan matematis digunakan sebagai suatu model regresi yang digunakan untuk meramalkan atau memprediksi nilai output atau dependen (y) berdasarkan nilai input atau independen (x) tertentu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan :

a. Asumsi klasik

Pengujian regresi linear sederhana dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat yaitu lolos dari uji asumsi klasik. Pengujian ini dilakukan untuk menguji kualitas data sehingga data diketahui keabsahannya menggunakan uji normalitas dan uji T.

1) Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terkait untuk setiap variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai r_e yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Selain itu uji normalitas dalam penelitian ini juga menggunakan nilai $Asymp. Sig (2-tailed) > tingkat\ \alpha$ yang

ditetapkan (5%), karenanya dapat dinyatakan bahwa data berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

b. Pengujian Hipotesis

1) Analisis regresi sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.⁵²

Dalam hal ini peneliti menggunakan dengan persamaan umum regresi linear sederhana adalah:

$$Y = \alpha + \beta x$$

Keterangan:

Y : subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan α : harga Y ketika harga X=0 (harga konstan)

β : angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen, bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X : subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

⁵² Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2014) h.261

2) Uji parsial (uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh yang signifikan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Yaitu untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Untuk menguji variabel berpengaruh antara X terhadap Y secara terpisah maka digunakan uji t dengan rumus:

$$t = b1 / sb1$$

t : nilai hitung

b1 : nilai koefisien regresi variabel

sb1 : nilai standard error dari variabel independen.⁵³

Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut:

- a) Jika signifikan < 0.05 maka Ho ditolak Ha diterima, berarti ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.
- b) Jika signifikan > 0.05 maka Ho diterima dan Ha ditolak, berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independent terhadap variabel dependen.⁵⁴

⁵³ Danang Suntoyo, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Yogyakarta: Penerbit CAPS, 2011) h. 73

⁵⁴ Feddy Rangkuti, *Marketing Analysis Made Easy*, (Jakarta: PT. Gramedia Puataka Utama, 2005) h. 63

I. Hipotesis statistik

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri dan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dengan variabel dependen diukur dengan sebagai berikut.

1. Uji Sinifikasi Parameter (Uji T)

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji t statistik untuk masing- masing variabel independen dengan tingkat kepercayaan tertentu. Syarat yang harus diperhatikan dalam menganalisa hasil uji-t adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai probabilitas signifikan $> 0,05$, maka H1 diretima
- b. Apabila niali probabilitas signifikan < 0.05 , maka, H1 ditolak
- c. Menentukan t tabel

Untuk menentukan t tabel dengan menggunakan tingkat α 5% dan derajat kepercayaan $(dk) = \alpha/2 ,n-k$.

Dimana :

n : jumlah data

k : jumlah variabel

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Bawono koefisien determinasi (R²) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen atau sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen.⁵⁵

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung pada BPRS Mustindo.

⁵⁵ Anton Bawono, *Multivariate Analysis dengan SPSS*, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006), h. 92

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Sejarah singkat Bank Syariah Mustindo

Berawal dari keinginan para pendiri untuk turut serta dalam pengembangan ekonomi kerakyatan, pada tanggal 2 September 1992 didirikan sebuah lembaga keuangan mikro bernama PT. Bank Perkreditan Rakyat Inti Raqqat yang menjalankan kegiatan usaha perbankan secara konvensional PT BPR Inti Raqqat persetujuan prinsip Bank Indonesia. Tanggal 2 September 1992 dan memiliki pengesahan badan hukum Perseorangan dari pemberian hukum dan hak asasi manusia No. AHU-21385.AH01.01 tahun 1992 tanggal 18 November 1992, pemberian izin Gubernur Indonesia No. 12/17KEP.GBI/DPG/93 tanggal 9 Maret 1993 dan mulai beroperasi tanggal 5 April 1993.

PT. Bank Perkreditan Inti Raqqat didasari oleh kehendak membantu dan memberdayakan potensi ekonomi mikro untuk mencapai pemerataan kemakmuran yang masih belum merata, selain itu juga demi mewujudkan suatu lembaga keuangan sebagai lembaga keuangan alternative yang dapat melayani kebutuhan masyarakat mikro dibidang keuangan.

Bahwa direksi BPR Inti Raqqat dengan surat No. 026/DIR-IR/XII/2004 tanggal 28 desember 2004 mengajukan permohonan perubahan Nama menjadi PT. BPR Syariah Musyakah Ummat Indonesia.

Bahwa perubahan anggaran dasar PT. BPR Inti Raqqat telah disahkan menteri hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. C-30408HT.01.04 TH 2004 tanggal 16 September 2004. Bahwa PT BPR Inti Raqqat telah memenuhi persyaratan pelaporan perubahan nama perusahaan, sehingga dipandang perlu untuk menerbitkan keputusan direktur Perbankan Syariah Bank Indonesia tentang perubahan nama PT BPR Inti Raqqat menjadi PT. BPR Syariah Musyarakah Ummat Indonesia

Keberadaan BPR Syariah Musyarakat ummat Indonesia atau lebih dikenal dengan BPRS Mustindo memiliki prospek penyaluran dana kepada nasabah yang beroperasi dengan prinsip syariah. Manfaat yang diperoleh saat ini adalah pelayanan kepada masyarakat, mengingat animo masyarakat terhadap Perbankan Syariah cukup tinggi dan area penduduk di kota Tangerang mayoritas Muslim, sehingga menjadi pasar yang potensial untuk mengembangkan semua kegiatan yang berbasis Syariah terutama BPRS.

