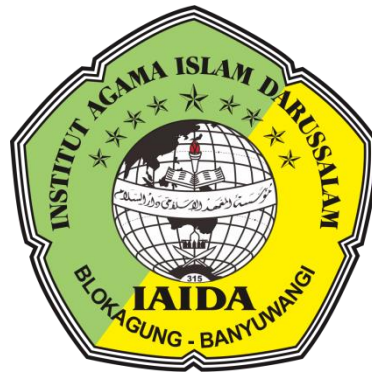


## **SKRIPSI**

# **PENGARUH PELAYANAN, RELIGIUSITAS DAN BAGI HASIL TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA BANYUWANGI**



Oleh:  
**Reva Dwi Melania**  
NIM : 18131110100

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM  
BLOKAGUNG BANYUWANGI  
2022**

## **SKRIPSI**

# **PENGARUH PELAYANAN, RELIGIUSITAS DAN BAGI HASIL TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA BANYUWANGI**



Oleh:  
**Reva Dwi Melania**  
NIM : 18131110100

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM  
BLOKAGUNG BANYUWANGI  
2022**

## **PRASYARAT GELAR**

# **PENGARUH PELAYANAN, RELIGIUSITAS DAN BAGI HASIL TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA BANYUWANGI**

## **SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
dalam Menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh :

**Reva Dwi Melania**  
NIM : 1813110100

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM (IAIDA)  
BLOKAGUNG BANYUWANGI  
2022**


**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PELAYANAN, RELIGIUSITAS DAN BAGI HASIL  
TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK  
SYARIAH INDONESIA BANYUWANGI**

Telah disetujui untuk diajukan dalam ujian skripsi  
Pada tanggal: 13 April 2022

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah  
  
**Dr. Nurul Inayah, SE., M.Si**  
NIPY: 3150419097401

Pembimbing  
  
**Mira Ustanti, SE., M.Pd**  
NIPY: 3152015048701

## PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi Saudari Reva Dwi Melania telah dimunaqosahkan kepada dewan penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi.

Pada tanggal 25 Juni 2022

dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

TIM PENGUJI :

Ketua



**Lilit Biati, S.E., MM.**  
NIPY: 3150518038101

Penguji 1



**Dr. Nurul Inayah, S.E., M.Si**  
NIPY: 3150419097401

Penguji 2



**Mira Ustanti, SE., M.Pd**  
NIPY: 3152015048701

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi



**Dr. Lely Ana Ferawati Ekaningsih, SE., MH., MM., CRA., CRP.**  
NIPY. 3150424027901

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### ***Motto:***

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

**(Umar bin Khattab)**

### **Persembahan:**

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan cinta dan kasih sayangnya dengan memberi kemudahan dan keringanan langkah, dan hanya pada-Nyalah semua bergantung dan berserah diri. Dengan tanpa mengurangi rasa ta'dzim dan terima kasih karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Agus Latip dan Ibu Dwi Sulistyorini yang selama ini telah banyak melimpahkan kasih sayang dan doanya, membesarkan mendidik dan membimbing saya sampai saat ini.
2. Kakak dan Adikku Erlin dan Oriza terimakasih telah mendukung jalan studiku selama 4 tahun ini. Baik dukungan secara moriil maupun materiil.
3. Teman-temanku jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang telah senantiasa berjuang bersama, serta teman-teman seangkatan yang tak bisa disebutkan satu per satu.
4. Para dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan baru, sehingga saya bisa seperti sekarang ini.
5. Almamater Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi tiada balas jasa yang saya berikan kecuali doa yang selalu saya sertakan dalam naungan munajat kepada Allah SWT, semoga jasa kalian semua

**PERNYATAAN  
KEASLIAN SKRIPSI**

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Reva Dwi Melania  
NIM : 18131110100  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Alamat Lengkap : Padangbulan, RT. 03, RW. 04 Desa Tegalrejo Kecamatan  
Tegalsari Kabupaten Banyuwangi Provinsi Jawa Timur

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Banyuwangi, 27 Juni 2022

Saya yang menyatakan,



Reva Dwi Melania  
NIM : 18131110100

## ABSTRAK

**Melania, Reva. 2022. Pengaruh Pelayanan, Religiusitas Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Darussalam. Pembimbing: Mira Ustanti, SE., M.Pd.**

**Kata Kunci: Bagi Hasil, Minat Menabung, Pelayanan, Religiusitas.**

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh pelayanan, religiusitas dan bagi hasil terhadap minat menabung. Populasi dari penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil kuesioner nasabah tabungan Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu data yang diatur berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada nasabah tabungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah yang bersumber dari Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Pelayanan (X1), Rligiusitas (X2), dan Bagi Hasil (X3). Untuk mempermudah melakukan perhitungan penelitian ini menggunakan SPSS versi 21.

Hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa pengujian uji t menunjukkan pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BSI Banyuwangi memiliki t hitung sebesar 4,573 yang lebih besar dari t tabel 0,132 dengan tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,02 yang lebih kecil dari 0,05. Religiusitas (X2) berpengaruh signifi kan terhadap minat menabung di BSI Banyuwangi memiliki t hitung sebesar 4,339 yang lebih besar dari t tabel 0,132 dengan tingkat signifikan 0,03 yang lebih kecil dari 0,05. Bagi hasil (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BSI Banyuwangi memiliki t hitung sebesar 2,304 yang lebih besar dari t tabel 0,132 dengan tingkat signifikan 0,02 yang lebih kecil dari 0,05. Melalui uji F diketahui bahwa pelayanan (X1), Religiusitas (X2), dan Bagi Hasil (X2) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di BSI Banyuwangi. Angka Adjusted R square sebesar 0,929 menunjukkan bahwa 92,9% variasi minat menabung dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 7,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar ketiga yang digunakan dalam penelitian ini.

Kesimpulan penelitian menunjukan bahwa ada pengaruh pelayanan (X1), religiusits (X2) dan bagi hasil (X3) berrpengaruh secara parsial terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. Variabel pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.



## **ABSTRACT**

**Melania, Reva. 2022. The Effect of Service, Religiosity and Profit Sharing on Customer Interest in Savings at the Indonesian Islamic Bank Banyuwangi. Thesis, Islamic Economics Study Program Faculty of Economics and Islamic Business, Institute of Islamic Religion Darussalam. Supervisor: Mira Ustanti, SE., M.Pd.**

***Keywords: profit sharing, interest, service, religiosity.***

*This study aims to determine how much influence service, religiosity and profit sharing have on interest in saving. The population of this study is data obtained from the results of customer questionnaires for savings customers at Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. This research uses a quantitative approach, namely data arranged based on questionnaires distributed to savings customers with factors that influence customer interest sourced from Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. The variables in this study consisted of Service (X1), Religious (X2), and Profit Sharing (X3). To make it easier to do the calculations, this research uses SPSS version 21.*

*The results of the calculation can be concluded that the t test test shows that service (X1) has a significant effect on saving interest at BSI Banyuwangi. It has a t count of 4.573 which is greater than t table of 0.132 with a significant probability level of 0.02 which is smaller than 0.05. Religiosity (X2) has a significant effect on interest in saving at BSI Banyuwangi. It has a t count of 4.339 which is greater than t table of 0.132 with a significant level of 0.03 which is smaller than 0.05. Profit sharing (X3) has a significant effect on interest in saving at BSI Banyuwangi having a t count of 2.304 which is greater than t table 0.132 with a significant level of 0.02 which is smaller than 0.05. Through the F test, it is known that service (X1), Religiosity (X2), and Profit Sharing (X2) have a simultaneous effect on interest in saving at BSI Banyuwangi. The Adjusted R square figure of 0.929 indicates that 92.9% of the variation in saving interest can be explained by the three independent variables used in the regression equation. While the remaining 7.1% is influenced by other variables outside the three used in this study.*

*The conclusion of the study shows that the effect of service (X1), religiosity (X2) and profit sharing (X3) at the Indonesian Islamic Bank Banyuwangi is one of the factors that influence the interest in saving (Y) at the Indonesian Islamic Bank Banyuwangi. There is a simultaneous significant effect between service variables (X1), religiosity (X2) and profit sharing (X3) on the variable of interest in saving (Y) at Bank Syariah Indonesia Banyuwangi*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah SWT, Skripsi ini hanya bisa selesai semata karena rahmat dan keridhoan kasih-Nya. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi teladan bagi umatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Dewan Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, khususnya KH. Ahmad Hisyam Syafa'at S.Sos.I.
2. Drs. KH. Muhammad Hasyim Syafa'at selaku ketua umum Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
3. KH. Abdul Kholiq Syafa'at M.A. selaku senat Institut Agama Islam Darussalam.
4. H. Ahmad Munib Syafa'at, Lc., M.E.I. selaku Rektor Institut Agama Islam Darussalam.
5. Dr. Lely Ana Ferawati Ekaningsih, SE., MH., MM., CRA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
6. Dr. Nurul Inayah, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
7. Mira Ustanti, SE., M.Pd. selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
9. Dan semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung telah menyumbangkan tenaga dan pikirannya demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat diberikan oleh penulis kecuali hanya do'a kepada Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Pengasih, semoga kebaikan beliau semua mendapat balasan dari-Nya. Tiada gading yang tak retak, tiada manusia yang sempurna. Demikian juga dengan skripsi ini, tentunya masih ada kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis berharap akan saran dan kritik yang konstruktif. Dan atas segala kekhilafan dalam penulisan skripsi ini penulis mohon maaf sebagai insan yang dho'if.

Penulis

## DAFTAR ISI

(Halaman)

Halaman Sampul Luar	
Halaman Sampul Dalam .....	i
Halaman Prasyarat Gelar .....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	iii
Halaman Pengesahan Penguji .....	iv
Halaman Motto dan Persembahan .....	v
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi .....	vi
Halaman Abstrak .....	vii
Halaman Kata Pengantar .....	ix
Halaman Daftar Isi .....	x
Halaman Daftar Tabel .....	xii
Halaman Daftar Gambar .....	xiii
Halaman Transliterasi .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
1. Manfaat Teoritis .....	8
2. Manfaat Praktis .....	8
E. Batasan Penelitian .....	8
F. Definisi Operasional .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori.....	11
B. Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	36
C. Kerangka Konseptual .....	41
D. Hipotesis .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	43
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	43
D. Tehnik Pengambilan Sampel .....	45
E. Data dan Sumber Data .....	46
F. Tehnik Pengumpulan Data .....	47
G. Variabel Penelitian.....	49
H. Uji Validitas, Reliabilitas, dan Normalitas .....	50
I. Tehnik Analisis Data .....	52

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
A. Deskripsi Umum Obyek Penelitian .....	56
1. Lokasi Penelitian .....	56
2. Karakteristik Responden .....	63
B. Analisis Data .....	66
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>73</b>
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
A. Kesimpulan .....	88
B. Keterbatasan Penelitian .....	89
C. Saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah .....	30
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 3.1 Skor Skala Likert .....	49
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	50
Tabel 3.3 Klasifikasi Koefesien Reliabilitas .....	51
Tabel 4.1 Daftar Responden yang Menabung di BSI Banyuwangi .....	63
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas .....	67
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas .....	69
Tabel 4.5 Hasil Uji F .....	69
Tabel 4.6 Hasil Uji T Variabel Pelayanan .....	70
Tabel 4.7 Hasil Uji T Variabel Religiusitas .....	71
Tabel 4.8 Hasil Uji T Variabel Bagi Hasil.....	71
Tabel 4.9 Determinasi R Square .....	72
Tabel 5.1 Presentase Pelayanan .....	74
Tabel 5.2 Presentase Religiusitas.....	77
Tabel 5.3 Presentase Bagi Hasil.....	81
Tabel 5.4 Tabel Presentasi Indikator Simultan .....	85

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	41
Gambar 4.1 Struktur Organisa BSI Banyuwangi .....	59
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	66

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Untuk kata yang sudah diserap atau sering digunakan dalam bahasa Indonesia, penulisannya disesuaikan dengan ejaan yang berlaku dalam bahasa Indonesia. Untuk kata yang belum diserap atau jarang digunakan dalam bahasa Indonesia, penulisannya sesuai dengan ketentuan sebagai berikut :

Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin
أ	'	ز	Z	ق	Q
ب	B	س	S	ك	K
ت	T	ش	Sy	ل	L
ث	Ts	ص	Sh	م	M
ج	J	ض	D	ن	N
ح	H	ط	T	و	W
خ	Kh	ظ	Z	ه	H
د	D	ع	'	ء	'
ذ	Z	غ	G	ي	-
ر	R	ف	F		

Catatan :

1. Konsonan yang bersyahadah ditulis rangkap.

Misalnya : ر بنا ditulis rabbana.

2. Vokal panjang (mad) :

Fathat (baris di atas) ditulis dengan u, misalnya : القارعة : al-qoori'ah,

المفلحون ditulis dengan al-muflihuun, المساكين ditulis dengan al-masaakiin.

3. Kata sandang alif + lam (ال)

Bila diikuti oleh huruf Qamariyah al, misalny : الكافرون ditulis dengan al-kafirun. Sedangkan, bila diikuti oleh huruf syamsiyah, huruf lam diganti dengan huruf yang diikutinya , misalnya : الرجال ditulis dengan ar-rijal.

4. Ta' marbuthah (ة) Bila tercetak diahir kalimat, tulisan h, misalnya : البقرة ditulis dengan al-baqarah, bila ditengah kalimat t, misalntya : زكاة المال ditulis dengan zakat maal, atau سورة النساء ditulis dengan surat annisa'.
5. Penulisan kata dan kalimat dilakukan menurut tulisannya.  
Misalnya : وهو خير ارازقين ditulis dengan wa huwa khoir ar-raziqin.



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank berasal dari kata *Italia banco* yang artinya bangku. Bangku inilah yang dipergunakan oleh bangkir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi bank. Menurut Muhammad dikatakan bahwa Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syari'ah Islam (Rimsky, 2011: 92-93).

Bank syariah muncul pertama kali di Mesir pada tahun 1963. Ahmad El Najjar, perintis usaha ini, mengambil bentuk sebuah bank yang simpanannya berbasis *Profit Sharing* (pembagian laba). Empat tahun kemudian di Mesir berdiri 9 bank dengan konsep yang sama, tidak memungut ataupun menerima bunga dan menginvestasikan sebagian besar uang penabung pada usaha perdagangan dan industri dalam bentuk *partnership* lalu membagi keuntungannya dengan para penabung (Abu, 2011: 25-26).

Barulah pada awal 1970-an bermunculan bank-bank lain dalam skala yang lebih besar. Tahun 1972, di Mesir berdiri *Nasir Social Bank* yang mengumumkan diri sebagai bank komersil bebas bunga, meski tak mencantumkan rujukan kepada agama apa pun dalam akta pendiriannya.

Akhir tahun 1973, berdiri *Islamic Development Bank* (IDB) di Jeddah, Saudi Arabia, yang disponsori oleh negara-negara anggota OKI (Organisasi Konferensi Islam). IDB menyediakan jasa keuangan berbasis *fee* dan *profit sharing* untuk negara-negara anggotanya dan secara eksplisit menyatakan diri berdasar pada syariah Islam (Abu, 2011: 26).

Dunia perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam hal memajukan ekonomi nasional. Sebagai lembaga keuangan, bank mempunyai tugas pokok berupa menghimpun dana (*funding*) dan kemudian menyalurkan kembali dana (*lending*) tersebut kepada masyarakat untuk jangka waktu tertentu. Mengingat peranan lembaga perbankan yang demikian penting, maka terhadap lembaga perbankan perlu senantiasa dilakukan pembinaan dan pengawasan yang efektif (Hirin, 2014:187).

Dengan demikian sangatlah perlu peraturan perundang-undangan dibidang perbankan yang memadai agar mampu menghadapi perkembangan perekonomian nasional yang senantiasa bergerak cepat, agresif, kompetitif, dan terintegrasi dengan adanya tantangan yang semakin lengkap serta sistem keuangan yang semakin maju dan canggih. Untuk itu pemerintah sudah melakukan penyesuaian terhadap Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yang mendasari atas asas demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kepercayaan dan kehati-hatian (Hirin, 2014: 188).

