

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan perbankannya berdasarkan hukum islam (prinsip syariah), bank ini juga biasa disebut sebagai bank tanpa bunga karena bank ini menghimpun dana dari masyarakat dengan tidak memberikan imbalan bunga dan tidak juga memberikan pinjaman dengan bunga.

Bank syariah muncul karena dilatarbelakangi atas kesadaran umat muslim yang ingin menjalankan aktivitasnya sesuai dengan ajaran agama Islam, dan juga karena umat muslim membutuhkan perbankan bebas bunga, pembiayaan kegiatan usaha riil, dan juga bank yang tidak bersifat spekulasi.<sup>1</sup>

Dunia perbankan sangatlah penting, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan “nyawa” untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Anggapan ini tentunya tidak salah karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangatlah vital, misalnya dalam hal penciptaan uang, mengedarkan uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, tempat mengamankan uang, tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Maryam Jamila, <http://www.maryamjamila.com/147/pengertian-bank-syariah.html>, di akses pada tanggal 18 November 2013, pk1 14.00 WITA.

<sup>2</sup>Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2011), h. 2.

Islam mendorong masyarakat kearah usaha nyata dan produktif. Islam mendorong masyarakat untuk melakukan investasi dan melarang membungakan uang. Sesuai dengan definisi di atas, menyimpan uang di Bank Islam termasuk kategori kegiatan investasi karena perolehan kembaliannya (return) dari waktu ke waktu tidak pasti dan tidak tetap. Besar kecilnya perolehan kembali itu tergantung kepada hasil usaha yang benar-benar terjadi dan dilakukan bank sebagai mudharib atau pengelola dana. Dengan demikian, Bank Islam tidak dapat sekedar menyalurkan uang. Bank Islam harus tetap berupaya meningkatkan kembalian atau return of investment sehingga lebih menarik dan lebih memberi kepercayaan bagi pemilik dana.<sup>3</sup>

Dengan lahirnya Bank Islam yang beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil sebagai alternatif pengganti bunga pada bank konvensional, merupakan peluang bagi umat Islam untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin. Merupakan peluang, karena umat Islam akan berhubungan dengan perbankan dengan tenang, tanpa keraguan dan didasari oleh motivasi keagamaan yang kuat di dalam mobilisasi dana masyarakat untuk pembiayaan pembangunan ekonomi umat.<sup>4</sup>

Dasar pemikiran terbentuknya Bank Islam bersumber dari adanya larangan riba. Allah SWT berfirman pada QS. Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

---

<sup>3</sup>Wirnyaningsih et. al, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), h.41.

<sup>4</sup>Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2004),h. 55-56.

لَوْ أَيْدِيَهُمْ ذَلِكَ الْمَسِّ مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا لَا يَقُومُونَ لَا الرَّبُّوَأَيُّ الْكُلُونِ الَّذِينَ  
 دَسَلَفَ مَا فَلَهُ دَفَأَتْهُ رَبِّهِ مِنْ مَوْعِظَةٍ جَاءَهُ فَمَنْ الرَّبُّوَأَوْ حَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحْلَى الرَّبُّوَأَيُّ مِثْلُ الْبَيْعِ إِنَّمَا  
 خَالِدُونَ فِيهَا هُمُ النَّارُ أَصْحَابُهَا وَلَتَبِكَ عَادَ وَمَنْ بَلَّ اللَّهُ إِلَى وَأَمْرُهُ

Artinya:

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (QS Al Baqarah [2] : 275)<sup>5</sup>

Hadirnya Bank Islam di Indonesia telah direspon positif oleh Bank Indonesia. Hal ini ditandai dengan banyaknya Bank Islam yang bermunculan di Indonesia. Salah satunya yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru tepatnya di Jl. A. Yani Km.33,5 No.03, Kel.Loktabat Utara, Kec.Banjarbaru Utara Banjarbaru.

Agar mampu mensosialisasikan produknya maka perbankan syariah harus mengetahui faktor-faktor produk apa saja yang akan mempengaruhi perilaku nasabah dalam mengambil keputusan untuk memilih produknya. Dalam hal ini penulis mengkhususkan penelitian pada produk tabungan wadiah.