BPRS Mustindo didirikan di Jl. K.H Hasyim Ashari No.8 Kelurahan Pondok Pucung Kecamatan Karang tengah Kota Tangerang dan merupakan BPRS yang menerapkan sistem bagi hasil.⁵⁶

2. Visi dan Misi BPRS Mustindo

a. Visi

Menjadi Bank Syariah yang sehat, terpercaya pilihan Ummat

b. Misi

- 1) Mendukung pemerintah dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah di lingkungannya melalui pembiayaan berbasis syariah.
- 2) Menggalang pendanaan dan menyelenggarakan layanan jasa keuangan modern bagi masyarakat sekitarnya
- 3) Menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan shadaqah kepada yang berhak.

3. Tujuan

Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam terutama kelompok masyarakat ekonomi lemah.

- 1) Menjadi sumber pendaan bagi pengembangan usaha-usaha ekonomi lemah, sehingga pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.
- 2) Menambah lapangan kerja terutama di sekitarnya.

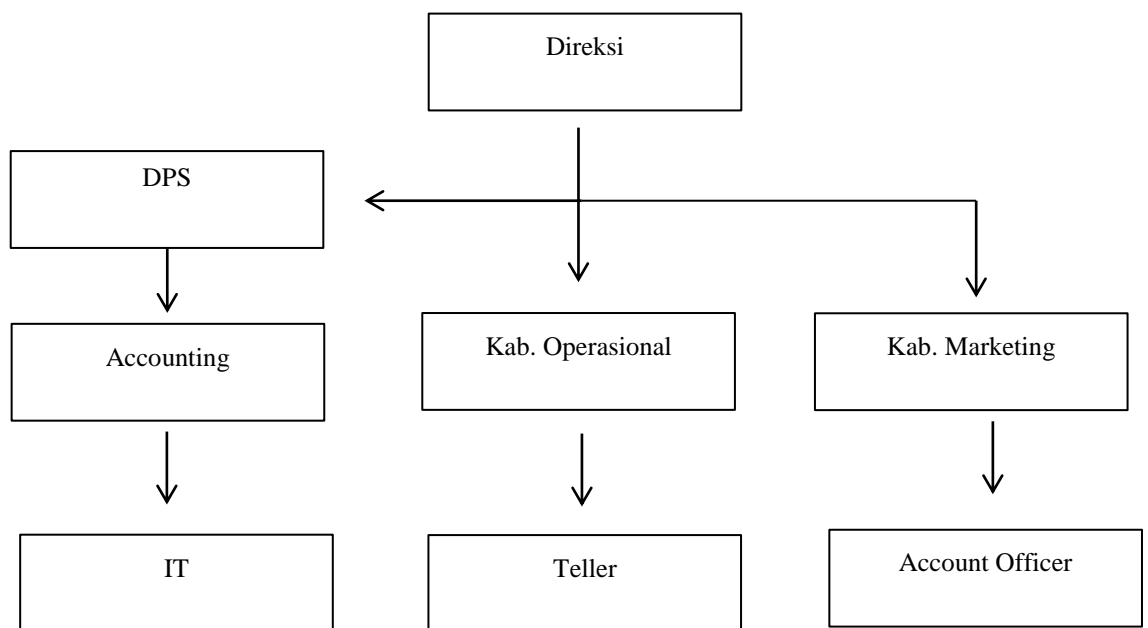
⁵⁶ Akta BPRS Mustindo

3) Membina semangat ukhwh islamiyah melalui kegiatan ekonomi.

4. Struktur organisasi

Gambar 4.1

Struktur Organisasi BPRS Mustindo



Dewan Pengawas Syariah : K.H Baijuri

Dewan Pengurus

Direktur Utama : Daniel Hutasoit, MM

Direktur Operasional : Budy S. Darmawan

Daftar Pengelola (Data 14 Februari 2020)

Kabag. Operasional : Hesti Sunnah

Kabag. Marketing : Dian Widiанти, S,E

Legal : Albar Ari Kusuma, A.md

Accounting : Windi Mujiarti
Teller : Devi Aulia
IT : Suryana
Account Officer : Dian Kurniawan

Muhammad Rizki Hariyadi

5. Ruang lingkup perusahaan

Dalam menjalankan operasional bisnis perbankan PT BPRS Mustindo memiliki produk yang dapat menunjang dan memfasilitasi kebutuhan nasabahnya antara lain:

a. Produk tabungan BPRS Mustindo

1) Tabungan Mudharabah

Yaitu simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Tabungan ini menggunakan konsep bagi hasil (Mudharabah) dimana dana akan dikelola bank agar mendapatkan bagi hasil (porsi) yang telah disepakati bersama antara bank dan nasabah.

Adapun yang termasuk tabungan Mudharabah adalah:

- a) Tabungan Ummat (untuk umum)
- b) Tabungan Tarbiyah (untuk mahasiswa dan pelajar)
- c) Tabungan Ta'lim (untuk kelompok)

2) Tabungan Wukuf

Simpanan nasabah yang berniat untuk menjalankan ibadah haji dan atau ibadah qurban. Penarikannya hanya dapat dilakukan

pada saat akan menunaikan ibadah haji sebagai setoran ONH atau pada saat akan menunaikan ibadah qurban.