Praktik perbankan yang menggunakan sistem bunga atau riba tentu sudah tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam menjalankan aktivitas

ekonomi, dimana larangan riba sudah jelas didalam al-qur'an yang berbunyi sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ يَفُومُونَ لَا الرِّبَا إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي الشَّيْطَانُ يَتَخَبَّطُهُ مِنَ الْمَسِّ  
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ  
 مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ  
 أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya (QS. Al-Baqarah: 275).

Memasuki era globalisasi, para pengusaha bersaing untuk memajukan usahanya dengan persaingan yang cukup ketat dan pesat. Agar bisa bertahan dalam persaingan yang cukup ketat tersebut, selain memerlukan hukum untuk menjamin kepastian hukum dalam tindakan mereka, pengusaha juga memerlukan lembaga keuangan dalam bentuk perbankan yang menjamin kelancaran bisnis mereka. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan jasa pelayanan perbankan dalam bentuk bank garansi (Hirin, 2014: 188).

Perbankan merupakan sebuah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, antara lain: menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan

memberikan jasa pengiriman uang. Sedangkan, perbankan syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang usahanya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang dan pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Muhammad, 2012: 1).

Perkembangan perbankan syariah bukan hanya dilihat dari sisi penambahan kuantitas saja, tetapi juga dilihat dari sisi sistem dan layanan. Bank umum syariah maupun unit syariah sebelumnya hanya boleh melayani calon nasabah di kantor cabang syariah atau kantor cabang pembantu. Namun sejak *office-channeling* yang didasari Peraturan BI Nomor 8/3/PBI/2006 dan berlaku efektif Mei 2007 pelayanan jasa *financing*, seperti pembukuan rekening, setor, transfer, kliring, dan tarik tunai bisa dilakukan di cabang bank umum yang mempunyai unit syaria'ah. Dengan penerapan *office-channeling* ini, akselerasi pertumbuhan bisa segera terealisasi (Kertajaya dan Sula, 2016: 25).

Keberhasilan sistem keuangan syariah sampai saat ini bukan semata-mata atas adanya dukungan regulasi pemerintah, tetapi juga didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan tersebut. Lembaga keuangan syariah dalam hal ini merupakan perbankan syariah secara umum, dianggap oleh sebagian orang sebagai alternatif bagi sebagian masyarakat yang sudah jenuh dengan sistem ekonomi kapitalis, sebuah sistem ekonomi yang sudah lama mendunia dan selalu mengutamakan kekayaan

pribadi berdampak pada ketidak merataan distribusi kekayaan sehingga banyak terjadi kesengsaraan (Kertajaya dan Sula, 2016: 25).

Banyak hal yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan dalam mempengaruhi minat mereka. Diantaranya faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menentukan keputusan adalah faktor pengetahuan, agama, lokasi, bagi hasil/margin, pelayanan, produk, promosi, harga, proses, pegawai, bukti fisik, persepsi, motivasi dan pembelajaran, dan pendapatan.

Diantara beberapa faktor tersebut, peneliti hanya mengambil sebagian faktor yang mempengaruhi minat tersebut. Adapun diantaranya: faktor pelayanan, faktor religiusitas, dan faktor bagi hasil.

Faktor pelayanan, yaitu suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain. Baik buruknya pelayanan sangat berpengaruh besar dalam penentuan keputusan (Rizkiawan, 2019).

Faktor religiusitas menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 208:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ ۖ وَلَا كَافَّةً تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ  
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu kedalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.Dapat

disimpulkan bahwa religiusitas adalah ketaatan seseorang dalam meyakini suatu agama yang diwujudkan dalam bertingkah laku, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari (Astuti, Masitoh dan Saddi, 2020: 168).

Bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana. Jika bank konvensional membayar bunga kepada nasabahnya, maka bank syariah membayar bagi hasil atas keuntungan sesuai dengan kesepakatan. Kesepakatan ini ditetapkan dengan suatu angka tingkat rasio bagi hasil atau nisbah (Astuti, Masitoh dan Saddi, 2020: 168).

Minat adalah proses memperhatikan dan mengambil tindakan hal-hal yang menyertai kesenangan. Minat adalah motivasi yang mendorong seseorang untuk mengambil tindakan untuk memenuhi kebutuhan. Sedangkan secara terminologi, minat diartikan sebagai perangkat mental yang terdiri dari campuran perasaan, harapan, sikap, prasangka atau kecenderungan lain yang membimbing individu pada pilihan tertentu tanpa ada paksaan dari pihak lain. Minat memiliki keterkaitan dengan fakta internal, faktor internal yang mempengaruhi minat antara lain, umur, berat badan, jenis kelamin, pengalaman, dan sebagainya. Lingkungan eksternal meliputi lingkungan rumah, sekolah, dan lain-lain mengajukan tiga faktor yang menimbulkan minat, pertama, dorongan dalam diri individu, kedua, motivasi sosial untuk mendapat imbalan merangsang keinginan untuk

berkreasi, ketiga, emosional yaitu keinginan untuk sesuatu menimbulkan minat untuk bertindak (Astuti, Masitoh dan Saddi, 2020: 168).

### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah pelayanan (X1) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi?
2. Apakah religiusitas (X2) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi?
3. Apakah bagi hasil (X3) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi?
4. Apakah pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah pelayanan (X1) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui apakah religiusitas (X2) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.
3. Untuk mengetahui apakah bagi hasil (X3) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.
4. Untuk mengetahui apakah pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

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

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Penulis Lain

Ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama, dapat digunakan sebagai bahan acuan.

###### b. Bagi Praktisi Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi praktisi Bank Syariah untuk meningkatkan sosialisasi yang dapat menarik minat masyarakat.

###### c. Bagi Masyarakat

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang apakah pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

#### **E. Batasan Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada pengaruh pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi kantor cabang Ahmad Yani.



## **F. Definisi Operasional**

Adapun variabel-variabel yang perlu dioperasionalkan adalah sebagai berikut:

### **1. Faktor Pelayanan**

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pengertian proses disini terbatas dalam kegiatan manajemen dalam rangka pencapaian tujuan organisasi (Moenir, 2016: 17).

### **2. Faktor Reliugisitas**

Religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 208: Artinya: "hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu kedalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu".Dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah ketaatan seseorang dalam meyakini suatu agama yang diwujudkan dalam bertingkah laku, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari (Astuti, Masitoh dan Saddi, 2020: 168).

### **3. Bagi hasil**

Bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana (Rofiq, 2014). Jika bank konvensional membayar bunga kepada nasabahnya, maka bank syariah membayar bagi hasil atas keuntungan sesuai dengan

kesepakatan. Kesepakatan ini ditetapkan dengan suatu angka tingkat rasio bagi hasil atau nisbah (Astuti, Masitoh dan Saddi, 2020: 168).

#### 4. Minat Menabung

Minat adalah proses memperhatikan dan mengambil tindakan hal-hal yang menyertai kesenangan. Minat adalah motivasi yang mendorong seseorang untuk mengambil tindakan untuk memenuhi kebutuhan. Sedangkan secara terminologi, minat diartikan sebagai perangkat mental yang terdiri dari campuran perasaan, harapan, sikap, prasangka atau kecendrungan lain yang membimbing individu pada pilihan tertentu tanpa ada paksaan dari pihak lain. Minat memiliki keterkaitan dengan fakta internal, faktor internal yang mempengaruhi minat antara lain, umur, berat badan, jenis kelamin, pengalaman, dan sebagainya. Lingkungan eksternal meliputi lingkungan rumah, sekolah, dan lain-lain mengajukan tiga faktor yang menimbulkan minat, pertama, dorongan dalam diri individu, kedua, motivasi sosial untuk mendapat imbalan merangsang keinginan untuk berkreasi, ketiga, emosional yaitu keinginan untuk sesuatu menimbulkan minat untuk bertindak (Astuti, Masitoh dan Saddi, 2020: 168).

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam proses mempertimbangkan hingga memilih hingga menggunakan jasa perbankan syariah. Faktor-faktor tersebut adalah faktor produk, religiusitas, pelayanan, bagi hasil, transparansi dan lain-lain. Penelitian ini hanya berfokus pada faktor pelayanan, religiusitas dan bagi hasil.

##### 1. Pelayanan

###### a. Pengertian pelayanan

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau langganan. Suatu perusahaan seperti perbankan untuk menarik perhatian nasabah harus memiliki layanan yang baik agar nasabah merasa puas (Andespa, 2017: 61).

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pengertian proses disini terbatas dalam kegiatan manajemen dalam rangka pencapaian tujuan organisasi (Moenir, 2016: 17).

b. Bentuk-bentuk layanan ada 3 macam yaitu :

a) Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat. Bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan kepada siapapun yang memerlukan.

b) Layanan melalui tulisan

Layanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Pada dasarnya layanan melalui tulisan cukup efisien terutama bagi layanan jarak jauh karena faktor biaya.

c) Layanan bentuk perbuatan

Layanan dalam bentuk perbuatan ini memerlukan keahlian dan ketrampilan yang sangat menentukan terhadap hasil perbuatan atau pekerjaan yang sangat menentukan terhadap hasil perbuatan atau pekerjaan dan faktor kecepatan dalam pelayanan menjadi dambaan setiap nasabah, disertai dengan kualitas hasil yang memadai.

Bagi nasabah yang mengutamakan keuntungan atau kemanfaatan yang diperoleh kualitas layanan (*service*) adalah juga faktor yang mempengaruhi mereka memilih sebuah produk. Jika Pelayanan yang diterimanya buruk, sudah pasti mereka

beralih ke produk lain. Sebaliknya, jika pelayanan baik, mereka tidak akan segan-segan untuk setia pada produk itu.

Adapun yang termasuk dalam kategori pelayanan adalah bagaimana keramahan pelayanan *customer officer* dan juga kualitas produk yang ditawarkan. Selain itu kecepatan waktu, memprioritaskan nasabah dan kenyamanan ruang tempat transaksi termasuk juga menjadi pertimbangan nasabah, ketepatan pencatatan merupakan hal yang penting sebagai bukti administrasi dan transaksi kedua belah pihak dan itu diharuskan (Atep, 2013: 14).

c. Lima dimensi pelayanan meliputi :

- 1) Kehandalan (*Reability*), menunjukkan kemampuan pelayanan yang diharapkan secara bebas dan akurat.
- 2) Ketanggapan (*Responsiveness*), berisi keinginan untuk menolong langganan dan memberi pelayanan dengan cepat.
- 3) Jaminan (*Asurance*), berisi keinginan untuk menolong langganan dan memberi pelayanan dengan cepat.
- 4) Empati (*Empathy*), berupa perhatian terhadap langganan yang meliputi pendekatan, penciptaan rasa aman dan berusaha memahami keperluan langganan.
- 5) Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi penampilan fisik, perlengkapan, tenaga dan sarana komunikasi.

Tetapi dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan tiga indikator dikarenakan keterbatasan waktu. Indikator Keandalan, Ketanggapan dan Jaminan.

d. Karakteristik pelayanan

Jasa pelayanan memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dari barang (Fandy, 2004: 25). Keempat karakteristik itu meliputi :

1) *Intangibility*

Jika bersifat *intangible*, maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Konsep *intangible* pada jasa memiliki dua pengertian yaitu:

- a) Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat diraba
- b) Sesuatu yang tidak dapat dengan mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah. Dengan demikian, orang tidak dapat menilai kualitas jasa sebelum ia merasakannya sendiri. Bila pembeli suatu jasa, ia hanya menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan yang bersangkutan tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya.

2) *Inseparability*

Barang biasanya di produksi, kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu

baru kemudian di produksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

### 3) *Variability*

Jasa atau pelayanan bersifat sangat variabel, karena merupakan *nonstandarded out-put*, yang artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa dihasilkan.

### 4) *Perishability*

Jasa atau pelayanan merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi kereta api kosong, kamar hotel yang tidak dihuni atau jam tertentu. Kualitas pelayanan kepada masyarakat sangat tergantung kepada individual aktor dan sistem yang dipakai.

## e. Jenis layanan

Jenis layanan terdiri dari berbagai macam antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan :

- 1) Pemberian jasa-jasa saja.
- 2) Layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barangbarang saja.
- 3) Layanan ganda yang berkaitan dengan kedua-duanya.

Jenis-jenis pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat tergantung kepada kebutuhan, keinginan, kemampuan

kedua belah pihak, baik pemberi layanan maupun yang membutuhkan pelayanan. Pelayanan bank syariah yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan pelayanan karyawan kepada nasabah yang terjadi di kantor bank syariah saja. Tapi mencakup kepada aksesibilitas, kredibilitas, kecepatan, ketepatan pencatatan, jaringan kantor yang luas, kelengkapan produk, keamanan dan fasilitas kemudahan atas informasi di bank syariah lainnya (Atep, 2013: 15).

f. Pelayanan dalam konsep islam

Pelayanan merupakan aktivitas yang dilakukan seseorang untuk dapat membantu memenuhi kebutuhan atau tuntunan seseorang. Seperti yang diungkapkan Cak Nur (Nurcholis Madjid) dalam Azhari (2010: 89), kerja dalam pandangan Islam adalah *mode of existence* Harga manusia sangat ditentukan oleh amal atau kerja yang dilakukannya. Jika ia melakukan suatu pekerjaan yang baik dengan penuh kesungguhan ia akan mendapatkan balasan yang baik pula di dunia dan diakhirat. Sebaliknya jika ia melakukan pekerjaan yang buruk, maka ia akan memperoleh balasannya.

2. Religiusitas

a. Pengertian religiusitas

Kata religi terdapat didalam bahasa Belanda (*Religie*) dan dalam bahasa Inggris (*Religion*). Kata-kata religi ini masuk ke



Indonesia dengan dibawa oleh orang-orang barat pada saat menjajah indonesia seperti Belanda dan Inggris. Dimana kata religi ini dibawa sekaligus menyebarkan agama kristen dan khatolik di Indonesia. Asal dari Kata *religi* atau *religion* yaitu *relegere* atau *relegare* yang berasal dari bahasa latin. Arti dasar dari kata *relegere* yaitu berhati-hati dan berpegang pada aturan dan norma secara ketat dalam hal agama. Lebih lanjut bisa dijelaskan bahwa *religi* merupakan suatu keyakinan, norma-norma serta nilai-nilai dalam hidup yang harus dipegangi dan dijaga dengan penuh perhatian agar tidak menyimpang dan lepas pada keyakinan dan ajaran agama (Muhaimin, 2015: 34).

Kata dasar *relegare* berarti mengikat, yang dimana maksud dari kata mengikat adalah mengikatkan diri kepada kekuatan gaib yang suci. Kekuatan tersebut diyakini mampu meenetukan jalan hidup dan mempengaruhi tentang kehidupan manusia di dunia ini. Dengan demikian bisa diartikan kata *religi* memiliki makna sebagai sebuah keyakinan kepada kekuatan gaib yang suci yang bisa menentukan arah hidup dan kehidupan manusia sesuai dengan aturan dan norma secara ketat agar tidak lepas dan menyimpang dari kehendak apa saja yang telah menjadi ketetapan oleh kekuatan gaib yang suci tersebut dalam kehidupan (Muhaimin, 2015: 34).

Religiusitas dan keberagaman diwujudkan dalam berbagai kehidupan manusia. Dimana suatu bentuk seseorang dalam menjalankan bagian dari aktivitas agama bisa dilihat dari berbagai kegiatan lain yang dilakukan karena adanya dorongan dari kekuatan supranatural, hal ini juga menjelaskan bahwa aktivitas agama tidak hanya terbatas sebagai ibadah praktis saja namun berbagai aktivitas yang mencerminkan bentuk dari religiusitas. Keberagaman meliputi berbagai macam sisi atau dimensi dan tidak terbatas pada aktivitas yang tidak terlihat dan terjadi dalam hati seseorang. Maka dari itu agama adalah sebuah sistem yang berdimensi banyak agama. Dimana dalam pengertian yang dijelaskan oleh Glock dan Strak bahwa agama adalah sistem simbol, sistem nilai, sistem keyakinan, dan sistem perilaku seseorang yang terlembangkan dan berpusat pada berbagai persoalan yang dihayati dan paling maknawi (Ancok, 2011: 76).