Dalam hal perilaku islam, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen

<sup>5</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Darus Sunnah, 2002), h. 48.

merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan fisik maupun psikis atau material. Disisi lain, berkah akan diperolehnya ketika ia mengkonsumsi barang atau jasa yang dihalalkan oleh syariat Islam.<sup>6</sup>

Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak seenaknya.<sup>7</sup>

Ada tiga dimensi yang digunakan untuk mengevaluasi produk tabungan wadiah, yaitu: *Pilihan Produk, Bauran Pelayanan dan Suasana Toko*.<sup>8</sup>

Tiga variabel produk tersebut akan penulis kaji menggunakan landasan syariah yang telah ada yaitu: pilihan produk, bauran pelayanan, dan suasana toko apakah telah sesuai dengan landasan syariah yang seharusnya dilakukan oleh perbankan syariah.

Dengan adanya teori tersebut maka peneliti merasa perlu meneliti lebih lanjut apakah tiga variabel yang berlandaskan syariah tersebut telah dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru yang selanjutnya akan diberi judul: **“Pengaruh Produk Tabungan Wadiah Terhadap Perilaku Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru”**.

## **B. Rumusan Masalah**

---

<sup>6</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008), h. 127-129

<sup>7</sup>Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2003), h.1.

<sup>8</sup>Philip Kotler, *Marketing*, diterjemahkan oleh Herujati Purwoko, (Jakarta: Erlangga, 1988), Jilid 2, h. 323.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan peneliti, maka yang menjadi persoalan ini dapat dirumuskan yaitu:

1. Faktor-faktor produk apa yang mempengaruhi perilaku nasabah terhadap produk tabungan wadiah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru?
2. Faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku nasabah terhadap produk tabungan wadiah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor produk yang mempengaruhi perilaku nasabah terhadap produk tabungan wadiah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku nasabah terhadap produk tabungan wadiah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

### **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini, di harapkan dapat berguna untuk :

1. Manfaat teoritis

- a. Sebagai suatu bahan informasi ilmiah untuk menambah wawasan pengetahuan penulis khususnya dan pembaca pada umumnya seputar tentang faktor- faktor yang paling berpengaruh terhadap keinginan nasabah untuk memilih produk tabungan wadiah.
- b. Sebagai sumbangan pemikiran dalam mengisi khasanah ilmu pengetahuan pengembangan dan penalaran pengetahuan bagi perpustakaan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam khususnya dan IAIN Antasari pada umumnya yang dalam bentuk karya tulis ilmiah khususnya disiplin ilmu pengetahuan Perbankan Syariah.
- c. Sebagai bahan referensi bagi peneliti berikutnya secara kritis dan mendalam lagi tentang hal-hal yang sama dari sudut pandang yang berbeda.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan bisa berguna sebagai bahan informasi bagi pihakbank dalam meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk tabungan BRISyariah.

## **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam mengartikan judul yang akan diteliti dan kekeliruan dalam memahami tujuan penelitian ini, maka perlu adanya definisi operasional agar lebih terarahnya penelitian ini:

1. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.<sup>9</sup> Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tindakan dan tingkah laku yang dilakukan oleh nasabah pengguna jasa produk tabungan BRISyariah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru terhadap produk tabungan wadiah.
2. Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.<sup>10</sup> Yang dimaksud disini adalah konsumen PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru yang memakai atau menggunakan produk jasa tabungan BRISyariah.
3. Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya di proses produksi dan menjadi hasil akhir proses produksi itu.<sup>11</sup> Yang dimaksud disini adalah produk tabungan BRISyariah yang menggunakan akad wadiah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

---

<sup>9</sup>*Ibid*, h. 3

<sup>10</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001) cet ke-3, h. 775

<sup>11</sup> *Ibid* h. 896

4. Tabungan wadiah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yaitu titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki.<sup>12</sup>Yang dimaksud disini adalah suatu jasa yang ditawarkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru yang berbentuk simpanan atau tabungan BRISyariah.