Tabungan Wukuf ini menggunakan konsep mudharabah dimana bagi hasil akan menambah saldo tabungan, sehingga Insha Allah dapat mempercepat mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji/qurban.⁵⁷

3) Tabungan dengan sistem titipan (Wadiah)

Tabungan Wadiah adalah titipan murni dari satu pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya. Tabungan ini adalah simpanan yang merupakan titipan nasabah kepada bank untuk disalurkan kepada yang berhak menerimanya atau dikelola untuk pembiayaan kebijakan (Al Qardhul Hasan). Simpanan ini menggunakan konsep Yad Dhomanah dimana dengan seijin nasabah dipergunakan oleh bank. Penyaluran dana kepada yang berhak (mustahik) dapat dilakukan melalui bank atas permintaan nasabah atau dapat dilakukan oleh nasabah sendiri.⁵⁸

4) Tabungan Rencana

Tabungan rencana adalah yang mewajibkan nasabah menyimpan uang dengan nominal tertentu. Dengan tabungan

⁵⁷SK direksi BPRS Mustindo tentang pedoman penyaluran dana dan penghimpunan dana nomor : 004/BSM/SK-Dir/IV/2013, h. 61

⁵⁸SK direksi BPRS Mustindo tentang pedoman penyaluran dana dan penghimpunan dana nomor : 004/BSM/SK-Dir/IV/2013, h. 62

rencana ini nasabah dipaksa berdisiplin menabung rutin sampai waktu tertentu. Tabungan rencana di BPRS Mustindo mendapat bagi hasil kepada nasabah yang menggunakan tabungan rencana ini.

Tabungan rencana BPRS Mustindo, diantaranya yaitu :

a) Simpanan Pendidikan

Yaitu bentuk simpanan yang alokasi dananya diperuntukan untuk dana pendidikan bagi putra-putri nasabah. Penarikan dapat dilakukan ketika waktu yang telah ditentukan antara nasabah dengan Bank.

b) Simpanan Qurban

Yaitu simpanan yang diperuntukan untuk keperluan pembelian hewan qurban. Penarikan dilakukan satu kali pada saat menjelang idul adha.

c) Simpanan Nikah

Yaitu simpanan yang diperuntukan bagi mereka yang merencanakan pernikahan. Penarikan dilakukan satu kali, satu bulan menjelang pernikahan.

d) Simpanan Dharmawisata

Yaitu simpanan yang diperuntukan bagi nasabah yang merencanakan berwisata. Penarikan dilakukan sesuai kesepakatan antara nasabah dan bank.

e) Simpanan investasi kendaraan

Yaitu simpanan nasabah yang diperuntukan untuk membeli kendaraan. Penarikan dilakukan sesuai kesepakatan antara nasabah dan bank.⁵⁹

5) Deposito

Deposito dengan sistem bagi hasil (Mudharabah) adalah perjanjian kerjasama antara pihak yang mempunyai modal (Shahibul Maal). Dengan pihak bank (Mudharib). Dimana dana akan dikelola oleh bank untuk mendapatkan keuntungan dan nasabah akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan porsi (nisbah) yang telah disepakati antara bank dan nasabah (Mudharabah) Mutlaqah).⁶⁰

6. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik reponden berdasarkan Jenis Kelamin
Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	21	35,0	35,0	35,0
	Perempuan	39	65,0	65,0	100,0

⁵⁹ Brosur BPRS Mustindo

⁶⁰ K direksi BPRS Mustindo tentang pedoman penyaluran dana dan penghimpunan dana nomor : 004/BSM/SK-Dir/IV/2013, h. 65

Total	60	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

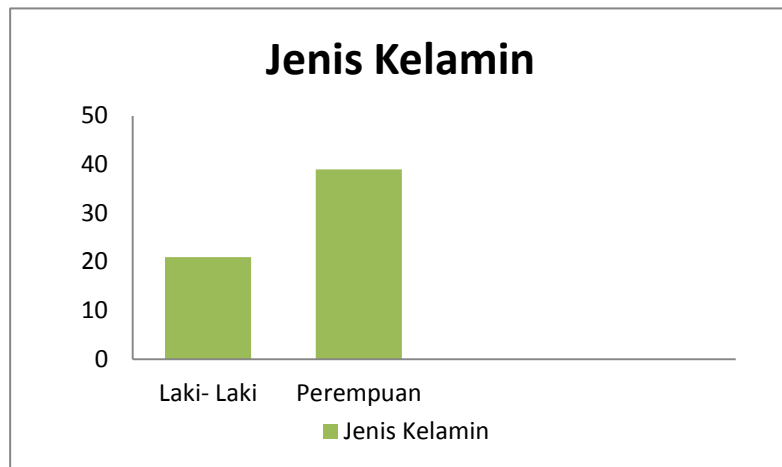
S

sumber : Hasil output SPSS Versi 22

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang paling banyak adalah jenis kelamin perempuan sejumlah 39 orang atau 65% dan sisanya sebanyak 21 responden atau 35% adalah berjenis kelamin laki-laki. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden yang diambil adalah berjenis kelamin perempuan yang lebih mendominasi. Dilihat di gambar berikut ini :

Gambar 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



b. Karakteristik responden berdasarkan umur

Karakteristik responden berdasarkan umur yang diambil adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik responden berdasarkan umur

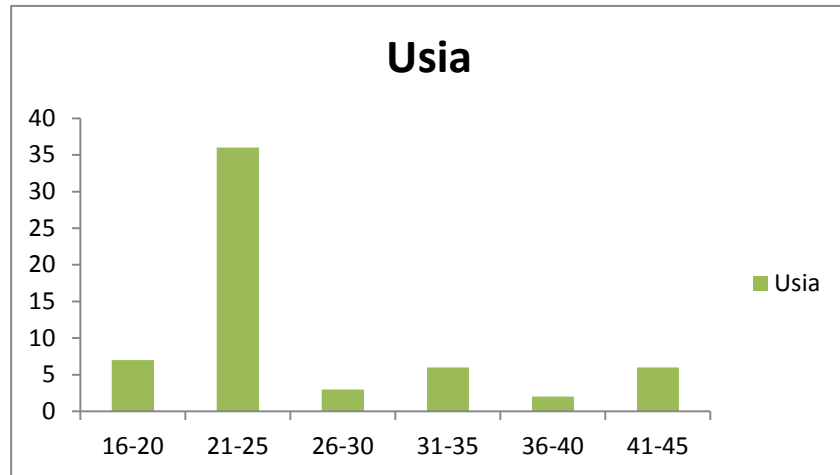
		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-20	7	11,7	11,7	11,7
	21-25	36	60,0	60,0	71,7
	26-30	3	5,0	5,0	76,7
	31-35	6	10,0	10,0	86,7
	36-40	2	3,3	3,3	90,0
	41-45	6	10,0	10,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Sumber : Hasil output SPSS Versi 22