#### b. Fungsi Agama dalam Kehidupan Individu

Fungsi agama dalam kehidupan individu adalah sebagai sebuah sistem nilai yang mengandung norma-norma tertentu. Pada umumnya norma-norma tersebut menjadi pedoman untuk menjalankan segala aktivitasnya baik dalam bersikap maupun dalam bertingkah laku agar sejalan dan tidak menyimpang dari keyakinan agama yang dianutnya. Sebagai sebuah sistem,

dimana nilai agama mempunyai makna yang khusus dalam kehidupan individu dan dipertahankan sebagai bentuk ciri khas dalam dirinya.

Dilihat dari peran dan fungsi agama bagaimana mempengaruhi kehidupan individu baik itu dalam bentuk sistem nilai, pedoman hidup dan motivasi, maka yang paling penting adalah pengaruh dari agama sebagai pembentuk kata hati (*conscience*).

Pada setiap diri manusia telah memiliki potensi untuk bagaimana memberi arah dalam kehidupannya. Dimana ada beberapa potensi yaitu potensi naluriah (*hidayat al-qharizyyat*), potensi inderawi (*hidayat al- hissiyat*), potensi nalar (*hidayat aqliyyat*) dan potensi agama (*hidayat aldiniyyat*). Kesemua potensi ini adalah sebuah fitrah yang dibawa semenjak manusia lahir ke dunia ini.

Pengaruh dari lingkungan terhadap seseorang individu adalah memberi bimbingan kepada potensi yang dimilikinya itu. Maka dari hal tersebut agama memiliki pengaruh pada kehidupan seseorang individu yaitu memberi rasa bahagia, kemantapan batin, rasa terlindungi, rasa puas dan rasa sukses. Perasaan positif inilah membuat seseorang terdorong dirinya untuk melakukan segala aktivitas dalam kehidupannya. Dalam kehidupan seseorang individu agama menjadi sebuah motivasi

dan menjadi nilai etik yang merupakan sebuah harapan. Berawal dari motivasi yang dimiliki mampu menjadi sebuah pendorong seseorang untuk berekreasi, berbuat kebajikan dan berkorban. Sedangkan nilai etik membuat seseorang untuk senantiasa untuk berlaku jujur, tidak mengingkari janji, menjaga kepercayaan yang diberikan kepadanya dan berbagai nilai etik lainnya. Harapan menjadikan seseorang bersikap dengan ikhlas atas apa yang terjadi dan atas apa yang dia lakukan, bisa membuat seseorang menerima cobaan yang berat dalam kehidupannya, dan senantiasa berdoa. Semua sikap inilah yang sangat menyentuh secara mendalam jika semua bersumber dari keyakinan terhadap agama.

c. Dimensi religiusitas

Glock dan Stark dalam Ancok dan Fuad menjelaskan bahwa terdapat empat macam dimensi religiusitas atau dimensi keagamaan (Nashori, 2012: 78-82). Adapun dimensinya antara lain:

1) Dimensi Ideologi (Keyakinan)

Pada dimensi Ideologi orang yang religius atau orang yang beragama berpegang kokoh pada pandangan teologis tertentu yang berisikan pengharapan-pengharapan dan pengkuan atas semua kebenaran dari doktrin tersebut. Para penganut agama diharapkan akan taat kepada agama yang dianutnya karena

setiap agama mempunyai seperangkat kepercayaan. Ruang lingkup dimensi ini mencakup beberapa hal seperti yakin kepada rukun iman, percaya kepada keEsaan tuhan, keyakinan akan adanya surga dan Neraka, keyakinan pada hari pembalasan dan percaya terhadap hal-hal yang bersifat gaib dimana telah diajarkan oleh agama dalam hidup ini.

## 2) Dimensi Ritualistik (Dimensi Peribadatan atau Praktek Agama)

Salah satu ciri yang bisa terlihat dari religiusitas seseorang adalah dari perilaku atau kegiatan ibadah yang dilakukannya. Dimensi ini bisa diukur dari sejauh mana tingkat kepatuhan seseorang dalam menjalankan kegiatan ibadah sebagaimana yang telah menjadi perintah didalam agamanya. Untuk dimensi ini bisa dilihat dari frekuensi, intensitas dan pelaksanaan ibadah yang dikerjakan oleh seseorang. Selain itu dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan berbagai hal yang dilakukan oleh seseorang untuk menunjukkan sebuah komitmen terhadap agama yang dianutnya. Beberapa hal yang menjadi bagian dari dimensi ini adalah antara lain seperti kepatuhan seseorang dalam mengerjakan sholat, menjalankan ibadah puasa Ramadhan, membayar zakat, ibadah qurban, rutin membaca Al-quran dan segala bentuk praktek ibadah yang sesuai dengan ajaran

agama yang dianutnya. Segala bentuk praktek keagamaan diatas terbagi kedalam dua kelas penting yaitu:

a) Ritual keagamaan

Berbagai tindakan keagamaan yang formal praktek-praktek ibadah yang suci yang ada dalam ajaran setiap agama, dimana diharapkan diikuti dan dilaksanakan oleh para penganutnya.

b) Ketaatan dalam beragama

Ritual keagamaan dan ketaatan dalam menjalankan ibadah agama adalah sesuatu yang tidak bisa dipisahkan keduanya ibaratkan ikan dan air walaupun ada perbedaan penting. Apabila aspek ritual dari komitmen sangat formal dan khas *public* pada semua agama yang ada tentunya memiliki perangkat tindakan persembahan yang relatif spontan, informal dan khas pribadi.

3) Dimensi pengalaman

Wujud dari religiusitas yang semestisnya bisa segera diketahui adalah dari perilaku sosial seseorang. Jika seorang yang senantiasa melakukan segala tindakan atau perilaku yang baik dengan didorong oleh motivasi agama, maka hal tersebut adalah bentuk dari keberagamannya. Aspek dari dimensi ini berhubungan dengan pemeluk agama untuk mengaplikasikan ajaran agama yang didapatkannya dalam

kehidupan sehari-hari berlandaskan spritualitas dan etika dari agama yang dianutnya. Lebih jauh dimensi ini menyangkut hubungan manusia sesama manusia dan hubungan manusia dengan lingkungan alam sekitarnya. Hubungan tersebut bisa berbentuk sikap ramah dan baik kepada orang lain, berusaha untuk konsisten menegakkan hal yang benar dan menegakkan rasa adil ditengah kehidupan bermasyarakat, menolong orang lain, menjaga alam, menghargai waktu dan berbagai contoh lainnya.

#### 4) Dimensi pengetahuan

Aspek dimensi ini berhubungan dengan sejauh mana pemahaman dan pengetahuan seseorang terhadap ajaran agama yang dianutnya. Seseorang yang beragama setidaknya harus tau dasar-dasar tentang keyakinan, ritus-ritus, tradisi-tradisi dan kitab suci yang ada dalam agamanya. Didalam agama Islam kitab suci yang menjadi pedoman hidup dan sekaligus menjadi sumber dari ilmu pengetahuan adalah kitab suci Al-Qur'an yang dijamin keutuhannya. Hal ini bisa dipahami bahwa setiap orang yang beragama Islam sangat penting untuk bisa paham tentang kitab sucinya agar religiusitas seseorang muslim tidak hanya sebatas dataran simbolisme eksoterik. Terdapat empat bidang yang meliputi aspek ini yaitu bidang akidah, ibadah, akhlak serta bidang

yang terakhir Al-Qur'an dan Hadist. Maka, aspek ini meliputi empat bidang yaitu, akidah, ibadah, akhlak, serta pengetahuan Al-Qur'an dan Al-hadits.

### 3. Bagi hasil

#### a. Pengertian bagi hasil

Bagi hasil menurut terminologi asing (Inggris) dikenal dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi yaitu pembagian laba. Secara definitif *profit sharing* artinya distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. Pada mekanisme lembaga keuangan syari'ah atau bagi hasil, pendapatan bagi hasil ini berlaku untuk produk-produk penyetoran, baik penyetoran menyeluruh maupun sebagian-sebagian, atau bentuk bisnis kooperatif (kerjasama). Keuntungan yang dibagi dihasilkan harus dibagi secara proporsional antara *shahibul mal* dengan *mudharib*. Dengan demikian, semua pengeluaran rutin yang berkaitan dengan bisnis *mudharabah*, bukan untuk kepentingan pribadi *mudharib*, dapat dimasukkan ke dalam biaya operasional (Wirduyaningsih, 2015: 61).



## b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi bagi Hasil

### 1) Faktor langsung

#### a) *Investement rate*

Merupakan persentase aktual dana yang diinvestasikan dari total dana. Jika bank menentukan *investment rate* sebesar 80%, hal ini berarti 20% dari total dana di alokasikan untuk memenuhi likuiditas.

b) Jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan jumlah dana dari berbagai sumber dana yang tersedia untuk di investasikan.

### 2) Faktor tidak langsung

#### a) Penentuan butir-butir pendapatan dan biaya mudhorobah.

Bank dan nasabah melakukan *share* dalam pendapatan dan biaya (*profit and sharing*). Pendapatan yang "dibagi hasilkan" merupakan pendapatan yang diterima dikurangi biaya-biaya. Jika semua biaya ditanggung bank, hal ini disebut *revenue sharing*.

b) Kebijakan akunting (prinsip dan metode akunting) Bagi hasil secara tidak langsung dipengaruhi oleh berjalannya aktivitas yang diterapkan, terutama sehubungan dengan pengakuan pendapatan dan biaya.

Dalam perbankan syari'ah, perangkat yang digunakan adalah system bagi hasil yang lebih menguntungkan kedua belah

pihak. Bagi hasil dapat diartikan bahwa bank dan nasabah melakukan *share* atas keuntungan yang diperoleh. prinsip bagi hasil (*profit sharing*) berdasarkan pada kaidah mudharabah. Dengan penabung, bank akan bertindak sebagai mudharib (pengelola dana) sementara penabung sebagai shahibul maal (penyandang dana). Di sisi lain, dengan peminjam dana, bank Islam akan bertindak sebagai shahibul maal sementara peminjam akan berfungsi sebagai mudharib (Syafi'i, 2011: 139).

Menurut Syafi'i Antonio, terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi bagi hasil yaitu faktor langsung dan faktor tidak langsung. Faktor langsung meliputi :

- 1) *Investment Rate*, yaitu persentase aktual dana yang di investasikan dari total dana. Jika bank menentukan investasi rate sebesar 80%, hal ini berarti 20% dari total dana dialokasikan untuk likuiditas.
- 2) Jumlah dana yang tersedia untuk di investasikan merupakan jumlah dana dari berbagai sumber dana yang tersedia untuk diinvestasikan dan di hitung dengan menggunakan metode rata-rata saldo minimum bulanan atau rata-rata saldo harian.
- 3) Nisbah (*profit sharing ratio*) yang harus ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian. Sedangkan faktor tidak langsungnya dipengaruhi oleh penentuan butir-butir

pendapatan dan biaya mudharabah dan kebijakan akunting (prinsip dan metode akunting) (Syafi'i, 2011: 139).

Sistem bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikannya adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua pihak atau lebih. Bagi hasil dalam perbankan syari'ah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syari'ah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus di tentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan (Syafi'i, 2011: 139).

Mekanisme perhitungan bagi hasil yang diterapkan di dalam perbankan syari'ah terdiri dari dua sytem yaitu :

*1) Profit sharing*

*Profit Sharing* menurut etimologi Indonesia adalah bagi keuntungan. Dalam kamus ekonomi di artikan pembagian laba (Muhammad, 2012: 101). *Profit* secara istilah adalah perbedaan yang timbul ketika total pendapatan (*total revenue*) suatu perusahaan lebih besar dari biaya total (*total cost*).

Dalam istilah lain *profit sharing* adalah perhitungan bagi hasil yang didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Istilah perbankan syariah yang sering dipakai adalah *profit and loss sharing* dimana hal ini dapat diartikan sebagai pembagian antara untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha yang telah dilakukan.

Sistem *profit dan loss sharing* dalam pelaksanaannya merupakan bentuk dari perjanjian kerjasama antara pemodal (*investor*) dan pengelola modal (*entrepreneur*) dalam menjalankan kegiatan usaha ekonomi, dimana antara keduanya akan terikat kontrak bahwa didalam usaha tersebut jika mendapat keuntungan akan dibagi kedua pihak sesuai nisbah kesepakatan diawal perjanjian, dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan ditanggung bersama sesuai porsi masing-masing (Syamsul, 2013: 3).

## 2) *Revenue Sharing*

*Revenue sharing* berasal dari bahasa inggris yang terdiri dari dua kata yaitu *revenue* yang berarti hasil, penghasilan, pendapatan. *Sharing* yang berarti bentuk kata kerja dari *share* yang berarti bagi atau bagian. *Revenue sharing* berarti

pembagian hasil, penghasilan atau pendapatan (Muhammad, 2012: 101).

c. Prinsip-Prinsip Bagi Hasil

- 1) Prinsip Keadilan dan Kehati-hatian tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah kemudian bank sebagai pengelola akan mengembangkan dana yang terkumpul dari nasabah untuk usaha-usaha yang baik secara profesional.
- 2) Prinsip Kesederajatan, dimana menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank.
- 3) Prinsip Ketentraman, Produk-produk Bank Syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah Muamalah Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Sehingga, nasabah merasakan ketentraman lahir maupun batin (Mutasowifin dalam Raihanah Daulay, 2010: 5).

Distribusi pembagian hasil usaha bank syariah dengan nasabah penghimpunan dana hanya didasarkan pada akad

mudharabah, pembagian hasil usaha dilakukan berdasarkan pada nisbah yang disepakati pada awal akad (Wiroso, 2015: 89).

Selain itu perbankan syariah juga memiliki perbedaan dengan perbankan konvensional seperti investasi yang sesuai dengan syariat Islam, dan tidak adanya spekulasi dalam mata uang asing untuk meraup keuntungan. Adapun perbedaan dari kedua bank tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.1

**Tabel 2.1 Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah**

No	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Melakukan investasi yang halal	Investasi yang halal dan haram
2	Berdasarkan prinsip bagi hasil	Adanya bunga sebagai perangkat
3	Didasarkan pada keuntungan dan falah	Hanya berdasarkan keuntungan
4	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk debitur-debitur
5	Penghimpunan harus dengan fatwa Dewan Pengurus Syariah	Tidak terdapat dewan sejenis

Sumber: Sugiarto, 2019

#### d. Indikator Bagi Hasil

Pada UU RI NO 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, nasabah merupakan konsumen yang menggunakan fasilitas jasa Bank Syariah UUS. Agar pemberian pelayanan benar-benar maksimal sehingga dapat membuat nasabah merasa terpenuhi segala kebutuhannya, maka bank harus memahami betul karakter setiap nasabah secara umum (OJK 2018).

Dalam pengambilan keputusan atas pembelian terlebih dahulu bank harus mengenali beberapa perilaku konsumen.

Sebab dengan mengenali apa saja perilaku konsumen dalam masyarakat, pemasaran produk dapat berjalan sesuai yang diinginkan. Menurut Kotler dan Amstrong (2012: 62-64) terdapat indikator yang mempengaruhi bagi hasil. Adapun indikatornya antara lain :

1) Indikator Budaya

Budaya (*culture*) adalah dasar keinginan dan perilaku seseorang. Seseorang yang menjadi pemasar sebuah produk atau jasa harus memahami nilai-nilai budaya secara menyeluruh.

2) Indikator Keluarga

Keluarga adalah kelompok konsumen yang penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga adalah kelompok referensi yang sangat berpengaruh.

3) Indikator Peran dan Status

Peran atau *role*, setiap orang sangat diharapkan dapat melakukan hal ini. Setiap orang memandang status, orang memilih produk yang dapat mewakili peran mereka serta status yang diinginkan dalam masyarakat.

4. Minat Menabung

a. Pengertian Minat

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai suatu kecenderungan hati (kesukaan) terhadap suatu

perhatian. Kesukaan atau minat terhadap sesuatu perhatian tersebut merupakan hasil belajar yang bisa menyokong untuk belajar selanjutnya (Slamet, 2019: 121).