## F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.<sup>13</sup>*Suppose we wish to test whether or not a coin is fair. We begin by defining the null hypothesis and the alternative hypothesis, in this example, the null hypothesis, denoted by  $H_0$ , is that coin is fair. The alternative hypothesis, denoted by  $H_a$ , is that the coin is biased.*<sup>14</sup>Hipotesis merupakan dugaan sementara yang kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan.

Oleh karena itu, penulis akan mengajukan hipotesis berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara simultan dan parsial antara faktor dimensi produk tabungan wadiah yang meliputi pilihan produk, bauran pelayanan, dan suasana

---

<sup>12</sup><http://kamusbisnis.com/arti/tabungan-wadiah/>, di akses pada tanggal 18 November, pkl 21:43 WITA.

<sup>13</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), cet. ke-17, h. 93.

<sup>14</sup> Mark P. Kritzman, *The Portable Financial Analyst (what practitioners need to know)*, (Canada: Jhon wiley & sons, inc, hoboken, 2003), h. 114.



toko terhadap perilaku nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

2. Dimensi Bauran Pelayanan mempunyai pengaruh paling dominan terhadap perilaku nasabah.

### **G. Kajian Pustaka**

Untuk mengetahui dimana porsi yang penulis teliti, maka penulis memerlukan adanya tinjauan kepustakaan sehingga penulis mengetahui dimana posisi penelitian yang akan diteliti. Berdasarkan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang penulis lakukan berkaitan dengan masalah perilaku nasabah, maka telah ditemukan beberapa penelitian sebelumnya yang juga mengkaji tentang persoalan yang sama. Namun demikian, ditentukan substansi yang berbeda dengan persoalan yang akan penulis angkat. Diantaranya adalah :

1. Skripsi Saudari Naila Khalidah yang membahas tentang “Perilaku Konsumen Terhadap Layanan Internet Di Warung Internet Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara”, pada skripsi tersebut menghasilkan tentang gambaran bagaimana perilaku konsumen terhadap layanan internet di warung internet kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara dan tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumen.
2. Skripsi Indriani Windasari, yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin”, pada skripsi tersebut menghasilkan penjelasan tentang variabel produk, promosi, harga, tempat dan pelayanan yang berpengaruh dalam

keputusan konsumen memilih Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.

3. Skripsi Fakhriah, yang berjudul “Preferensi Nasabah Terhadap Produk Tabungan Mudharabah Mutlaqah pada PT. Bank Syariah Mandiri”, dari hasil penelitiannya menghasilkan penjelasan tentang faktor-faktor dimensi produk tabungan *mudharabah mutlaqah* yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap preferensi nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Sampit dan menjelaskan tentang pandangan Islam terhadap akad *mudharabah* dibolehkan dalam syariat Islam.
4. Skripsi Rusmi Indah Hayati, yang membahas tentang “Preferensi Nasabah Bank BPD Syariah Cabang Kandungan Terhadap Wadiah”, yang meliputi preferensi (pilihan) nasabah pada bank BPD Syariah Cabang Kandungan terhadap produk wadiah dan gambaran produk wadiah di BPD Syariah cabang Banjarmasin serta aspek positif dan negatif bagi nasabah setelah menggunakan produk wadiah.

Berdasarkan penelaahan peneliti terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, maka terdapat pokok permasalahan yang berbeda antara penelitian yang peneliti kemukakan dengan penelitian sebelumnya.

Perbedaan penelitian yang peneliti kemukakan ini dengan penelitian sebelumnya adalah selain dilakukan di tempat dan lokasi yang berbeda, walaupun bidang yang dibahas adalah sama namun juga berbeda dari segi produk. Dalam penelitian ini, peneliti lebih mengarahkan pada permasalahan mengenai faktor-faktor produk yang mempengaruhi perilaku nasabah terhadap produk tabungan

wadiah serta faktor yang paling dominan mempengaruhi perilaku nasabah terhadap produk tabungan wadiah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru. Dan penulis belum menemukan karya ilmiah dalam bentuk skripsi yang meneliti perilaku nasabah terhadap produk tabungan wadiah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

#### **H. Sistematika Penulisan**

Penyusunan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan, merupakan penjelasan mengenai latar belakang masalah dari penelitian, yang kemudian ditarik dalam rumusan masalah. Sebagai acuan dari keseluruhan penelitian ini agar fokus dan terarah akan ditegaskan dengan tujuan penelitian. Signifikansi penelitian dibuat agar manfaat dari penelitian itu sendiri dapat dirasakan baik secara teoritis maupun praktis, untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam mengartikan judul yang akan diteliti dan kekeliruan dalam memahami tujuan penelitian maka dibuat definisi operasional. Hipotesis penelitian digunakan untuk jawaban sementara suatu rumusan masalah. Kajian pustaka dibuat untuk mengetahui dimana posisi dan ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan yang merujuk pada panduan skripsi dan beberapa buku yang mengulas tentang metode riset lainnya.