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 diatas, dapat diketahui tentang umur yang diambil sebagai responden. Usia diantara 21 sampai dengan umur 25 tahun menjadi yang terbanyak yaitu sejumlah 36 orang responden atau 60% dan untuk usia 16 sampai 20 tahun jumlah responden sebanyak 7 orang atau 11,7% sedangkan untuk usia 41 sampai 45 tahun sebanyak 6 responden atau 10%. Untuk usia 31 sampai 35 tahun jumlah responden sebanyak 6 orang atau 10% untuk usia 26 sampai 30 tahun jumlah responden mencapai 3 orang atau 5% dan untuk usia 36 sampai 40 tahun jumlah responden 2 orang atau 3,3%. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah berusia 21 – 25 tahun. Sehingga dapat ditampilkan dengan gambar sebagai berikut :

Gambar 4.3

Karakteristik responden berdasarkan usia



c. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan
Pendidikan

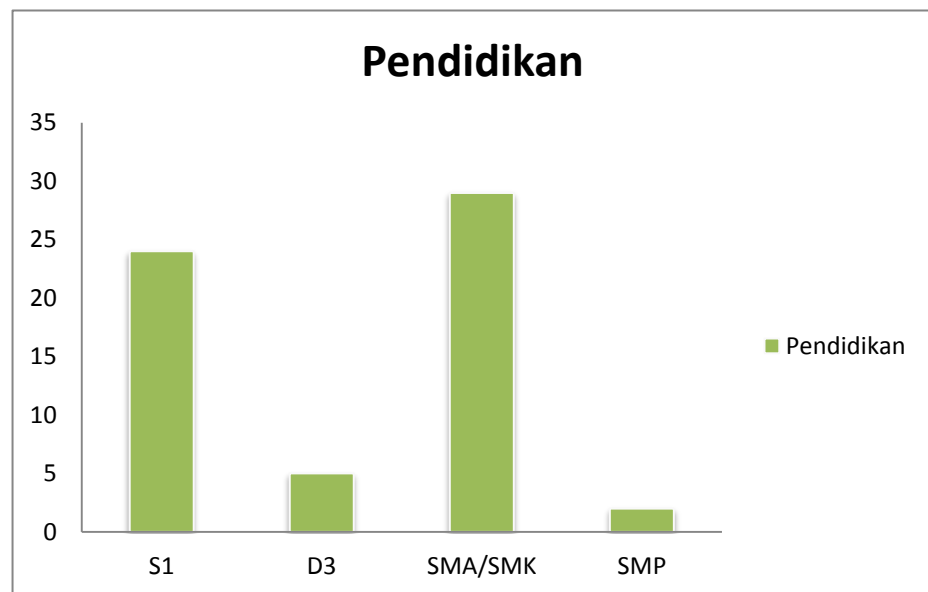
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S1	24	40,0	40,0	40,0
D3	5	8,3	8,3	48,3
SMA/SMK	29	48,3	48,3	96,7
SMP	2	3,3	3,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Sumber : Hasil output SPSS versi 22

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa tentang tingkat pendidikan terakhir yang dijadikan sebagai

responden. Tingkat pendidikan SMA/SMK lebih mendominasi diantara lainnya yaitu berjumlah 29 responden atau 48,3% untuk tingkat pendidikan jenjang S1 berjumlah 24 responden atau 40% sedangkan untuk jenjang pendidikan D3 berjumlah 5 responden atau 8,3% dan untuk tingkat pendidikan SMP berjumlah 2 orang responden atau 3,3%. Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam Tingkat pendidikan terakhir yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah SMA/SMK.

Gambar 4.4
Karakteristik responden berdasarkan pendidikan



B. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Berikut hasil dari pengujian validitas. Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana ketetapan dan akurat

suatu alat ukur (kuesioner). Jika validitas tinggi, maka data yang ada akan menunjukkan tidak adanya penyimpangan.

Uji validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan program SPSS for windows versi 22. Kriteria pengukuran yang digunakan adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{table}$, maka butir pertanyaan atau variabel valid
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{table}$, maka butir pertanyaan atau variabel tidak valid

Pengujian uji validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan computer program SPSS for windows versi 22. Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Instrumen
Variabel Pengetahuan (X)

Item Pernyataan	R hitung	R table	Kesimpulan
X 1	0,868	0,254	Valid
X 2	0,797	0,254	Valid
X 3	0,778	0,254	Valid
X 4	0,854	0,254	Valid
X 5	0,727	0,254	Valid
X 6	0,798	0,254	Valid
X 7	0,767	0,254	Valid

X 8	0,821	0,254	Valid
X 9	0,789	0,254	Valid
X 10	0,779	0,254	Valid
X 11	0,720	0,254	Valid
X 12	0,791	0,254	Valid
X 13	0,812	0,254	Valid
X 14	0,777	0,254	Valid
X 15	0,751	0,254	Valid

Sumber hasil olah SPSS V.22

Dari hasil pengujian validitas terhadap pernyataan variable pengetahuan (X) yang telah diuji dinyatakan valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{table}$ sebesar 0,254

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Instrumen
Variabel Minat (Y)