Minat merupakan motivasi dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang bertujuan agar bisa memuaskan kebutuhannya. Menurut pendapat Crow D Leater dan Crow Alice menjelaskan bahwa minat merupakan dorongan bagi seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, kegiatan, benda dan pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Minat adalah persaan ingin mengetahui terhadap sesuatu, mempelajari sesuatu tersebut, mengagumi bahkan sampai pada tahap memilikinya. Menurut pendapat John Crities bahwa minat adalah sebuah ranah apeksi, berawal dari kesadaran hingga sampai pada pilihan nilai. Menurut pendapat lainnya oleh Holland bahwa minat adalah merupakan sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat bukanlah sesuatu yang timbul dengan sendirinya melainkan ada unsur kebutuhan, misalnya kebutuhan untuk menabung uangnya di bank (Djali, 2019: 121).

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Menurut Crow and crow dalam Abdul Rahman Saleh ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat (Abdul, 2014: 265-267) yaitu sebagai berikut :



### 1) Faktor dari dalam

Faktor dari dalam yaitu faktor yang muncul karena adanya dorongan atas kebutuhan-kebutuhan dari dalam individu tersebut, dimana faktor ini merupakan faktor yang berhubungan dengan beberapa hal seperti motif, fisik, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit dan juga berbagai dorongan lainnya seperti untuk mengadakan kegiatan penelitian dan lain sebagainya.

### 2) Faktor motif sosial

Faktor ini mengarah kepada penyesuaian diri yang membangkitkan minat seseorang karena tujuan untuk melakukan aktivitas tertentu seperti melakukan aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial seperti bekerja, mendapatkan status sosial, dan lain sebagainya.

### 3) Faktor emosional

Faktor emosional yang dimaksudkan dalam hal ini adalah faktor yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi. Artinya, minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam menjalankan suatu aktivitas akan mendorong minat seseorang semakin kuat, sebaliknya kegagalan bisa mempengaruhi turunnya minat terhadap suatu aktivitas tersebut.

## c. Indikator Minat

Menurut Pendapat Kotler bahwa minat untuk menabung dapat diasumsikan sebagai minat beli terhadap sesuatu produk. Dimana menurutnya minat beli merupakan suatu tindakan yang datang dari dalam diri seseorang atas respon terhadap suatu objek tertentu yang menunjukkan bahwa pelanggan memiliki keinginan untuk melakukan pembelian terhadap objek tersebut (Philip, 2005: 78). Terdapat beberapa aspek yang terdapat dalam minat beli berdasarkan menurut pendapat Lucas dan Britt (Lucas, 2013: 101) adalah sebagai berikut :

1) Perhatian (*Attention*)

Pada tahapan ini konsumen memiliki rasa perhatian yang besar terhadap suatu produk barang atau jasa.

2) Ketertarikan (*Interest*)

Pada saat konsumen telah memiliki perhatian terhadap suatu produk baik barang atau jasa maka setelah itu muncul rasa tertarik pada konsumen atas produk tersebut.

3) Keinginan (*Disire*)

Setelah muncul rasa tertarik pada konsumen maka pada tahapan ini konsumen memiliki perasaan untuk memiliki atau mengingini produk tersebut.

4) Keyakinan (*Conviction*)

Pada tahap ini konsumen mulai membuat keputusan untuk memiliki dengan cara membeli karena konsumen telah yakin terhadap produk tersebut.

Pada penelitian ini peneliti hanya menggunakan tiga indikator, yaitu: Perhatian (*Attention*), Ketertarikan (*Interest*), Keyakinan (*Conviction*).

## B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul Penelitian, Tahun	Link Artikel	Rumusan Masalah	Metode Penelitian	Hasil/ Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Andespa Roni, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah, 2017	<a href="http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/almasraf/article/view/90">http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/almasraf/article/view/90</a>	Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah untuk menyimpan uangnya di bank syariah?	Jenis Penelitian : menggunakan metode kuantitatif. Data : data primer. Sumber Data : Seluruh nasabah perbankan syariah di Sumatera Barat. Dimana sampel penelitian yang digunakan sebanyak 250 bank syariah. Teknik Pengambilan Sampel : Metode non probability sampling dengan menggunakan convenience sampling. Alat Analisa : Analisis faktor	Variabel yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah adalah: usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup, pembelajaran, persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, peran dan status, produk, harga, promosi, distribusi, budaya dan keluarga.	1.Menggunakan variabel independen pelayanan. 2.Menggunakan variabel dependen minat menabung.	1.Menggunakan variabel independen yang lain produk, harga.
2	Ahmad Dermawan,	<a href="http://journal.">http://journal.</a>	Faktor-faktor apa saja yang	Jenis penelitian : kuantitatif	1.Lokasi berpengaruh negatif tidak signifikan	1.Menggunakan variabel	1.Menggunakan akan

Lanjutan tabel 2.2

	S.E.,M.si, Ninik Dewi Indahsari, Sri Rejeki, Muhammad Rizqie Aris, & Roqi Yasin, Analisis Fktor- Faktor Yang Mempengaruh i Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah, 2019	stieputrabangs a.ac.id/index.p hp/fokbis/artic le/view/296	mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank syariah jateng?	Sumber data : para nasabah yang berminat menabung di bank syariah, populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di Purwokerto syariah bank jateng dan berusia 17 tahun. Motode penelitian : uji validitas, uji reliabilitas, uji klasikal, uji asumsi, analisis regresi berganda, koefesien determinasi, uji F uji T.	terhadap simpanan. 2.Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. 3.Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung. 4.promosi berpengaruh signifikan terhadap minat simpan. 4.produk tidak berpengaruh signifikan terhadap bunga simpanan. 5.harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap bunga simpanan.	independen pelayamam. 2.Menggunakan variabel dependen minat menabung.	variabel independen yang lain produk, promosi, lokasi, pengetahua n.
3	Rika Dwi Ayu Parmitasari, Ilham Gani dan Julianti Prisanti, faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah kabupaten Bima menabung di bank NTB	http://journal. uin- alauddin.ac.id/ index.php/IBE F/article/view/ 22478	Apakah faktor religiusitas, pelayanan, dan pengetahuan mempengaruhi minat menabung di kabupaten Bima di Bank NTB Syariah?	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (Field Recearc) dengan penelitian kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang berkaitan	1.Berdasarkan hasil analisi maka disimpulkan bahwa variabel religiulias berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menabung masyarakat. 2. Berdasarkan hasil analisis maka disimpulkan bahwa variabel Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat menabung masyarakat. 3. Berdasarkan hasil	1.Menggunakan variabel independen religiusitas. 2Menggunakan variabel dependen minat menabung.	1.Menggun akan variabel independen yang lain harga, lokasi.

Lanjutan tabel 2.2

	Syariah, 2021.			dengan masalah yang diteliti.	analisis maka disimpulkan bahwa variabel pengetahuan dan informasi berpengaruh secara persial terhadap minat menabung.		
4	Gicella Fanny Andriani dan Halmawati, Pengaruh bagi hasil, kelompok acuan, kepercayaan budaya terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, 2019	<a href="http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/article/view/145/105">http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/article/view/145/105</a>		Jenis Penelitian : Kuantitatif. Data: data primer dan data sekunder Sumber Data : Nasabah Bank Syariah di Kota Padang sebanyak 371.226 nasabah (OJK,2018). Teknik Pengumpulan Data : field reseacrch dan library research Pengumpulan data :	1.Bagi Hasil berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. 2. Kelompok acuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah. 3. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah. 4. Budaya berpengaruh positif signifikan terhadap	1.Menggunakan variabel independen bagi hasil. 2.Menggunakan variabel dependen minat menabung.	1.Menggunakan variabel independen yang lain.

Lanjutan tabel 2.2

				survey kuesioner yaitu pengumpulan data melalui pemberian daftar pertanyaan dan dilengkapi dengan beberapa alternatif jawaban kepada responden.	minat menjadi nasabah Bank Syariah.		
5	Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah, 2018	<a href="http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/307/217">http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/307/217</a>	Apa pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah?	Jenis Penelitian : deskriptif dengan pendekatan analisis kuantitatif. Alat ukur: skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah 8954 anggota simpanan mudharabah BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura, Sukoharjo. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan teknik random sampling.	1.Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan. 2. pengetahuan nasabah dapat mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan produk simpanan di BMT Amanah Ummah Gumpang. 3. keputusan anggota untuk menabung di BMT Umat Sejahtera Kalijambe dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, variabel lokasi, variabel kualitas pelayanan, dan variabel bagi hasil.	1.Menggunakan variabel independen religiusitas. 2 Menggunakan variabel independen pelayanan. 3.Menggunakan variabel dependen minat menabung.	1.Menggunakan variabel independen yang lain harga, kualitas.

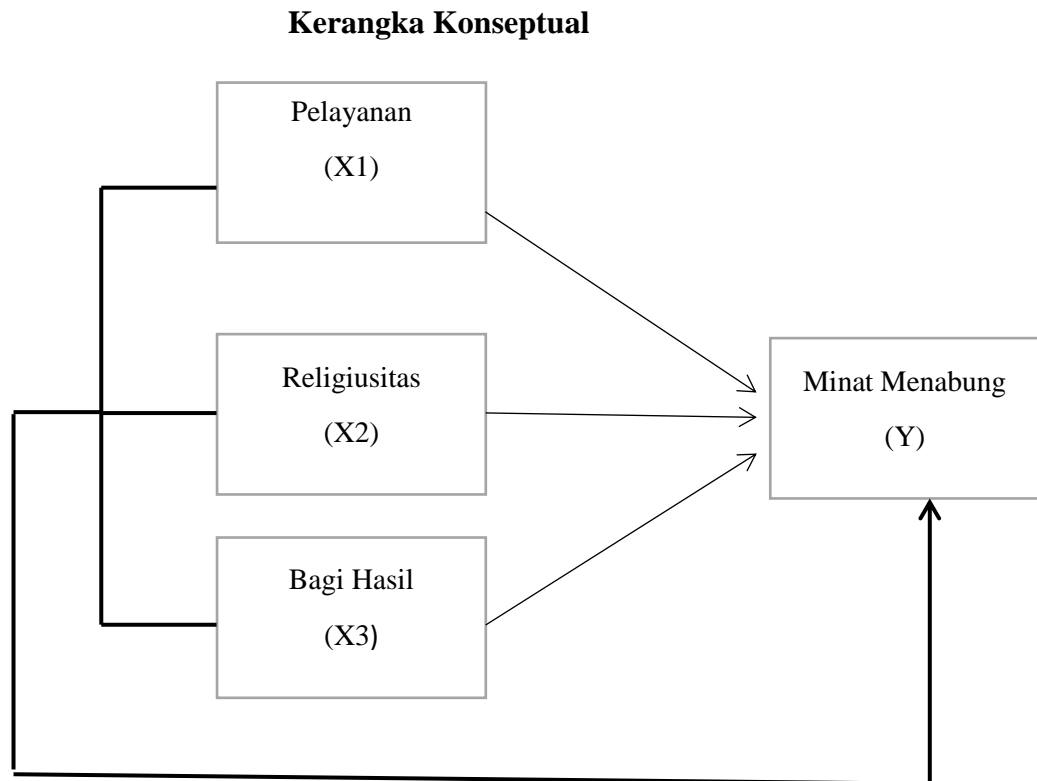
Lanjutan tabel 2.2

6	Melania Reva, pengaruh pelayanan, religiusitas dan bagi hasil terhadap minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi, 2022		1. Apakah pelayanan, religiusitas dan bagi hasil berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di BSI Banyuwangi? 2. Apakah pelayanan, religiusitas dan bagi hasil berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di BSI Banyuwangi?	jenis penelitian: menggunakan metode kuantitatif jenis penelitian : survey. Data primer: observasi di BSI Banyuwangi. Data sekunder: dokumen-dokumen BSI Banyuwangi.	Pelayanan, religiusitas dan bagi hasil baik secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap minat menabung di BSI Banyuwangi.		
---	--	--	---	--	---	--	--

Sumber: Data diolah, 2022



### C. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 kerangka konseptual  
Sumber: Data diolah, 2022

Keterangan:

—————> : Pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

—————> : Pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

#### D. Hipotesis

1. Ha1 = Ada pengaruh yang signifikan pelayanan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

Ho1 = Tidak ada pengaruh yang signifikan pelayanan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

2. Ha2 = Ada pengaruh yang signifikan religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

Ho2 = Tidak ada pengaruh yang signifikan religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

3. Ha3 = Ada pengaruh yang signifikan bagi hasil terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

Ho3 = Tidak ada pengaruh yang signifikan bagi hasil terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

4. Ha4 = Ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan, religiusitas, dan bagi hasil terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

Ho4 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan, religiusitas, dan bagi hasil terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan pada populasi atau sampel (Sugiyono, 2018: 15).

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Menurut Sugiyono (2017: 6), *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya.

#### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan pada 24 Maret sampai waktu yang ditentukan, yaitu di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi yang berlokasi di jalan Jendral Ahmad Yani, no 95 desa Penganjuran, kecamatan Banyuwangi, kabupaten Banyuwangi .

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek / subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan

kata lain populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. (Sugiyono 2016: 55). Adapun populasi pada penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Banyuwangi yang berjumlah 497 orang.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi banyak dan penulis tidak memungkinkan untuk mengetahui semua yang ada dalam populasi, contohnya karena keterbatasan materi, tenaga dan waktu, maka penulis bisa memakai contoh yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang diketahui dari sampel tersebut, kesimpulannya akan digunakan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2016: 56).

Adapun penentuan jumlah sampel (Sugiyono, 2019: 91) adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Namun apabila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Berdasarkan keterangan tersebut, maka peneliti mengambil jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yaitu  $10 \times 4 = 40$ , sehingga diperoleh jumlah sampel minimalnya sebanyak 40 responden. Namun dalam hal ini peneliti menentukan jumlah respondennya yaitu sebanyak 40 anggota yang menabung di BSI Banyuwangi.

#### **D. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel dibagi menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016: 56).

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada didalam populasi. Atau sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga tiap unit penelitian atau satuan elementer dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sundayana, 2020: 24).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*, dengan alasan seluruh nasabah yang memilih menabung di BSI Banyuwangi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel yang berjumlah 40 anggota.

## **E. Data dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Data adalah alat bagi pengambil keputusan sebagai dasar pembuatan keputusan atau pemecahan persoalan/masalah. Keputusan yang baik hanya bisa diperoleh dari pengambil keputusan yang baik (jujur, pandai dan berani mengambil keputusan yang objektif), dimana keputusan tersebut didasarkan atas data yang baik pula. Data yang baik adalah data yang bisa dipercaya kebenarannya tepat waktu dan mencakup ruang lingkup yang luas dan bisa memberikan gambaran tentang suatu masalah secara menyeluruh (Supranto,2013 :17). Adapun jenis data dalam penelitian ini adalah :

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data yang asli. Dalam penelitian ini berupa jawaban-jawaban yang diperoleh melalui wawancara, pendapat atau kelompok (orang) melalui angket/kuesioner yang disebarkan maupun hasil observasi dari suatu obyek (Sugiyono, 2018:28). Adapun data primer pada penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah suatu data yang didapat secara tidak langsung dari obyek penelitian, data bisa diperoleh dari dokumen-dokumen Bank Syariah Indonesia Banyuwangi, penelitian

terdahulu, jurnal dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini (Sugiyono, 2018: 33).

Berdasarkan penelitian diatas, data yang akan digunakan data penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari nasabah yang menabung di BSI Banyuwangi dan data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen BSI Banyuwangi.

## 2. Sumber Data

Sumber data adalah subyek darimana data diperoleh (Arikunto, 2010: 96). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data penelitian sebagai alat untuk pengumpulan data penelitian. Data tersebut diperoleh dari nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. Selain itu menggali data dari dokumen-dokumen, jurnal, buku, dan arsip-arsip yang diperlukan.