BAB II Landasan Teori, pada bab ini dijabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan penelitian melalui teori-teori yang sesuai dan mendukung

serta relevan dari buku-buku, internet, atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari referensi media lain.

BAB III Metode Penelitian, bab ini menghubungkan antara teoritis dengan penelitian lapangan, maka dibuatlah metode penelitian yang berisi jenis, sifat dan lokasi penelitian yang digunakan untuk penulisan skripsi, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran, kemudian setelah data dikumpulkan data dianalisis dengan teknik analisis validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis inferensial regresi berganda, dan uji hipotesis, kemudian untuk mengetahui alur penelitian dari awal sampai akhir maka dibuat tahapan penelitian yang sistematis.

BAB IV Laporan Hasil Penelitian, bab ini berisi tentang hasil penelitian di PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru. Selanjutnya membahas mengenai analisis data dan hasil analisis serta pembahasannya yang disesuaikan dengan metode penelitian pada bab tiga yaitu melalui teknik analisis validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis inferensial regresi berganda, dan uji hipotesis sehingga dapat memberikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada dan pembuktian dari hipotesis serta jawaban-jawaban dari pertanyaan yang telah disebutkan dalam rumusan masalah sebelumnya.

BAB V Penutup, Dalam bab ini penulis memberikan kesimpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dan diuraikan dalam bab satu sampai dengan bab empat sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu kepada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru dan para peneliti selanjutnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Perilaku Konsumen

Menurut para ahli perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan dan persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.<sup>15</sup>

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.<sup>16</sup>

Menurut American Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai “dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan”. Dengan kata lain perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan dalam proses konsumsi. Hal tersebut juga mencakup segala hal pada lingkungan yang mempengaruhi pikiran, perasaan, dan tindakan tersebut.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup>*Ibid*,h. 10.

<sup>16</sup>Nugroho J. Setiadi, *Op.Cit*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 3.

<sup>17</sup> J.Paul Peter, Jerry C. Olson, *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, diterjemahkan oleh Diah Tantri Dwiandani,(Jakarta : Salemba Empat,2013), h.6

Teori perilaku konsumen (*consumer behavior*) mempelajari bagaimana manusia memilih di antara berbagai pilihan yang dihadapinya dengan memanfaatkan sumber daya (*resources*) yang dimilikinya.<sup>18</sup>

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor-faktor tersebut dibedakan menjadi empat bagian yaitu:<sup>19</sup>

1. Faktor kebudayaan

- a. Kebudayaan

Merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

- b. Sub-budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya – sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya.

- c. Kelas sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa.

---

<sup>18</sup>Mustafa Edwin Nasution et.al, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 56.

<sup>19</sup>Nugroho J. Setiadi, *Op. Cit*, h. 11-15.

## 2. Faktor sosial

### a. Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa di antaranya adalah kelompok-kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat. Kelompok-kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok yang seseorang ingin menjadi anggotanya disebut kelompok aspirasi.

### b. Keluarga

Keluarga orientasi yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta.

### c. Peran dan status

Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

## 3. Faktor pribadi

### a. Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b. Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

c. Keadaan ekonomi

Terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

d. Gaya hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

e. Kepribadian dan konsep diri

Yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian dapat merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisa perilaku konsumen. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dengan berbagai pilihan produk atau merek.