Item Pernyataan	R hitung	R table	Kesimpulan
Y 1	0,887	0,254	Valid
Y 2	0,882	0,254	Valid
Y 3	0,881	0,254	Valid
Y 4	0,821	0,254	Valid
Y 5	0,914	0,254	Valid

Sumber hasil olah SPSS V. 22

Dari hasil pengujian validitas terhadap pernyataan variable minat (Y) yang telah diuji dinyatakan valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{table}$ sebesar 0,254

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Reabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach alpha $> 0,60$.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,956	Reliable
Minat Menabung (Y)	0,924	Reliable

Sumber hasil olah SPSS V.22

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan data yang valid, dapat disimpulkan bahwa instrument untuk variable kualitas pelayanan (X) dan minat menabung (Y) memiliki koefisien *Cronbach Alpha* sebesar 0,956 dan 0,924 lebih dari 0,60 sehingga data tersebut dapat dikatakan Reliable untuk pengukuran dan penelitian.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah membandingkan data antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data. Uji normalitas yang menjadi hal yang penting karena salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametric) adalah data yang harus memiliki distribusi normal.⁶¹ Uji normalitas itu sendiri bertujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau mendekati normal.⁶² Metode regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.⁶³ Kriteria pengambilan keputusan adalah data berdistribusi normal jika signifikan $>5\%$.⁶⁴

Ataupun jika melihat grafik histogram, menurut Singgih Santoso, ada beberapa cara mendekati normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dan grafik. Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

⁶¹ Haryadi Sarjono dan Winda Julianti, *SPSS VS LISREAL*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 53

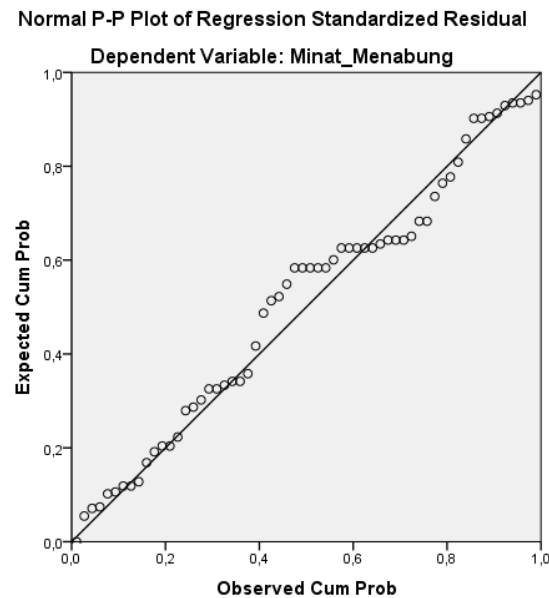
⁶² Damodar N. Gujarati, *Dasar-dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2007), h. 164

⁶³ Danang Suryono, *Analisis Validasi dan Asumsi Klasik*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), cet. Ke-1, h. 121

⁶⁴ Haryadi Sarjono dan Winda Julianti, *Op.Cip.*, h. 71

2) Jika ada menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Hasilnya dapat dilihat dari gambar berikut :

Gambar 4.5
Hasil Uji Normalitas



Dilihat dari *Normal Probability Plots* menunjukkan bahwa data atau titik-titik menyebar disekitar garis diagonal berarti data yang diteliti berdistribusi normal.

3. Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pengujian linieritas pada penelitian ini menggunakan program SPSS for windows versi 22.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

- a. Jika nilai deviation from linearity sig. > 0,05, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b. Jika nilai deviation from linearity sig. < 0,05, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependen.

Adapun hasil dari uji linearitas yang dilakuakn adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Linieritas
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat_Menabung *	Between	(Combined)	637,433	23	27,714	6,295	,000
Kualitas_Pelayanan	Groups	Linearity	550,518	1	550,518	125,039	,000
		Deviation from Linearity	86,915	22	3,951	,897	,598
Within Groups			158,500	36	4,403		
Total			795,933	59			

Sumber hasil olah SPSS V.22

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai sig. Deviation from linearity sebesar 0,598. Artinya nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau $0,598 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara kualitas pelayanan dengan minat menabung.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kualitas pelayanan variabel independen (Kualitas pelayanan BPRS Mustindo) terhadap variabel dependen (Minat Menabung nasabah).

Tabel 4.8
Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,832 ^a	,692	,686	2,057

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat_Menabung

Nilai R^2 sebesar 0,692 menunjukkan besarnya pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap minat menabung adalah 69,2% sehingga faktor lain yang tidak diteliti sebesar 30,8%.

5. Uji Koefisien Linear Sederhana

Regresi linear sederhana digunakan untuk satu variabel bebas dan satu variabel tak bebas. Tujuan analisis ini adalah untuk meramal atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (dependen) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independen).

Dengan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung, maka menggunakan rumus Regresi Linier Sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a dan b = konstanta

Tabel 4.9
Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,474	1,735		,273	,786
Kualitas_Pelayanan	,318	,028	,832	11,406	,000

a. Dependent Variable: Minat_Menabung

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai constant (a) sebesar 0,474 sedangkan nilai kualitas pelayanan (b / koefisien regresi) sebesar 0,318 maka diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,474 + 0,318X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

- Konstanta sebesar 0,474 mengandung arti bahwa nilai koefisien variabel minat menabung adalah 0,474.
- Koefisien regresi X sebesar 0,318 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas pelayanan, maka nilai minat menabung bertambah sebesar 0,318. Koefisien regresi tersebut

bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (*Independent Variabel*) yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat menabung Nasabah yaitu Profitabilitas (ROA). Pengujian koefisien penaksiran regresi secara satu persatu dilakukan dengan uji-t untuk melihat nilai signifikansi, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi variabel tidak bebas atau dependent atau dengan kata lain variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.⁶⁵

Dasar pengambilan keputusan untuk Uji t parsial dalam analisis regresi, berdasarkan nilai hitung dan t tabel.