## **F. Tehnik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik atau metode-metode yang sesuai dengan masalah yang dianalisis. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

### 1. Observasi

Observasi merupakan proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dan berbagai proses biologi dan psikologi. Dua diantara terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2018: 145). Dalam penelitian ini, menggunakan tipe observasi nonpartisipan yaitu peneliti tidak terlibat dan sebagai pengamat

independen. Observasi akan dilakukan di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah dan sebagainya (Arikunto, 2010: 105). Dokumentasi dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen-dokumen yang berasal dari Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

## 3. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018: 142). Untuk angket dalam kuesioner ini diberikan skor untuk setiap butir pertanyaan yang tertera dalam angket. Setiap pertanyaan dibuka peluang kemungkinan lima jawaban tersebut, responden di harapkan memilih salah satu jawaban yang dianggap paling sesuai dengan dirinya.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner yang disusun dengan *Skala Likert*, *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Riduwan dan Sunarto, 2010: 20). Dalam penelitian, secara spesifik fenomena sosial sudah ditetapkan oleh peneliti, hal inilah yang disebut sebagai variabel



penelitian yang memiliki kriteria tersendiri dalam pemberian skor tiap poin pertanyaan. Berikut kriterianya:

**Tabel 3.1 Skor Skala Likert**

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan dan Sunarto, 2015: 21

### **G. Variabel penelitian**

Variabel dalam penelitian ini merupakan variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel independen menurut Sugiono dan Zulfikar (2016: 4) menjelaskan bahwa variabel independen adalah variabel yang menjadi penyebab adanya atau timbulnya perubahan variabel dependen disebut juga variabel yang b mempengaruhi. Adapun variabel independen pada penelitian adalah pelayanan, religiusitas, dan bagi hasil (X).
2. Variabel dependen menurut Sugiono dan Zulfikar (2016: 54) menjelaskan bahwa variabel yang dipengaruhi atau dikenal juga variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Adapun variabel dependen adalah minat nasabah dalam menabung (Y).

**Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

Variabel	Definisi	Indikator	No. Pertanyaan
Pelayanan (X1)	Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pengertian proses disini terbatas dalam kegiatan manajemen dalam rangka pencapaian tujuan organisasi (Moenir, 2016: 17).	Kehandalan	1 dan 2
		Ketanggapan	3 dan 4
		Jaminan (Atep, 2013)	5 dan 6
Religiusitas (X2)	Arti dasar kata religiusitas yaitu berhati-hati dan berpegang pada aturan dan norma secara ketat dalam hal agama (Muhaimin, 2015: 34).	Keyakinan	1 dan 2
		Pengalaman	3 dan 4
		Pengetahuan (Nashori, 2012).	5 dan 6
Bagi hasil (X3)	Bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha penyedia dana dan pengelola dana (Rofiq: 2014: 15).	Budaya	1 dan 2
		Keluarga	3 dan 4
		Peran dan status (Kotler dan Amstrong, 2012)	5 dan 6
Minat (Y)	Minat adalah motivasi yang mendorong seseorang untuk mengambil tindakan untuk memenuhi kebutuhan (Astuti, Masitoh dan Saddi, 2020: 168).	Perhatian	1 dan 2
		Ketertarikan	3 dan 4
		Keinginan (Lucas, 2013).	4 dan 6

Sumber: Data dioalah, 2022

## H. Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu koesioner. Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut valid dalam mengukur variabel yang diukur. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat (Sundayana, 2020: 59).

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS 21 yaitu dengan membandingkan nilai Sig. (2-tailed) pada tabel correlations dengan probabilitas 0,05. Kaidah keputusan output SPSS, jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  berarti butir soal angket atau kuesioner dinyatakan valid, sebaliknya jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  berarti butir soal angket atau kuesioner dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2016: 267).

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten (Sundayana, 2020: 59). Dalam pengujian reliabilitas instrumen penelitian ini menggunakan SPSS 21 yaitu dengan melihat nilai cronsbach's Alpha pada output SPSS.

Koefesien reliabilitas yang dihasilkan, selanjutnya diinterpretasikan dengan menggunakan kriteria sesuai dengan tabel 3.3 dibawah ini.

**Tabel 3.3 Klasifikasi Koefesien Reliabilitas**

Koefesien Reabilitas (r)	Interprestasi
$0,00 \leq r < 0,20$	Sangat Rendah
$0,20 \leq r < 0,40$	Rendah
$0,40 \leq r < 0,60$	Sedang/Cukup
$0,60 \leq r < 0,80$	Tinggi
$0,80 \leq r < 1,00$	Sangat tinggi

Sumber: Sundayana, 2020: 70

## 5 Tehnik Analisis Data

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Normalitas sebaran data menjadi syarat untuk menentukan jenis statistik yang dipakai dalam penganalisaan selanjutnya. Apabila sebaran data suatu penelitian berdistribusi normal maka menggunakan statistik parametrik. Sedangkan, apabila sebaran data suatu penelitian tidak berdistribusi normal maka menggunakan statistik nonparametrik (Sundayana, 2020: 83).

Uji normalitas dengan bantuan SPSS bisa menggunakan dua pilihan yaitu Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wilk (Sundayana, 2020: 88). Untuk menguji normalitas penguji menggunakan Kolmogorov-Smirnov.

Kriteria uji normalitas adalah sebagai berikut:

Jika signifikansi  $> 0,05$  maka data tersebut berdistribusi normal. Jika signifikansi  $< 0,05$  maka, data tersebut tidak berdistribusi normal.

### 2. Uji Regresi

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Teknik analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti,

melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan penghitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan (Sugiyono, 2018: 207). Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, dikarenakan jumlah variabel independenya lebih dari satu.

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu teknik statistika, yang digunakan untuk mencari persamaan regresi yang bermanfaat untuk menentukan nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen, mencari kemungkinan adanya kesalahan, dan menganalisis pengaruh antara satu variabel dependen dengan dua/lebih variabel independen, baik secara simultan atau parsial.

Sugiyono (2010: 276) menyatakan bahwa analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis yaitu adakah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara simultan atau parsial. Uji regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan SPSS 21 yang menghasilkan uji F (pengaruh secara simultan), uji T (pengaruh secara parsial) dan koefisien determinasi (*adjusted R Square*).

a. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Hasil uji F dilihat dalam output SPSS pada tabel ANOVA terdapat dikolom

sig. (2-tailed), jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig (significance). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Sedangkan, jika probabilitas nilai t atau signifikansi  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Koefisien determinasi (*adjusted R Square*).

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan Adjusted R2 dapat dilihat pada output Model Summary. Pada kolom Adjusted R2 dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi atau

dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Umum**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian berada di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi, jalan Jendral Ahmad Yani, no 95 Desa Penganjuran, Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi. Adapun gambaran umum dari Bank Syariah Indonesia Banyuwangi adalah sebagai berikut:

##### **a. Sejarah Bank Syariah Indonesia Banyuwangi**

PT. Bank Syariah Indonesia atau yang disingkat dengan BSI adalah Bank (Perbankan) Syariah yang didirikan pada 01 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H pukul 13.00 WIB dan diresmikan oleh Presiden Joko Widodo, yang menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas baru yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI).

BSI Banyuwangi yang awalnya Bank BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia ini adalah bagian dari upaya dan komitmen pemerintah dalam memajukan ekonomi syariah sebagai pilar baru kekuatan ekonomi nasional yang juga secara jangka panjang akan mendorong Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia.



Bank Syariah Indonesia merupakan penggabungan (*marger*) dari 3 Bank BUMN yaitu PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank BNI Syariah dan PT Bank Syariah Mandiri. Dengan marger ini maka perbankan syariah di Indonesia akan menjadi lebih inovatif, lebih bermanfaat, dan lebih kuat sehingga bisa menjadi bagian dari moto pembangunan Indonesia. Adapun Visi Bank Syariah Indonesia ini adalah “Menjadi salah satu dari 10 Bank Syariah terbesar berdasarkan kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun kedepan”

Penggabungan tiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energy baru pembangun ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah PerBankan Syariah di Indonesia yang Modern, Universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*rahmatan lil’alamin*) (BSI, 2021).

BSI Banyuwangi berada di Jalan Ahmad Yani awalnya adalah cabang dari Bank BRI Syariah yang kemudian resmi menjadi Bank Syariah Indonesia sejak tanggal persetujuan kementerian dan HAM terhadap perubahan anggaran Dasar PT Bank BRI Syariah yang akan berubah nama menjadi PT. Bank Syariah Indonesia yaitu pada tanggal 1 Februari 2021.

BSI Banyuwangi sebagai Bank Syariah yang digerakkan oleh nilai-nilai islami, amanah adalah bagian utama dari Bank BSI Banyuwangi. Amanah inilah yang memberi makna bagi kredibilitas, Akuntabilitas dan tanggung jawab dari BSI Banyuwangi. Adapun macam-macam produk pembiayaan pada BSI Banyuwangi yang banyak diminati oleh masyarakat diantaranya adalah: Ib Hasanah Card, Pembiayaan Haji iB Hasanah Card, Pembiayaan Griya iB Hasanah, Pembiayaan Haji iB Hasanah, Cicilan Emas iB Hasanah, Usaha Kecil iB Hasanah dan lain-lainnya (BSI, 2021).

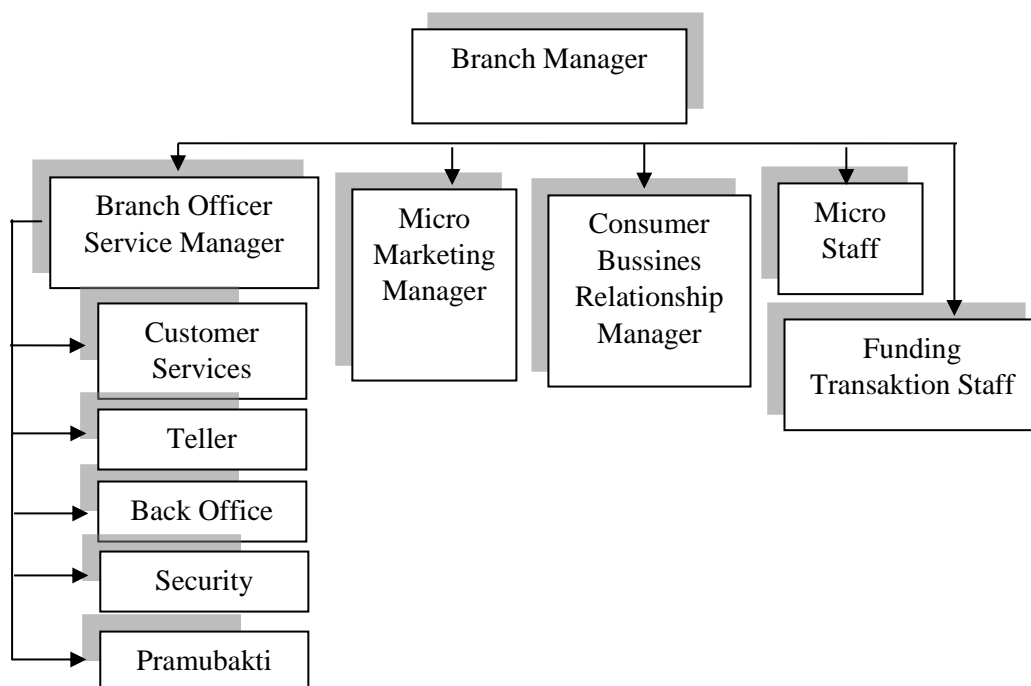
b. Struktur Organisasi BSI Banyuwangi

BSI Banyuwangi juga memiliki struktur organisasi guna untuk memaksimalkan tugas dan tanggung jawab yang sudah diberikan kepada setiap karyawan. BSI dipimpin oleh satu Branch Manager yang membawahi 4 bagian diantaranya: BOSM (*Branch Operation Service Manager*), MMM (*Mikro Marketing Manager*), PSO (*Pouning Selles Officer*), CBRM (*Consumer Bisnis Relation Manager*), dan FTS (*Financing Teller Service*).

BOSM (*Branch Operation Service Manager*) membawahi bagian *Teller, Customer Service, Back Officer*, dan *Financing Operation Support*. MMM (*Mikro Marketing Manager*) membawahi bagian Mikro Staff. Selain dari dua yang disebutkan, ada PSO (*Pouning Selles Officer*), CBRM (*Consumer Bisnis*

*Relation Manager*), dan FTS (*Financing Teller Service*) yang garis pengawasannya langsung oleh *Branch Manager* (BSI, 2021). Adapun Struktur Organisasi perusahaan BSI Banyuwangi sebagai berikut:

### Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Banyuwangi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.  
(Sumber: Data diolah, 2022)

Deskripsi tugas-tugas karyawan Bank Syariah Indonesia Banyuwangi:

- 1) *Branch Manager* (BM)
  - a) Mengkoordinasi dan menetapkan rencana kerja tahunan
  - b) Mengendalikan dan mengevaluasi pelaksanaan rencana kerja tahunan
  - c) Menetapkan kebutuhan dan strategi pengembangan SDI

- d) Melakukan analisis terhadap kondisi perusahaan setiap bulan
  - e) Menilai, memutuskan, dan melegalisasi kegiatan non operasional
  - f) Mengkoordinasikan seluruh sarana dan kegiatan untuk mencapai target yang telah ditetapkan.
- 2) *Branch Officer Service Manager (BOSM)*
- a) Membantu rencana kerja minggu/bulanan di bagiannya
  - b) Mengkoordinasika dan menetapkan serta mengevaluasi target kerja seluruh pegawai bawahannya langsung
  - c) Melakukan supervisi terhadap proses pekerjaan dibawah koordinasinya
  - d) Mengkaji dan mengusulkan permintaan barang atau peralatan kerja.
- 3) *Consumer Bussines Relationship Manager (CBRM)*
- a) Bertanggungjawab dalam upaya meningkatkan kemampuan dan pemahaman produk-produk perusahaan
  - b) Melaksanakan pengumpulan data/informasi mengenai perkembangan ekonomi, pembangunan dan dunia usaha stempat untuk dijadikan indicator pengembangan usaha perusahaan.
  - c) Melaksanakan pekerjaan lain yang ditugaskan *Branch Manager*.

- 4) *Micro Marketing Manager* (MMM)
  - a) Memasarkan produk
  - b) Pemberkasan kelengkapan data yang diminta dan penilaian kelayakan
  - c) Melakukan akad pembiayaan
  - d) Monitoring nasabah.
- 5) *Micro Staff* (MS)
  - a) Memasarkan produk
  - b) Pemberkasan kelengkapan data yang diminta dan penilaian kelayakan
  - c) Melakukan akad pembiayaan
  - d) Monitoring nasabah.
- 6) *Funding Transaction Staff* (FTS)
  - a) Memasarkan produk
  - b) Pemberkasan kelengkapan data yang diminta dan penilaian kelayakan
  - c) Melakukan akad pembiayaan
  - d) Monitoring nasabah.
- 7) *Customer Services*
  - a) Menerima setoran tunai dan non tunai
  - b) Melakukan pembayaran
  - c) Mengambil/menyetor uang dari/ke Bank Indonesia Kantor Pusat/CaPem lain, atau tempat lain sesuai tugas

d) Mengamankan dan menyimpan uang tunai, surat berharga, dan membuat laporan sesuai bidangnya.

8) *Teller*

a) Menerima setoran tunai dan non tunai

b) Melakukan pembayaran

c) Mengambil/menyetor uang dari/ke Bank Indonesia Kantor Pusat/CaPem lain, atau tempat lain sesuai tugas

d) Mengamankan dan menyimpan uang tunai, surat berharga, dan membuat laporan sesuai bidangnya.

9) *Back Office* (BO)

a) Mengelola kas kecil

b) Melakukan pencatatan transaksi non tunai dan tidak berintraksi langsung dengan nasabah

c) Mengelola laporan keuangan

d) Melakukan pengelolaan data

e) Administrasi.

c. Visi dan Misi BSI KC Ahmad Yani Banyuwangi

1) Visi

Menjadi Salah Satu dari 10 Bank Syariah Terbesar.