#### 4. Faktor-faktor psikologis

##### a. Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, rasa haus, rasa tidak nyaman. Sedangkan kebutuhan-kebutuhan lain bersifat psikogenik yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

##### b. Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

##### c. Proses belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

##### d. Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

#### **B. Proses Pembentukan Perilaku**

Perilaku manusia terbentuk karena adanya kebutuhan. Menurut Abraham Harold Maslow, manusia memiliki lima kebutuhan dasar yakni:

1. Kebutuhan fisiologis/ biologi, yang merupakan kebutuhan pokok utama, yaitu O<sub>2</sub>, H<sub>2</sub>O, cairan elektrolit, makanan dan seks. Apabila

kebutuhan ini tidak terpenuhi akan terjadi ketidakseimbangan fisiologis. Misalnya, kekurangan O<sub>2</sub> yang menimbulkan sesak nafas dan kekurangan H<sub>2</sub>O dan elektrolit yang menyebabkan dehidrasi.

2. Kebutuhan rasa aman, misalnya: terhindar dari pencurian, penodongan, perampokan, tawuran, konflik, sakit, perlindungan hukum dll.
3. Kebutuhan mencintai dan dicintai, misalnya: ingin dicintai/ mencintai, ingin diterima oleh kelompok tempat ia berada.
4. Kebutuhan harga diri, misalnya: ingin dihargai dan menghargai orang lain, adanya respek dan perhatian orang lain.
5. Kebutuhan aktualisasi, misalnya: ingin dipuja atau disanjung oleh orang lain, ingin sukses atau berhasil.

Bentuk perilaku diberi batasan sebagai suatu tanggapan individu terhadap rangsangan yang berasal dari dalam maupun luar diri individu tersebut. Secara garis besar bentuk perilaku ada dua macam, yaitu:

1. Perilaku pasif, perilaku yang sifatnya tertutup, terjadi dalam diri individu dan tidak dapat dinikmati secara langsung. Perilaku ini sebatas sikap belum ada tindakan yang nyata.
2. Perilaku aktif, perilaku yang sifatnya terbuka, perilaku aktif adalah perilaku yang dapat diamati langsung berupa tindakan yang nyata.

### C. Faktor- Faktor Produk Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah

Ada tiga variabel “PRODUK” yaitu sebagai berikut:<sup>20</sup>

#### 1. Pilihan produk

Produk (product) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud. Dalam arti luas, produk meliputi objek-objek fisik, jasa, acara, orang, tempat, organisasi, ide atau bauran entitas.<sup>21</sup>

Produk yang dikeluarkan oleh perbankan syariah hendaknya sesuai dengan landasan syariah. Produk yang diteliti peneliti dikhususkan kepada produk tabungan wadiah.

Ketentuan- ketentuan yang terdapat dalam prinsip wadiah yaitu;

- a. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi milik atau tanggung jawab bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu intensif.
- b. Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- c. Terhadap pembukaan rekening ini bank dapat mmengenenakan pengganti biaya administrasi untuk sekedar menutupi biaya yang benar-benar terjadi.

---

<sup>20</sup>Philip Kotler, *Marketing, Op. Cit*, h. 323.

<sup>21</sup>Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12, (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 266.

- d. Ketentuan lain yang berkaitan dengan rekening giro dan tabungan tetap berlaku selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.<sup>22</sup>

Landasan syariah produk tabungan wadiah adalah :

أَهْلَهَا إِلَى الْأَمْنِ تَتَوَدُّوْا أَنْ يَأْمُرُكُمْ اللَّهُ إِنَّ ۖ

“ Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat (titipan), kepada yang berhak menerimanya....”(an-Nisaa: 58)<sup>23</sup>

## 2. Bauran Pelayanan

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Atau pelayanan yang tidak langsung oleh karyawan akan tetap dilayani oleh mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir setiap jenis produk yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung.

---

<sup>22</sup>Dwi Suwikyo, *Jasa-jasa Perbankan Syariah Produk-produk Jasa Perbankan Syariah Lengkap dengan Akuntansinya*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), h.9-10

<sup>23</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.85

Untuk produk bank ada yang memerlukan pelayanan langsung seperti penyetoran uang tunai, pengajuan kredit atau pembelian produk lainnya. Dalam pelayanan tersebut ada yang memerlukan penjelasan, baik sekedarnya atau secara rinci. Namun ada juga produk bank yang tidak memerlukan pelayanan karyawan misalnya pelayanan yang diberikan oleh mesin ATM.