1. Jika nilai sig $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai sig $> 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

Nilai signifikansi uji t dapat dilihat di tabel analisis regresi linear sederhana sebagai berikut :

⁶⁵ Danang Sunyoto, Analisis Validitas dan Asumsi Klasik, (Yogyakarta: Gava Media, cet. Ke-1, 2002), h. 139.

Tabel 4.10
Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,474	1,735		,273	,786
	Kualitas_Pelayanan	,318	,028	,832	11,406	,000

a. Dependent Variable: Minat_Menabung

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan adalah signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Dimana jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis dapat di terima, dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis tidak dapat diterima.

$$T_{hitung} = 11,406$$

Cara hitung t_{tabel} :

$$\begin{aligned} T_{tabel} &= (a/2;n-k-1) \\ &= (0,05/2;60-1-1) \\ &= (0,025;58) \\ &= 2,301 \end{aligned}$$

Dengan hasil analisis yang diperoleh kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menabung karena $t_{hitung} = 11,406 > t_{tabel} 2,301$ maka H_a diterima.

D. Pembahasan hasil penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mustindo.

Dari hasil pengolahan data statistik dari uji instrumen penelitian, pada uji validitas semua pernyataan dikatakan valid yaitu $r_{hitung} > t_{table}$ (0,254) dan pada uji reliabilitas semua pernyataan reliable yaitu nilai cronbach alpha $> 0,60$.

Pada pengujian analisis regresi linear sederhana menggunakan alat bantu *SPSS Versi 22* diketahui sebesar $Y = 0,474 + 0,318X$. dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 60 responden.

Berdasarkan output persamaan regresi diatas dapat diketahui nilai $t_{hitung} >$ dari pada t_{tabel} yaitu sebesar $11,406 > 2,301$ dengan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X terhadap Variabel Y. Artinya, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung di BPRS Mustindo.

Dan untuk mengetahui besarnya hubungan variabel X dengan variable Y dapat digunakan analisis koefisien determinasi (KD) yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= R^2 \text{ (R Square) } \times 100\% \\ &= 0,692 \times 100\% \\ &= 69,2 \% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas didapatkan koefisien determinasi (KD) sebesar 69,2 %. Hal ini mempunyai arti bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh sebesar 69,2% terhadap minat menabung di BPRS Mustindo sedangkan 30,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk didalam penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan BPRS Musyarakah Ummat Indonesia, sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pembahasan atas pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Musyarakah Ummat Indonesia dengan melihat hasilnya yaitu $t_{hitung} = 11,406 > t_{tabel} 2,301$.
2. Berdasarkan hasil pembahasan atas pengujian koefisien determinasi bahwasanya kualitas pelayanan terhadap minat menabung memiliki korelasi sebesar 69,2% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan kepada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Musyarakah Ummat Indonesia agar dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah BPRS Musyarakah Ummat Indonesia sehingga dapat terus meningkatkan kepuasan nasabah dalam menabung, sehingga dapat menciptakan citra baik perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media. 2004.
- Andi Mappiare. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional. 1997.
- Anton Bawono Multivariate Analysis dengan SPSS. Salatiga: STAIN Salaltiga Press, 2006.
- Anton Moedardo Moeliono, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 1999.
- Arief. *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayu Media Publishing, 2007.
- Cholid Narbuko, Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bmi Aksara. 2012.
- Crow Alice & Lester Crow. *psikologi pendidikan*. Surabaya: Bina Ilmu. 1980.
- Danang Suntoyo. *Metode Penelitian Ekonomi*. Yogyakarta: Penerbit CAPS. 2011.
- Djamarah, *Psikologi Belajar*. Rhineka Cipta. 2002.
- Djazuli& Yadi Janwari. *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2002.
- Fandy Tjiptono. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offse. 2004.
- Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia. 2005.
- Fandy Tjiptono. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta: Andi. 2001.
- Feddy Rangkuti, *Marketing Analysis Made Easy*. Jakarta: PT. Gramedia Puataka Utama. 2005.
- Hermawan Kartajuna dan M. Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizam, 2006.

- Heryu Islamuddin. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar. 2012.
- Hurlock, E.B. *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Renteng Kehidupan)*. Jakarta: Erlangga. 2004.
- Irwanto. *Psikologi Umum*. Jakarta: Prehallindo. 2002.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2016.
- Kasmir. *Etika customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana. 2004.
- M. Nur Nasution. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2004.
- M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Pabundu Tika. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2006.
- Panji Anoraga. *Dinamika Koperas*. Jakarta: Rineka Cipta. 1995.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, dan Implementasi Dan Kontrol. Jilid I*. Jakarta: 2001.
- Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Selembat Empeat. 2001.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan Pengembangan Model Konseptual, Penerapan citizen's Chrarter dan Standar Pelayanan Minumum*. Yogyakarta: Pustaka Palaja. 2010.
- Ririn Tri Ratnasari dan Mustati Aksa. *Teori dan Kamus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2011.
- SK direksi BPRS Mustindo tentang pedoman penyaluran dana dan penghimpunan dana nomor : 004/BSM/SK-Dir/IV/2013.
- Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers. 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2010.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek . Edisi Revisi V*. Jakarta: Rineka Cipta. 2002.

Supandi. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press, 2015.

Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Cet. 1. Jakarta: PT, Rineka Cipta 2010.