2) Misi

a) Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia

b) Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

- c) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

## 2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi Ahmad Yani. Berdasarkan jumlah responden yang telah ditentukan diatas yaitu sebanyak 45 orang, hasil kuesioner yang disebar kepada anggota tabungan Bank Syariah Indonesia Banyuwangi Ahmad Yani, maka dapat digolongkan sesuai dengan kriteria-kriterianya. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas gambaran responden sebagai objek penelitian. Adapun daftar nama responden ada dalam daftar tabel berikut:

**Tabel 4.1 Daftar Responden yang menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.**

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia
1	Hatija	Perempuan	≥50
2	Siti Juhariyah	Perempuan	40-49
3	Eri Mariana	Perempuan	30-39
4	Angga Catur	Laki-Laki	30-39
5	Junaidah	Perempuan	40-49
6	Saniyah	Perempuan	40-49
7	Sumarwati	Perempuan	40-49
8	Nurhayati	Perempuan	40-49
9	Sujatmiko	Laki-Laki	40-49
10	Fauziyah	Perempuan	30-39
11	Ainur Rofiq	Laki-Laki	30-39
12	Suliyati	Perempuan	≥50
13	Suyati	Perempuan	≥50
14	Siti Aminah	Perempuan	40-49
15	Maimunah	Perempuan	≥50
16	Suriyati	Perempuan	40-49
17	Wasis Hariyanto	Laki-Laki	≥50

Lanjutan tabel 4.1

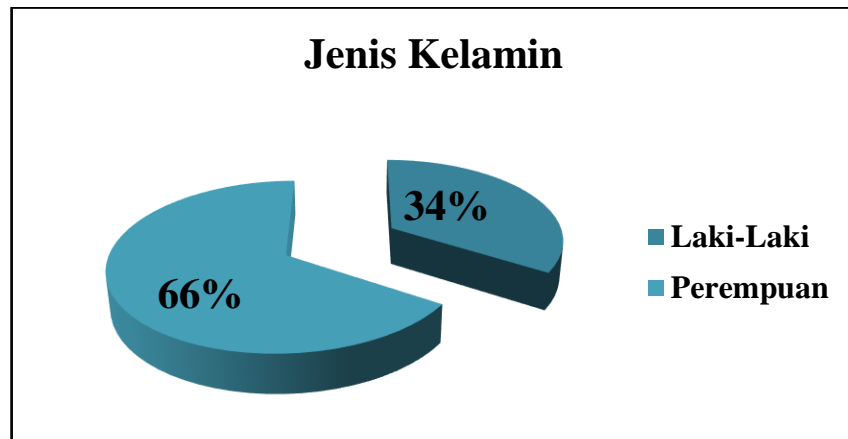
No	Nama	Jenis Kelamin	Usia
18	Efendi	Laki-Laki	40-49
19	Eva Isvandiari	Perempuan	30-39
20	Fatimah	Perempuan	40-49
21	Bu. Samsul	Perempuan	≥50
22	Juma'ani	Perempuan	≥50
23	Bambang Hariyono	Laki-Laki	40-49
24	Kustini	Perempuan	≥50
25	Sutini	Perempuan	40-49
26	Immatas Sholihah	Perempuan	30-39
27	Farid Sofin	Perempuan	30-39
28	Mutmainah	Perempuan	≥50
29	Sanimah	Perempuan	≥50
30	Lita Nur Azizah	Perempuan	30-39
31	Yudian	Laki-Laki	30-39
32	Mimin Handayani	Perempuan	30-39
33	Sri Rahayu	Perempuan	40-49
34	Munawati	Perempuan	40-49
35	Sukowodi	Laki-Laki	40-49
36	Samsul Arifin	Laki-Laki	≥50
37	Ar Rahman	Laki-Laki	40-49
38	Sumiatun	Perempuan	40-49
39	Dewi Astutik	Perempuan	30-39
40	Ani Inayati	Perempuan	30-39

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

#### a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 4.2 berikut ini:





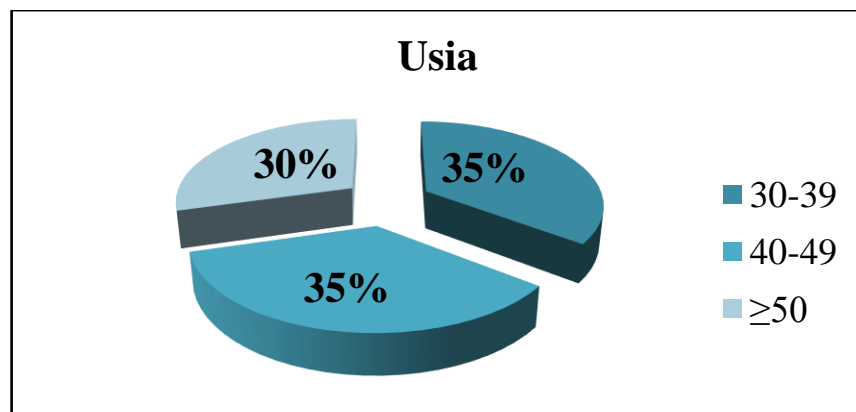
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

(Sumber: data dioalah, 2022)

Berdasarkan Gambar 4.2 diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki terdapat 34% atau sebanyak 13 orang. Dan responden yang berjenis kelamin perempuan terdapat 66% atau 27 orang.

#### b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dibagi menjadi tiga kategori, yaitu usia 30-39 tahun, 40-49 tahun, dan  $\geq 50$  tahun. Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Gambar 4.3 berikut ini:



Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia  
(Sumber: data diolah, 2020)

Berdasarkan Gambar 4.3, dapat diketahui bahwa responden yang berusia 30-39 tahun yaitu 35% atau sebanyak 12 orang. Sedangkan responden yang berusia 40-49 tahun yaitu 35% atau sebanyak 12 orang. Dan responden yang berusia  $\geq 50$  tahun yaitu 30% atau sebanyak 11 orang. Jadi secara umum berdasarkan usia responden didominasi oleh usia 40-49 tahun.

## B. Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Data primer merupakan hasil dari penyebaran kuesioner, setelah hasilnya terkumpul maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap data-data tersebut dengan alat-alat analisis yang tepat agar diperoleh hasil yang valid sehingga dapat diterima secara ilmiah.

Uji validitas ditunjukkan untuk menunjukkan tingkat kemampuan suatu instrumen, apakah dapat mengungkapkan secara tepat. Dari data tersebut mengukur beberapa variabel yang mempengaruhi minat menabung beserta indikatornya terbukti bahwa koefisien korelasi atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $t_{tabel}$  0,312) dengan tingkat signifikan (0,05) atau 5% maka dinyatakan valid.

**Tabel 4.2 hasil uji validitas**

No	Butir Soal	$T_{tabel}$	$T_{hitung}$	Keterangan
1	X1.1	0,312	0,785	Valid
2	X1.2	0,312	0,891	Valid
3	X1.3	0,312	0,776	Valid
4	X1.4	0,312	0,800	Valid
5	X1.5	0,312	0,941	Valid

6	X1.6	0,312	0,883	Valid
7	X2.1	0,312	0,477	Valid
8	X2.2	0,312	0,454	Valid
9	X2.3	0,312	0,649	Valid
10	X2.4	0,312	0,384	Valid
11	X2.5	0,312	0,378	Valid
12	X2.6	0,312	0,566	Valid
13	X3.1	0,312	0,785	Valid
14	X3.2	0,312	0,891	Valid
15	X3.3	0,312	0,766	Valid
16	X3.4	0,312	0,800	Valid
17	X3.5	0,312	0,941	Valid
18	X3.6	0,312	0,833	Valid
19	Y1.1	0,312	0,785	Valid
20	Y1.2	0,312	0,891	Valid
21	Y1.3	0,312	0,776	Valid
22	Y1.4	0,312	0,800	Valid
23	Y1.5	0,312	0,941	Valid
24	Y1.6	0,312	0,883	Valid

Sumber data : Hasil SPSS 21, 2022

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ditunjukkan untuk menguji sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran di ulang dua kali atau lebih jadi reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut digunakan dua kali untuk konsisten.

Dalam penelitian ini digunakan koefisien Alpha Cronbach menyatakan bahwa nilai suatu instrumen dikatakan reliabel bila nilai Alpha Cronbach  $\geq 0,6$ .

**Tabel 4.3 hasil uji reliabilitas**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	6

Sumber data : Hasil SPSS 21, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 hasil uji reliabilitas yaitu seluruh kuisisioner dari semua variabel dapat dinyatakan reliabel karena semua memiliki nilai cronbah's alpha  $> 0,6$ .

### 3. Uji Normalitas

Pada pengujian normalitas menggunakan SPSS 21 diketahui nilai signifikansi variabel pelayanan (X1) sebesar 0,067 variabel religiusitas (X2) sebesar 0,525 dan variabel bagi hasil (X3) sebesar 0,194 dinyatakan berdistribusi normal.

**Tabel 4.4 hasil uji normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		PELAYANAN	RELIGIUSITAS	BAGI HASIL	MINAT MENABUNG
N		40	40	40	40
Normal	Mean	17.35	20.85	18.15	18.08
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	3.505	3.711	3.431	3.206
Most Extreme	Absolute	.206	.128	.171	.124
Differences	Positive	.174	.128	.171	.124

Negative	-.206	-.101	-.148	-.116
Kolmogorov-Smirnov Z	1.303	.812	1.080	.785
Asymp. Sig. (2-tailed)	.067	.525	.194	.569

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber data : hasil SPSS 21, 2022

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Bagian ini menginterpretasikan hasil pengujian hipotesa menggunakan analisis regresi linier berganda yang merupakan suatu analisis untuk menguji pengaruh variabel independen dan dependen baik parsial maupun simultan dengan menggunakan SPSS 21.

##### a. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara pelayanan (X1), religiusitas (X2), dan bagi hasil (X3) secara simultan terhadap minat menabung (Y).

**Tabel 4.5 Hasil Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	372.300	3	124.100	156.898	.000 <sup>b</sup>
Residual	28.475	36	.791		
Total	400.775	39			

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

b. Predictors: (Constant), BAGI HASIL, RELIGIUSITAS, PELAYANAN

Sumber data: Hasil SPSS 21, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui nilai signifikansinya sebesar 0,00 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ha4 diterima dan Ho4 ditolak yang berarti pelayan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

## b. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

## 1) Pelayanan (X1)

**Tabel 4.6 Hasil Uji T variabel Pelayanan**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.581	2.314		4.573	.000
PELAYANAN	.432	.131	.472	3.303	.002

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG  
Sumber data: Hasil SPSS 21, 2022

Dari hasil output diperoleh nilai signifikansi untuk pelayanan (X1) sebesar  $0,02 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak yang berarti pelayanan (X1) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

## 2) Religiusitas

**Tabel 4.7 Hasil Uji T Variabel Religiusitas**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.157	2.802		4.339	.000
RELIGIUSITAS	.284	.132	.329	2.145	.038

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG  
Sumber data: Hasil SPSS 21. 2022

Dari hasil output diperoleh nilai signifikansi untuk religiusitas (X2) sebesar  $0,00 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa Ha2 diterima dan Ho2 ditolak yang berarti religiusitas (X2) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

### 3) Bagi Hasil

**Tabel 4.8 Hasil Uji T Variabel Bagi Hasil**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.765	.766		2.304	.027
BAGI HASIL	.899	.042	.962	21.650	.000

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG  
Sumber data: Hasil SPSS 21, 2022

Dari hasil output diperoleh nilai signifikansi untuk bagi hasil (X3) sebesar  $0,27 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa Ha3 diterima dan Ho3 ditolak yang berarti bagi hasil (X3) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung (Y) pada Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menjelaskan besarnya proporsi variabel independen (X) terhadap variabel (Y) secara bersama-sama. Dalam penelitian ini nilai koefisien determinasi menggunakan

nilai 0,929 atau 92,9% yang artinya variabel pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel minat menabung sebesar 92,9% sedangkan sisanya sebesar 7,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Tabel 4.9 Hasil Determinasi R square  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.964 <sup>a</sup>	.929	.923	.889

a. Predictors: (Constant), BAGI HASIL, RELIGIUSITAS, PELAYANAN  
Sumber data: Hasil SPSS 21, 2022

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan (X1), religiusitas (X2), dan bagi hasil (X3) terhadap minat menabung (Y) di Bank



Syariah Indonesia Banyuwangi. Pembahasan dari hasil penelitian disajikan sebagai berikut:

**A. Mengetahui Pengaruh pelayanan (X1), religiusitas (X2), dan bagi hasil (X3) terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi Secara Parsial**

1. Pengaruh Pelayanan (X1) Terhadap Minat Menabung (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia. Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,02 yang lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini membuktikan adanya pengaruh pelayanan (X1) terhadap minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

Variabel pelayanan(X1) diukur menggunakan tiga indikator yang terdiri dari kehandalan, ketanggapan dan jaminan. Dari ketiga indikator tersebut sebagian besar memberikan tanggapan setuju, artinya sebagian besar para anggota nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia dipengaruhi oleh variabel pelayanan, hal ini dapat dilihat dalam persentase Tabel 5.1 berikut ini :

**Tabel 5.1 Tabel Persentase Pelayanan**

No	Indikator	Persentase
1	Kehandalan	81,9%
2	Ketanggapan	82,3%
3	Jaminan	85,8%

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Hasil pengujian dalam Tabel 5.1 di atas menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X1) dengan indikator kehandalan memiliki tingkat persentase 81,9%, indikator ketanggapan memiliki tingkat persentase 82,3%, indikator jaminan memiliki tingkat persentase 85,8%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa indikator jaminan merupakan indikator yang paling dominan terhadap variabel pelayanan dalam menentukan minat menabung pada Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. Hal ini dikarenakan jaminan merupakan tingkat tertinggi dari pelayanan (X1) individu.

Sebagian individu mempunyai keinginan untuk menjadikan dirinya sebagai seseorang yang terbaik sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Begitupun dengan nasabah dari BSI Banyuwangi yang memilih menabung karena perlu mengekspresikan diri bahwa sebenarnya mampu untuk kebutuhan kedepannya. Sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Nurhayati salah satu nasabah yang menabung di BSI Banyuwangi mengatakan bahwa alasan lebih memilih melakukan menabung di Bank Syariah Indonesia ini karena ia memperoleh berbagai kemudahan yang dirasakan saat melakukan transaksi.

Menurut M.Arif Rianto faktor pelayanan dipengaruhi oleh 5 faktor yaitu bentuk fisik (*tangibles*), kehandalan (*reability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Faktor pelayanan dalam penelitian ini merupakan faktor dominan terhadap minat nasabah menabung di bank bsi tulungagung. Hal ini sejalan Dalam penelitian yang dilakukan Yayan (2010) diperoleh hasil bahwa variabel

pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung. Semakin baik tingkat pelayanan yang di berikan pihak bank terhadap nasabah produk tabungan akan meningkatkan minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

Jenis-jenis pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat tergantung kepada kebutuhan, keinginan, kemampuan kedua belah pihak, baik pemberi layanan maupun yang membutuhkan pelayanan. Dalam kaitan ini, pelayanan bank syariah yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan pelayanan karyawan kepada nasabah yang terjadi di kantor bank syariah saja. Tapi mencakup kepada aksesibilitas, kredibilitas, kecepatan, ketepatan pencatatan, jaringan kantor yang luas, kelengkapan produk, keamanan dan fasilitas kemudahan atas informasi di bank syariah lainnya.

Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Syariah Indonesia dengan karyawannya yang begitu ramah, memberikan senyum ketika memberi pelayanan, mengucapkan salam, dan memberikan informasi yang detail sesuai kebutuhan nasabah. Selain itu, Bank Syariah Indonesia Banyuwangi juga memiliki lokasi yang strategis yang bertempat dipusat kota Banyuwangi sehingga mudah dijangkau oleh nasabah.

Bank Syariah indonesia Banyuwangi sangat menjaga kebersihan dan kerapian, hal ini menjadikan nasabah merasa nyaman. Peralatan yang digunakan di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi sangat mendukung

nasabah dalam melakukan transaksi sehingga pelayanan bisa dilakukan secara efektif dan efisien.

Pelayanan merupakan komponen yang paling penting dalam kepuasan konsumen karena sangat mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan produk dan jasa. Pelayanan yang baik akan membuat konsumen tertarik atau berminat dalam mengambil keputusan (Rizkiawan, 2019: 12).

Bagi nasabah yang mengutamakan keuntungan atau kemanfaatan yang diperoleh kualitas pelayanan (*service*) adalah juga faktor yang mempengaruhi mereka memilih produk. Jika pelayanan yang diterima buruk, sudah pasti mereka beralih ke produk lain. Sebaliknya jika pelayanan baik, mereka tidak akan segan-segan untuk setia pada produk itu.