Dalam prakteknya, pelanggan atau nasabah yang membutuhkan sesuatu yang perlu pelayanan sesuai dengan keinginannya dibagi empat macam yaitu sebagai berikut :

- a. Pelanggan/ nasabah sangat memerlukan bantuan seseorang untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. Mulai dari mencari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran dikasir. Rentetan pelayanan ini merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisah- pisahkan satu sama lainnya. Pelayanan seperti ini biasanya diberikan untuk produk yang belum begitu dikenal atau produk baru.
- b. Pelanggan/ nasabah memerlukan bantuan hanya seperlunya saja, artinya nasabah datang kemudian mencari sendiri, memilih sendiri baru terakhir berhubungan dengan petugas pada saat membayar. Walaupun memerlukan bantuan hanya sekedar bertanya singkat. Dalam hal ini biasanya nasabah sudah familiar dengan produk yang ditawarkan bank.
- c. Pelanggan membutuhkan bantuan tetapi melalui telepon. Jadi dalam hal ini pelanggan tidak berhadapan langsung dengan petugas akan tetapi

hanya melalui suara. Bantuan lewat telepon yang dapat diberikan misalnya informasi seputar produk dan keluhan.

- d. Pelanggan/ nasabah tidak perlu meminta bantuan petugas jika tidak dalam keadaan darurat. Artinya yang dihadapi nasabah dalam hal ini adalah mesin seperti mesin Automated Teller Machine (ATM). Pelayanan ATM ini dilakukan melalui petunjuk yang ada di mesin untuk keperluan melakukan berbagai transaksi yang diinginkan. Pelayanan oleh petugas akan diberikan apabila nasabah mengalami masalah seperti kartunya tertelan atau untuk nasabah baru yang belum paham untuk melakukan transaksi melalui ATM. Walaupun demikian, untuk pelayanan jenis keempat ini juga harus dijaga jangan sampai terjadi. Masalah dengan nasabah harus dapat segera cepat teratasi termasuk mengontrol kualitas mesin yang akan digunakan.

Seorang petugas dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah. Seorang petugas harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti etiket pelayanan, pengenalan produk, dan dasar-dasar pelayanan lainnya. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap petugas dibekali pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaan yang bakal dihadapinya, termasuk kemampuannya menguasai pengetahuan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan, dan produk yang ditawarkan.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup>Kasmir, *Op. Cit*, h. 15-22.

Agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan.

Berikut ini dasar- dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti oleh seorang karyawan :

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
- b. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh kasih sayang
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal
- d. Tenang, sopan, homat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
- f. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukan kemampuan
- g. Jangan menyela atau memotong pembicaraan
- h. Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan
- i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada mintalah bantuan
- j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

Secara syariah petugas dapat memberikan pelayanan dengan mengucapkan salam kepada nasabahnya, seperti yang terdapat dalam hadis Shahih Sunan Ibnu Majah yang diriwayatkan dari Abu Umamah RA, ia berkata:

يُؤْتِيهِ اللهُ مِنْ رَحْمَتِهِ

Artinya: “*Dari Abu Umamah RA, ia berkata, ” Nabi kita SAW menyuruh kita untuk menebar salam.*”<sup>25</sup>

### **3. Suasana Kantor**

Organisasi-organisasi (perusahaan) secara terus menerus membangun berbagai fasilitas baru dan memperluas yang sudah ada tidak terkecuali dengan tujuan hanya untuk memberikan kenyamanan kepada nasabahnya.

Pemilihan lokasi juga sangat menentukan kemajuan suatu perusahaan. Penentuan lokasi yang tepat akan membuat suatu perusahaan mudah dikenal.

Suasana kantor yang bersih, aman, dan nyaman akan membuat nasabah merasa puas berada didalamnya.