Undang-Undang No. 10 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

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 : F.6.I-UMJ/12020

Jakarta 19 Jumadil Awal 1441 H

Hal : Permohonan Riset/ Penelitian

15 Januari 2020 M

Kepada Yth.
Kepala BPRS Mustindo
Jl. KH. Hasyim Ashari No.8 Karang Tengah, Tangerang

Assalamu'alaikum W. W.

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

Nama : MUHAMMAD RIZKI HARIYADI
Nomor Pokok : 2016570015
Tempat Tgl/Lahir : Tangerang, 20 Februari 1998
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (SI)
No. Telp : 08989534645

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

"Pengaruh Kualitas Pelayanan BPRS Mustindo terhadap Minat Menabung Nasabah"

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

Wabillahittau,fiq walhidayah
Wassalamu'alaikum W. W.



Tembusan:
1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. Arsip



BANK SYARIAH MUSTINDO



SURAT KETERANGAN
No.024/OPS/BPRS-MUI/II/2020

PT. BPRS MUSTINDO yang berkedudukan di Jl. KH. Hasyim Ashari No. 8 Pondok Pucung, Karang Tengah – Tangerang, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Rizki Hariyadi
NIM : 2016570015
Jurusan : Manajemen Perbankan Syariah
Universitas : Muhammadiyah Jakarta

Telah Melaksanakan penelitian / riset di perusahaan kami PT. BPRS MUSTINDO dengan judul skripsi “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan BPRS Mustindo terhadap minat Menabung Nasabah* “

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar – benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 03 Februari 2020

PT BPRS MUSTINDO

Budy Sutra Darmawan
Direktur Operasional

PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH MUSYARAKAH UMMAT INDONESIA

Jl. KH. Hasyim Ashari No. 8 Pondok Pucung, Karang Tengah - Tangerang

Telp. : (021) 7345 7954, Fax : (021) 7345 7954

E-mail : info@bprmustindo.com









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 : MUHAMMAD RIZKI HARIYADI
No. Pokok : 2016570015
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan BPRS Musyarakah Ummat Indonesia terhadap Minat Menabung Nasabah.
Pembimbing : Ibu Dina Febriani, S.E., M.M.
Tgl. Berakhir : 21 November 2019 s.d.21 Mei 2020

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
	21/12/19	BAB I	BAB ① LATAR BELAKANG DIPERJELAS ② RUMUSAN MASALAH : ② SEBERAPA BESAR. ③ SEBERAPA SIGNIFIKAN. ③ TUJUAN PENELITIAN DIUBAH SEBAGAI RUMUSAN ④ SISTEMATIKA PENULISAN DI LENGKAPI	
	27/12/19	BAB II	BAB II ① PERHATIKAN FOOTNOTE DI SETIAP TEORI YG DIURAIKAN. ② W/ HEADLINE BAB II DITAMBAHKAN PENELITIAN YG RELEVAN. ③ KERANGKA BERPIKIR DITAMBAHKAN OUTPUTNYA ④ HIPOTESIS : H ₁ : TERDAPAT PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG H ₀ : TDK TERDAPAT	
	07/01/20	BAB III	BAB III ① WAKTU PENELITIAN DIUBAH ② SEURUH TEORI MENGGUNAKAN FOOTNOTE ③ VARIABEL BEBAS CAR, NPP TIDAK PERLU.	

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
	10/01 20	BAB <u>IV</u>	a. TERBUKAN HASIL PENELITIAN b. PENJELASAN QUESTIONER c. ANALISIS DATA DENGAN ① UJI VALIDITAS ② UJI KEABILITAS ③ UJI N (LINIERITAS) ④ UJI DETERMINASI ⑤ UJI T ⑥ REGRESI SEDERHANA	
	16/01 20	BAB <u>IV</u>	ACC. LANJUT BAB V (KESIMPULAN DAN SARAN)	
	1/2 20	BAB <u>V</u>	ACC LENGKAPI LAMPIRAN - CV - SURAT PENELITIAN - SURAT JAWABAN - QUESTIONER - STRUKTUR ORG - KARTU KUNING	 
	6/2 20		ACC 	

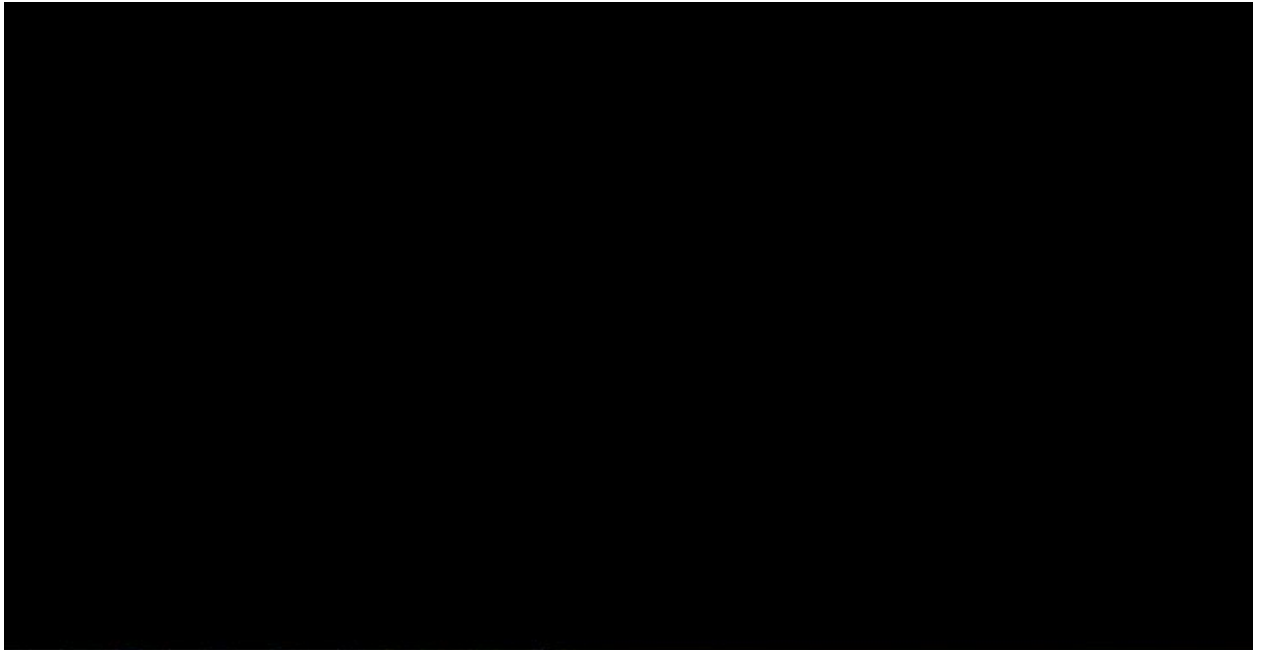
Catatan : 1. Lembar konsultasi ini agar dibawa dan diserahkan/diminta paraf dari pembimbing setiap konsultasi.