Beberapa alasan di atas yang menjadi dasar variabel pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan anggota dalam memilih menabung di BSI Banyuwangi. Artinya, semakin meningkatkan pelayanan yang harus dipenuhi nasabah, maka keputusan nasabah dalam menabung di BSI Banyuwangi juga akan semakin meningkat.

## 2. Pengaruh Religiusitas (X2) Terhadap Minat Menabung (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung di BSI

Banyuwangi. Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,03 yang lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini membuktikan adanya pengaruh religiusitas (X2) terhadap minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

Variabel religiusitas diukur menggunakan tiga indikator yang terdiri dari indikator keyakinan, pengalaman, pengetahuan. Dari ketiga indikator tersebut sebagian besar memberikan tanggapan setuju, artinya sebagian besar para nasabah di BSI Banyuwangi dipengaruhi oleh variabel religiusitas, hal ini dapat dilihat dalam presentasi Tabel 5.2 berikut ini:

**Tabel Presentasi Religiusitas 5.2**

<b>NO</b>	<b>Indikator</b>	<b>Presentasi</b>
1.	Keyakinan	86,2%
2.	Pengalaman	84,1%
3.	Pengetahuan	84,7%

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Hasil pengujian dalam Tabel 5.2 di atas menunjukkan bahwa variabel keunggulan religiusitas dengan indikator keyakinan memiliki tingkat presentasi 86,2%, indikator pengalaman memiliki tingkat presentasi 84,1%, dan indikator pengetahuan memiliki tingkat presentasi 84,7%. Presentasi tersebut menunjukkan bahwa indikator keyakinan merupakan indikator yang berkontribusi besar terhadap variabel religiusitas dalam menentukan keputusan minat nasabah dalam menabung di BSI Banyuwangi.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pada sampel yang diujikan sebanyak 40 orang menjelaskan Religiusitas yang dimiliki oleh seseorang mempengaruhi minatnya untuk menabung di bank syariah. Dimana, pada

masyarakat Kota Banyuwangi yang telah menjadi nasabah di bank syariah menganggap bahwa bank syariah merupakan suatu unsur ketaatan dalam menjalankan agama Islam secara Kaffah yang tidak bisa dipisahkan dari syariat Islam itu sendiri.

Segala bentuk praktek keagamaan salah satunya seperti adanya ceramah yang membahas tentang haramnya bunga bank karena termasuk riba mampu memberikan dorongan dan kesadaran yang kuat kepada masyarakat untuk memilih bank syariah sebagai pilihan yang tepat. Hal ini terbukti bahwa masyarakat kota Banyuwangi yang menjadi nasabah di bank syariah menganggap kegiatan seperti ini memberikan kontribusi yang menguatkan keyakinan mereka untuk memilih bank syariah.

Religiusitas sering kali diidentikkan sebagai bentuk seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa besar pelaksanaan ibadah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Religiusitas dalam Islam menyangkut 5 hal yakni aqidah, ibadah, amal, akhlak dan pengetahuan. Aqidah menyangkut keyakinan kepada Allah, malaikat, rasul dan seterusnya. Ibadah menyangkut pelaksanaan hubungan antara manusia dengan Allah. Amal menyangkut pelaksanaan hubungan manusia dengan sesama makhluk. Akhlak merujuk pada spontanitas tanggapan atau perilaku seseorang atau rangsangan yang hadir padanya, sementara ihsan merujuk pada situasi dimana seseorang merasa dekat dengan Allah. Ihsan merupakan bagian dari akhlak, apabila akhlak positif seseorang mencapai tingkatan yang optimal, maka ia akan memperoleh

berbagai pengalaman dan penghayatan keagamaan. Ilmu merupakan pengetahuan keagamaan (Ghufron, 2011: 45).

Religiusitas masyarakat atau pemahaman keagamaan masyarakat memberikan dasar bagi muzakki untuk bertindak dan patuh menjalankan suatu kewajiban. Pemahaman muzakki meliputi makna dan tujuan berzakat serta aturan dalam menunaikan zakat. Menurut Qardawi pemahaman dan pengetahuan tentang ketentuan Islam dan zakat memberikan pengaruh terhadap perilaku membayar zakat (Muhammad, 2015: 89).

Hadirnya bank syariah di Indonesia untuk menemukan solusi sistem perbankan yang sesuai dengan tuntunan dan ajaran agama Islam. Tentu dari hal tersebut faktor religiusitas menjadi salah satu yang menjadi pertimbangan dari masyarakat untuk menyimpan dananya di bank syariah. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abhimantra, dkk (2015) menjelaskan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Dan juga sejalan dengan penelitian oleh Wahyu Utami, dkk (2013) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah di Banjarmasin. Hal ini sesuai dengan apa yang telah diungkapkan oleh Syafii Antonio dalam Eri Wobowo (2018) bahwa munculnya bank syariah berasal dari dorongan yang kuat dari keyakinan agama baik secara tekstual maupun historis, dimana agama diyakini

membahas kehidupan dan persoalan-persoalan pengelolaan keduniaan termasuk bagaimana mengelola bank dan bagaimana bertransaksi.

Indonesia dengan penduduk yang mayoritas muslim tentunya tingkat religiusitas seseorang juga mempengaruhi minat untuk menabung di bank syariah. Hal ini karena dianggap bank syariah merupakan bank yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Dimana hasil penelitian ini membuktikan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang positif terhadap minat menabung di bank syariah. Maka dari hal itu pendekatan keagamaan seharusnya memiliki peran yang besar dalam menarik partisipasi masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Semakin tinggi tingkat religiusitas masyarakat maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Salah satu hal yang mempengaruhi masyarakat Banyuwangi untuk menabung di bank syariah adalah masyarakat yang memahami hukum riba yang merupakan bagian dari ajaran agama yang wajib dijalankan. Tentu dengan semakin tinggi tingkat keyakinan dan ketaatan seseorang dalam beragama maka dalam memilih sistem perbankan pun harus sesuai dengan ketentuan agama.

### 3. Pengaruh Bagi Hasil (X3) Terhadap Minat Menabung (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi hasil mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung di BSI Banyuwangi. Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,02 yang lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini



membuktikan adanya pengaruh bagi hasil (X3) terhadap minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

Variabel ini diukur menggunakan tiga indikator yang terdiri dari indikator budaya, keluarga, dan peran status. Dari ketiga indikator tersebut sebagian besar memberikan tanggapan setuju, artinya sebagian besar para nasabah yang memilih menabung di BSI Banyuwangi dipengaruhi oleh variabel bagi hasil (X3), hal ini dapat dilihat dalam presentasi Tabel 5.3 berikut ini:

**Tabel 5.3 Presentasi Bagi Hasil**

<b>NO</b>	<b>Indikator</b>	<b>Presentasi</b>
1.	Budaya	84,5%
2.	Keluarga	83,4%
3.	Peran dan Status	87,5%

Sumber: Data Primer diolah 2022

Hasil pengujian dalam Tabel 5.3 di atas menunjukkan bahwa variabel bagi hasil dengan indikator budaya memiliki tingkat presentasi 84,5%, indikator keluarga memiliki tingkat presentasi 84,1%, indikator peran dan status memiliki tingkat presentasi 87,5%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa indikator peran dan status merupakan indikator yang paling dominan terhadap variabel bagi hasil dalam menentukan minat nasabah dalam menabung di BSI Banyuwangi. Hal ini dikarenakan Bank Syariah Indonesia Banyuwangi memberikan jaminan keamanan terhadap nasabah yang menabung tidak akan mengalami kerugian, sehingga nasabah merasa yakin untuk menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

Dalam perbankan syariah perangkat yang digunakan adalah sistem bagi hasil yang lebih menguntungkan kedua belah pihak. Bagi hasil dapat

diartikan bahwa bank dan nasabah melakukan *share* atas keuntungan yang diperoleh. Prinsip yang bagi hasil berdasarkan pada kaidah mudharabah. Dengan penabung bank akan bertindak mudharib (pengelola dana) sementara penabung sebagai shahibul maal (penyandang dana). Di sisi lain, dengan peminjam dana, bank Islam akan bertindak sebagai shahibul maal sementara peminjam sebagai mudharib.

Kerugian bagi pemodal tidak mendapatkan kembali investasinya secara utuh ataupun keseluruhan, dan bagi hasil pengelola modal tidak mendapatkan upah atau hasil atas kerja yang telah dilakukan. Selanjutnya, keuntungan yang didapat dari bagi hasil usaha tersebut akan dilakukan pembagian setelah dilakukan perhitungan terlebih dahulu atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses usaha. Keuntungan didalam dunia usaha bisa *negative* artinya usaha merugi, dan bisa pula *positive* yang artinya angka lebih sisa dari pendapatan dikurangi biaya-biaya, dan nol artinya anantara pendapatan dan biaya menjadi *balance*. Keuntungan yang dibagikan adalah keuntungan bersih yang merupakan dari lebihan selisih atas pengurangan *total cost* terhadap *revenue*.

Menurut Antonio (2011: 90), bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (shahibul maal) dan pengelola (Mudharib). Muhammad (2014: 121) menjelaskan pelarangan riba dalam Islam adalah suatu penolakan terhadap timbulnya risiko finansial tambahan yang ditetapkan dalam transaksi uang atau modal maupun jual beli yang

dibebankan kepada satu pihak saja sedangkan pihak yang lain dijamin keuntungannya. Hal ini mengindikasikan perbankan Syariah menganut sistem bagi hasil dalam proses kegiatannya dan mengharamkan bunga karena mengandung unsur riba.

Pembayaran imbalan bank syariah kepada pemilik dana dalam bentuk bagi hasil besarnya sangat tergantung dari pendapatan yang diperoleh sebagai mudharib atas pengelolaan dana mudharabah tersebut (Wirosa, 2015: 88). Apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang besar maka distribusi hasil usaha didasarkan pada jumlah yang besar, sebaliknya apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang kecil. Hal ini berbeda dengan bank konvensional, dimana pembayaran imbalan dalam bentuk bunga dibayarkan dengan jumlah tetap, tidak terpengaruh dengan pendapatan yang diterima bank konvensional. Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*). Makin tinggi nisbah bagi hasil maka jasa yang ditawarkan menarik bagi konsumen untuk memutuskan membeli. Kejelasan kesepakatan seperti penentuan bagi hasil serta jaminan dalam pembukaan rekening menentukan konsumen menggunakan atau tidak menggunakan jasa tabungan mudharabah (Adiwarman, 2013: 209).

Prinsip bagi hasil tidak hanya keuntungan tetapi terdapat unsur keadilan, dimana besar benefit yang diperoleh nasabah sangat tergantung kepada kemampuan bank dalam menginvestasikan dana-dana yang

diamanahkan kepadanya. Hal ini menunjukkan keuntungan yang diperoleh tidak hanya bagi nasabah juga bank sebagai pengelola. Sistem bagi hasil menguntungkan peminjam terutama ketika kondisi perekonomian yang sulit, sehingga dapat membantu memperkecil risiko. Kedua, pemodal diuntungkan melalui kemampuan bank untuk mengelola dana yang disimpan dan diputar bank kepada para pengusaha dan investor, sehingga semua pihak dapat menerima manfaat dan perlakuan adil sebagaimana yang ditetapkan dalam Islam. Hal inilah yang membuat nasabah memutuskan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

**B. Mengetahui Pelayanan (X1), Religiusitas (X2), dan Bagi Hasil (X3) Terhadap Minat Menabung (Y) Secara Simultan**

Berdasarkan pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi. Maka hasil yang diperoleh berdasarkan output uji F SPSS 21 di BAB IV menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini yang terdiri dari pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

Mengetahui pengaruh Pelayanan, Religiusitas, dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung, dapat dilihat pada besarnya tingkat R Square ( $R^2$ ) adalah 0,776. Angka tersebut dapat digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh

Pelayanan, Religiusitas, dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah dengan cara menghitung koefisien determinasi (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,929 \times 100\%$$

$$KD = 92,9 \%$$

Angka tersebut memiliki pengaruh besar bahwa pelayanan, religiusitas, dan bagi hasil secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung adalah 92,9%. Berdasarkan hasil presentasi indikator keseluruhan anggota yang memilih menabung di BSI Banyuwangi, dapat dilihat dari Tabel 5.4 berikut ini:

**Tabel 5.4 Tabel Presentasi Indikator Simultan**

<b>NO</b>	<b>Indikator</b>	<b>Presentasi</b>
1.	Pelayanan	84,6%
2.	Religiusitas	85,0%
3.	Bagi Hasil	84,5%

Sumber: data diolah, 2022

Hasil pengujian dalam Tabel 5.4 di atas menunjukkan bahwa variabel indikator pelayanan secara keseluruhan memiliki nilai presentasi sebesar 84,6%, indikator Religiusitas secara keseluruhan memiliki nilai presentasi sebesar 85,0%, dan indikator Bagi Hasil secara keseluruhan memiliki nilai presentasi sebesar 84,5%. Hasil pengujian simultan juga bisa dilihat dari persamaan regresi yang dihasilkan yaitu uji regresi dan hipotesis tersebut dalam model persamaan regresi dengan variabel

independen adalah pelayanan, religiusitas, bagi hasil dan variabel dependen adalah minat menabung.

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah maupun keinginan. Minat merupakan suatu keadaan di mana seseorang akan mempunyai perhatian atau ketertarikan khusus akan sesuatu yang disertai dengan rasa keingintahuan dan ingin mencoba membuktikannya. Minat tersebut muncul dikarenakan rasa keingintahuan serta ingin mempelajari dan membuktikan secara langsung akan ketertarikannya pada suatu objek tersebut, baik berupa barang maupun jasa yang sesuai dengan keinginan hatinya guna untuk memperoleh kepuasan lahir maupun batin.

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan. 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 tertentu (Andi, 2019: 2019).

Menurut Mowen dalam Oliver (2016) minat beli merupakan sesuatu yang diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Yang kemudian minat beli menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak nasabah dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu.

Sedangkan menurut Assael (2011) minat konsumen merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Percy dan Rossiter (2012) mengemukakan bahwa minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan – tindakan yang relevan seperti mengusulkan (pemrakarsa), Merekomendasikan (influencer), memilih, dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang “Pengaruh Pelayanan (X1), Religiusitas(X2) dan Bagi Hasil (X3) Terhadap Minat Nasabah dalam Menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BSI Banyuwangi yaitu memiliki tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Religiusitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BSI Banyuwangi yaitu memiliki tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Bagi hasil (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BSI Banyuwangi yaitu memiliki tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05.
2. Melalui uji F diketahui bahwa pelayanan (X1), Religiusitas (X2), dan Bagi Hasil (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di BSI Banyuwangi yaitu tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Angka Adjusted R square sebesar 0,922 menunjukkan bahwa 92,9% variasi minat menabung dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 7,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.



## **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah. Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan antara lain:

1. Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan minat nasabah dalam menabung di BSI Banyuwangi, namun dalam penelitian ini hanya melibatkan faktor pelayanan, religiusitas, dan bagi hasil.
2. Dalam penelitian ini pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau angket, sehingga peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden apakah menunjukkan kenyataan yang sesungguhnya.

## **C. Saran**

1. Bagi Bank Syariah Indonesia Banyuwangi

Bank Syariah Indonesia Banyuwangi diharapkan dapat lebih meningkatkan pelayanan dan pemasarannya. Misalnya dengan melakukan pemasaran di media sosial seperti facebook, whatsapp, dan instagam sehingga masyarakat dapat mengetahui berbagai macam produk pembiayaan yang disediakan oleh BSI. Karena dengan meningkatkan kemampuan pemasaran yang dimiliki oleh lembaga, dapat membantu anggota untuk lebih mengetahui produk-produk dan pelayanan yang ada serta dapat menarik minat anggota untuk memilih pembiayaan di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.

## 2. Bagi IAI Darussalam

Dalam rangka menyiapkan mahasiswa yang siap menghadapi tantangan dan persaingan dalam dunia bisnis yang sebenarnya, hendaknya institut mendorong dan mendukung mahasiswa untuk lebih sering terjun ke lapangan, dan meningkatkan kerjasama dengan perusahaan/lembaga/organisasi sebagai sarana penelitian untuk memperdalam pengetahuan mahasiswa.