2. Topik permasalahan diisi oleh mahasiswa yang bersangkutan.

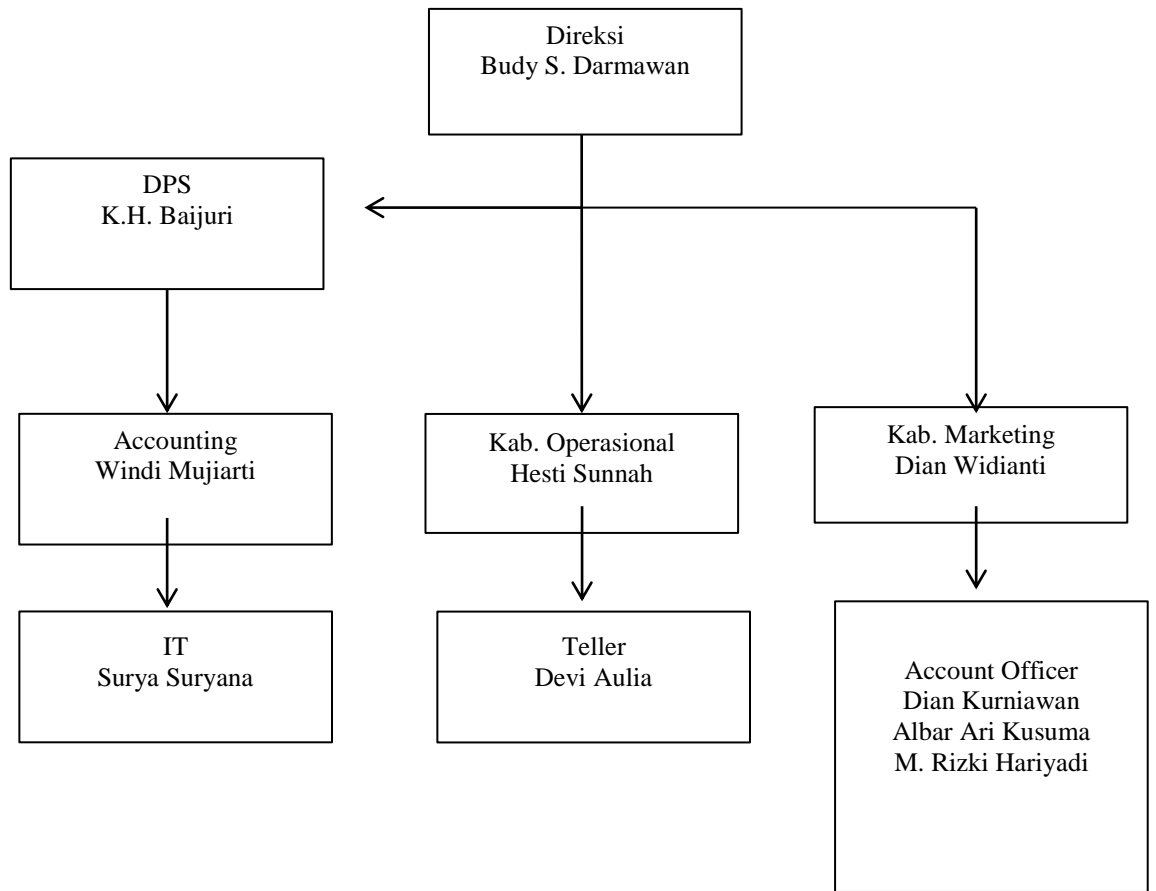
3. Lembar konsultasi ini harus diserahkan ke Fakultas ketika melakukan pendaftaran ujian skripsi.







Struktur Organisasi BPRS Mustindo





MUHAMMAD RIZKI HARIYADI

PROFIL SAYA

Saya adalah anak ketiga dari 4 bersaudara. tempat tanggal lahir saya di Tangerang, 20 Februari 1998, agama saya islam kewarganegaraan indonesia

Contak Person

- Telp : 08989534645 (WA)
- Email : rizkihariyadi17@gmail.com
- Ig : rizki_obet.h
- Alamat : Jl. sunan giri rt 003 rw 003 pondok pucung karang tengah kota Tangerang

PENGALAMAN ORGANISASI

- Anggota (Himpunan Manajemen Perbankan Syariah)
- Karang Taruna
- Ikatan Pacak Silat Indonesia

PENDIDIKAN

- SDN Meruya Utara 05 (2010)
- MTS Ali Maksum Krapyak (2013)
- MA Ali Maksum Krapyak (2016)
- Universitas Muhammadiyah Jakarta (sekarang)