## Daftar Pustaka

- Abdul,H. 2018 Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 138-142.
- Adipramita, V. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Perhiasan emas Lancar Jaya Sekaran Lamongan. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1).
- Akhmad,D. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah, *Jurnal Fokus Bisnis*, 44-46.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2000. *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Bandung: CV DIPONEGORO.
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fitria, A. & Hidayat, I. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).
- Gery, M. H. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen The Aliga Hotel Padang*. Menara Ilmu, 12(9).
- Gicella,F. 2019 *Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya*.
- Gunawan Nano dan Kartika Chandra. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rolag Cafe DiPonegoro Surabaya. *E- Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, Vol.05, No.01.
- Judisseno, Rimsky. 2015 *Sistem Moneter dan Perbankan di Indonesia*, Jakarta : PTGramedia Pustaka Utama.
- Karim A. & Adiwarmn. 2010. *Bank Islam, Analisis Fiqih Dan Keuangan*, Jakarta : Raja Grafindo Persada..
- Khan. 2010. *The influence of religious on depositor behavior in an emerging market*. Jakarta.

- Muhammad Abu Dwiono Koesen Al-Jambi. 2019 *Selamat Tinggal Bank Konvensional*. Jakarta : TIFA.
- Muhammad, Kebijakan Fiskal dan Moneter dalam Ekonomi Islam, Jakarta :Salemba empat, 2012.
- Mustikawati, Ade. 2010 *Analisis Faktor-faktor Pelayanan Bank yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Ummat*, [http :// www.irc.ipb.ac.id](http://www.irc.ipb.ac.id).
- Nasabah Bank Syariah, *Jurnal Eksplorasi Akuntans*, 1324.
- Philip Kotler & Keller Kevin L. 2011 *Manajemen Pemasaran* Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler, 2015 *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 dan 2 Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah. Perbankan Syariah. Jakarta: PKES Publishing. 2008.
- Riduwan dan Sunarto. 2010 *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, sosial, Ekonomi, Komunikasi, Dan Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Roni, A. 2017 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah, *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 43-46.
- Sugiyono, 2016 *Metodologi Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sukron. 2012 *Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Bni Syariah*.
- Sutanto Priyo et al. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Prima Boyolali. *E- Jurnal Indonesian Economics Bussines and Management Research*, Vol.1, No.1.
- Wahyuni, M. D. 2019. *Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Natasha Skin Clinic Center Gresik)*". MANAJERIAL,5(1),30-40.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## KUESIONER PENELITIAN

### Pengaruh Pelayanan, Religiusitas dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah yang Menabung di Bank Syariah Indonesia Banyuwangi

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Dengan Hormat,

Dalam rangka memenuhi tugas akhir peneliti sebagai mahasiswa program studi Ekonomi Syariah di fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Darussalam Blokagung, kami mohon partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/i untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Data-data yang akan diperoleh akan kami jaga kerahasiaannya dan semata-mata hanya akan digunakan untuk kepentingan akademik. Atas kerjasama, dukungan, dan perhatian Bapak/Ibu/Sdr/i kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

#### Data Responden

Nama : ..... (*boleh tidak diisi*)

Jenis Kelamin : Laki-Laki	<input type="checkbox"/>	Perempuan	<input type="checkbox"/>
Usia : 20-29	<input type="checkbox"/>	30-39	<input type="checkbox"/>
40-49	<input type="checkbox"/>	50≤	<input type="checkbox"/>
Pekerjaan : Pedagang	<input type="checkbox"/>	Wiraswasta	<input type="checkbox"/>
PNS	<input type="checkbox"/>	Karyawan	<input type="checkbox"/>
Lainnya	<input type="checkbox"/>		
Pendidikan : SD/MI	<input type="checkbox"/>	SMP/MTs	<input type="checkbox"/>
SLTA	<input type="checkbox"/>	Perguruan Tinggi	<input type="checkbox"/>

#### Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Isilah pernyataan dalam kuisisioner ini dengan memberikan penilaian sejauh mana pernyataan tersebut sesuai dengan realita. Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom pilihan yang tersedia untuk pilihan jawaban anda. Skor jawaban dibagi dalam empat kriteria, yaitu:

<b>SS</b> : Sangat Setuju	<b>SS</b> : 4
<b>S</b> : Setuju	<b>S</b> : 3
<b>TS</b> : Tidak Setuju	<b>TS</b> : 2
<b>STS</b> : Sangat Tidak Setuju	<b>STS</b> : 1

### **Pelayanan**

<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Saya tertarik dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.				
2.	Karyawan Bank Syariah Indonesia Banyuwangi begitu ramah.				
3.	Karyawan Bank Syariah Indonesia Banyuwangi selalu memberikan senyum ketika memberi pelayanan.				
4.	Karyawan Bank Syariah Indonesia Banyuwangi selalu mengucapkan salam.				
5.	Saya merasa puas dan sangat mengerti dengan pelayanan dan informasi yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia Banyuwangi.				
6.	Karyawan memberikan pelayanan secara maksimal kepada nasabah.				

### **Religiusitas**

<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Bank Syariah Indonesia Banyuwangi melaksanakan prinsip-prinsip Islam dalam setiap praktik transaksi perbankannya.				
2.	Saya menabung di Bank Syariah karena tidak mengandung riba.				
3.	di Bank Syariah karena terdapat DPS (Dewan Pengawas Syariah) yang bertugas mengawasi operasional dari bank syariah.				
4.	Sejak Bank Syariah Indonesia muncul dikota Banyuwangi, saya sudah tertarik untuk menabung.				
5.	Bank Syariah Indonesia adalah bank pertama yang murni syariah.				
6.	Nasabah Bank Syariah Indonesia tidak ada yang merasa dirugikan.				

### **Bagi Hasil**

<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Saya menabung di Bank Syariah karena menggunakan sistem bagi hasil yang lebih adil.				
2.	Saya mengetahui nisbah keuntungan didasarkan dalam bentuk prosentase.				
3.	Saya mengetahui nisbah keuntungan ditentukan tidak berdasarkan porsi setoran modal melainkan berdasarkan kesepakatan.				
4.	Saya mengetahui besar nisbah bagi hasil tabungan yang ditetapkan saat ini.				
5.	Saya mengharapkan imbalan/return yang secara akumulatif bisa memperbesar jumlah tabungan saya.				
6.	Saya mengetahui bahwa return yang didapat tergantung kepada kinerja bisnis.				

**Tabel Data Responden Variabel Pelayanan (X1)**



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

**Tabel Data Responden Variabel Religiusitas (X2)**

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
1	3	3	2	2	4	3
2	3	2	3	4	4	3
3	5	5	2	5	2	2
4	4	2	5	5	5	4
5	4	4	5	2	5	4
6	4	2	5	4	5	2
7	5	5	2	5	2	5
8	4	2	4	4	5	5
9	3	3	2	2	4	2
10	3	2	3	4	4	3
11	5	5	2	5	2	4
12	4	2	5	5	5	2
13	4	4	5	2	5	4
14	4	2	5	4	5	4
15	5	5	2	5	2	2
16	5	2	4	4	5	5
17	3	3	2	2	4	3
18	3	2	3	4	4	2
19	5	5	2	5	2	4
20	4	2	5	5	5	4
21	4	4	5	2	5	2
22	4	2	5	4	5	4
23	5	5	2	5	2	5
24	5	2	4	4	5	2
25	3	2	2	2	4	3
26	3	4	3	4	4	3
27	5	2	2	5	2	2
28	4	5	5	5	5	4
29	4	2	5	2	5	4
30	4	4	5	4	5	2
31	5	2	2	5	2	5
32	5	5	4	4	5	5
33	3	2	2	2	4	2
34	3	4	3	4	4	3
35	5	2	2	5	2	4
36	4	5	5	5	5	2
37	4	2	5	2	5	4
38	4	4	5	4	5	4
39	5	2	2	5	2	2
40	5	5	4	4	5	5

**Tabel Responden Variabel Bagi Hasil (X3)**

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
1	4	4	5	4	5	4
2	4	4	5	4	5	4
3	4	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	5
5	3	3	2	3	4	3
6	3	4	3	4	4	3
7	5	5	3	5	5	4
8	4	5	5	5	5	4
9	4	4	5	4	5	4
10	4	4	5	4	5	4
11	4	5	5	5	5	5
12	5	5	4	4	5	5
13	3	3	2	3	4	3
14	3	4	3	4	4	3
15	5	5	3	5	5	4
16	4	5	5	5	5	4
17	4	4	5	4	5	4
18	4	4	5	4	5	4
19	4	5	5	5	5	5
20	5	5	4	4	5	5
21	3	3	2	3	4	3
22	3	4	3	4	4	3
23	5	5	3	5	5	4
24	4	5	5	5	5	4
25	4	4	5	4	5	4
26	4	4	5	4	5	4
27	4	5	5	5	5	5
28	5	5	4	4	5	5
29	3	3	2	3	4	3
30	3	4	3	4	4	3
31	5	5	3	5	5	4
32	4	5	5	5	5	4
33	4	4	5	4	5	4
34	4	4	5	4	5	4
35	4	5	5	5	5	5
36	5	5	4	4	5	5
37	3	3	2	3	4	3
38	3	4	3	4	4	3
39	5	5	3	5	5	4
40	4	5	5	5	5	4

**Tabel Responden Variabel Minat Menabung (Y)**

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6
1	5	5	4	4	5	5
2	3	3	2	3	4	3
3	3	4	3	4	4	3
4	5	5	3	5	5	4
5	4	5	5	5	5	4
6	4	4	5	4	5	4
7	4	4	5	4	5	4
8	4	5	5	5	5	5
9	5	5	4	4	5	5
10	3	3	2	3	4	3
11	3	4	3	4	4	3
12	5	5	3	5	5	4
13	4	5	5	5	5	4
14	4	4	5	4	5	4
15	4	4	5	4	5	4
16	4	5	5	5	5	5
17	5	5	4	4	5	5
18	3	3	2	3	4	3
19	3	4	3	4	4	3
20	5	5	3	5	5	4
21	4	5	5	5	5	4
22	4	4	5	4	5	4
23	4	4	5	4	5	4
24	4	5	5	5	5	5
25	5	5	4	4	5	5
26	3	3	2	3	4	3
27	3	4	3	4	4	3
28	5	5	3	5	5	4
29	4	5	5	5	5	4
30	4	4	5	4	5	4
31	4	4	5	4	5	4
32	4	5	5	5	5	5
33	5	5	4	4	5	5
34	3	3	2	3	4	3
35	3	4	3	4	4	3
36	5	5	3	5	5	4
37	4	5	5	5	5	4
38	4	4	5	4	5	4
39	4	4	5	4	5	4
40	4	5	5	5	5	5



**IAIDA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**TERAKREDITASI**  
**BLOKAGUNG - BANYUWANGI**

Alamat : Pon. Pes. Darussalam Blokagung 02/IV Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur - 68491 No. Hp: 085258405333 , Website: www.iaida.ac.id , E-mail: iaidablokagung@gmail.com

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Reva Dwi Melania  
NIM/NIMKO : 1813110100  
PRODI : Ekonomi Syari'ah (ESY)  
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

NO	TGL. KONSULTASI	TOPIK POKOK YANG DIBICARAKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING	TGL MENGHADAP KEMBALI
1.	18-3-2022	Revisi Skripsi		19-3-2022
2.	19-3-2022	Revisi Skripsi		23-3-2022
3.	23-3-2022	Revisi Skripsi		31-3-2022
4.	31-3-2022	Revisi Skripsi		8-4-2022
5.	8-4-2022	Revisi Skripsi		10-4-2022
6.	10-4-2022	Revisi Skripsi		11-4-2022
7.	11-4-2022	Revisi Skripsi		6-6-2022
8.	6-5-2022	Revisi Skripsi		14-6-2022
9.	14-6-2022	Revisi Skripsi		21-6-2022
10.	21-6-2022	Revisi Skripsi		23-6-2022
11.	23-6-2022	Revisi Skripsi		

Mulai Bimbingan : 18 Maret 2022  
Batas Akhir Bimbingan : 23 Juni 2022

Blokagung, 23 Juni 2022

Mengetahui,  
Ketua Prodi

Dr. NURUL INDAH, SE., M.Si.

Dosen Pembimbing

Keterangan : Kartu ini tidak boleh hilang dan setiap bimbingan harus dibawa

### Plagiarism Detector v. 1921 - Originality Report 4/5/2022 8:48:10 AM

Analyzed document: SKRIPSI REVA DWI BARU.docx Licensed to: Aster Putra

- Comparison Preset: Rewrite
- Detected language: id
- Check type: Internet Check

[tee\_and\_enc\_string] [tee\_and\_enc\_value]

Detailed document body analysis:

Relation chart:



Distribution graph:



Top sources of plagiarism: 35

46%	4983	1. <a href="http://eld.iain-padangsidempuan.ac.id/776/1/14-401-00073.pdf">http://eld.iain-padangsidempuan.ac.id/776/1/14-401-00073.pdf</a>
8%	912	2. <a href="https://123dok.com/document/ye3vdj4q-pengaruh-pengelolaan-pelayanan-pembiayaan-keputusan-pengambilan-pembiayaan-sukoharjo.html">https://123dok.com/document/ye3vdj4q-pengaruh-pengelolaan-pelayanan-pembiayaan-keputusan-pengambilan-pembiayaan-sukoharjo.html</a>
6%	708	3. <a href="https://text-id.123dok.com/document/4yr1d14oq-bagi-hasil-berpengaruh-terhadap-keputusan-penggunaan-jasa.html">https://text-id.123dok.com/document/4yr1d14oq-bagi-hasil-berpengaruh-terhadap-keputusan-penggunaan-jasa.html</a>

Processed resources details: 81 - OK / 12 - Failed

Important notes:

Wikipedia:	Google Books:	Ghostwriting services:	Anti-cheating:

[uace\_headline]

- [uace\_line1]
- [uace\_line2]
- [uace\_line3]
- [uace\_line4]

**SURAT KETERANGAN**

No.02/066-3/9061

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Reva Dwi Melania  
N I M : 18131110100  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Universitas : Institut Agama Islam Darussalam

Yang bersangkutan telah melaksanakan Penelitian dengan judul “ Faktor - faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di BSI A Yani ” di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banyuwangi A Yani pada tanggal 24 Maret 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Banyuwangi, 25 Maret 2022

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.  
KC BANYUWANGI A YANI

  
**Hari Cahyono**  
BOSM



**PENGESAHAN REVISI UJIAN SKRIPSI  
TAHUN AKADEMIK 2021/2022**

Nama : Reva Dwi Melania  
N I M : 18131110100  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah (ESy) / Perbankan Syariah (PSy)

Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan, Religiusitas dan  
Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah  
dalam Menabung di Bank Syariah  
Indonesia Banyuwangi

Telah dilakukan revisi sesuai dengan catatan dari hasil ujian yang telah dilaksanakan pada sidang Ujian Skripsi pada hari Rabu tanggal 13 April 2022.

Bloklagung, 13 April 2022

Mengetahui,

Pembimbing

  
(Mira Ustanti, S.E., M.Ed)

Dekan

  
  
Lely Ana Ferawati Ekningsih, SE, MII, MM., CRP. t.  
NIDN. 2125027901



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



**Nama** : Reva Dwi Melania  
**NIM** : 18131110100  
**TTL** : Banyuwangi, 17 Februari 2000  
**Jenis Kelamin** : Perempuan  
**Agama** : Islam  
**Prodi** : Ekonomi Syariah  
**Telp** : 081230242190  
**Alamat** : Tegalrejo, Tegalsari, BWI

### Riwayat Pendidikan Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah/Perguruan Tinggi	Bidang Studi
SD	2006	2012	SD N 2 TEGALREJO	
SMP	2012	2015	SMP N 2 BANGOREJO	
SMA	2015	2018	SMA PGRI PURWOHARJO	IPS
S1	2018	2022	Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi	Ekonomi Syariah

Banyuwangi, 27 Juli 2022

  
Reva Dwi Melania