#### **D. Pengertian Produk Tabungan Wadiah**

*Every product is really three products-a generic product, a physical product, and a psychological product.*

1. *Generic product refers to the basic product type, and the primary function it serves.*
2. *The physical product is the actual physical entity or service that is offered to consumers-the object that is sold.*
3. *The psychological product is the physical product along with the entire galaxy of services, warranties, and psychological overtones that accompany it.*<sup>26</sup>

Menurut Undang-undang No 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, *Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut*

---

<sup>25</sup>Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Shahih Sunan Ibnu Majah*, diterjemahkan oleh Iqbal, dan Mukhlis, *Shahih Sunan Ibnu Majah*, ( Jakarta: Pustaka Azzam,2007), h.320.

<sup>26</sup>Kenneth E. Runyon, *The Practise Of Marketing*, (United States of America: A bell & Howel Company, 1982), h. 280.



*syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan /atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.*<sup>27</sup>

Tabungan wadiah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.<sup>28</sup>

Akad berpola titipan (wadiah) ada dua, yaitu Wadiah *yad Amanah* dan Wadiah *yad Dhamanah*. Pada awalnya, wadiah muncul dalam bentuk *yad al-amanah* “tangan amanah” yang kemudian dalam perkembangannya memunculkan *yad Dhamanah*”tangan penganggung. Akad wadiah *yad Dhamanah* ini akhirnya banyak dipergunakan dalam aplikasi perbankan syariah dalam produk-produk pendanaan.<sup>29</sup>

Wadiah dalam pengertian teknikal adalah harta yang dititipkan kepada seseorang untuk tujuan disimpan, sehingga dana yang disimpan tersebut tidak boleh digunakan pada dasarnya, tetapi kalau pemiliknya mengizinkan dananya digunakan, maka penyimpan boleh saja menggunakannya.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> <http://id.wikipedia.org/wiki/Tabungan>, di akses pada tanggal 25 Februari 2014, pkl 08.58 WITA.

<sup>28</sup> Adiwarmarman A.Karim,*Bank Islam*,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2008),.h.297.

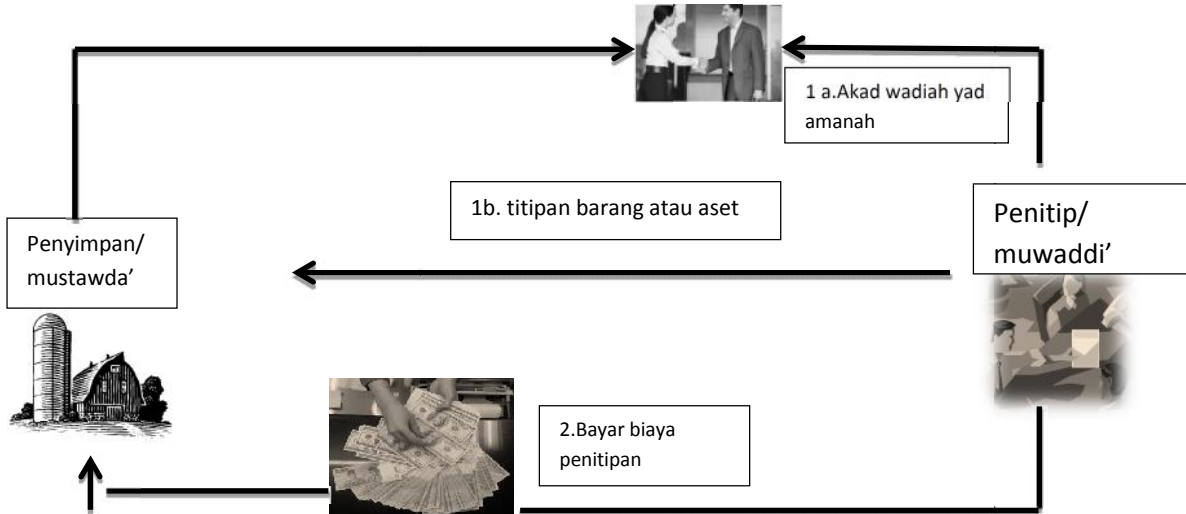
<sup>29</sup> Ascarya,*Akad & Produk Bank Syariah*,(Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada,2007),h.42

<sup>30</sup> H.Zainuddin Ali,*Hukum Perbankan Syariah*,(Jakarta: Sinar Grafika,2008), h.24.

**E. Skema Wadiah *Yad Amanah* dan Wadiah *Yad Dhamanah***

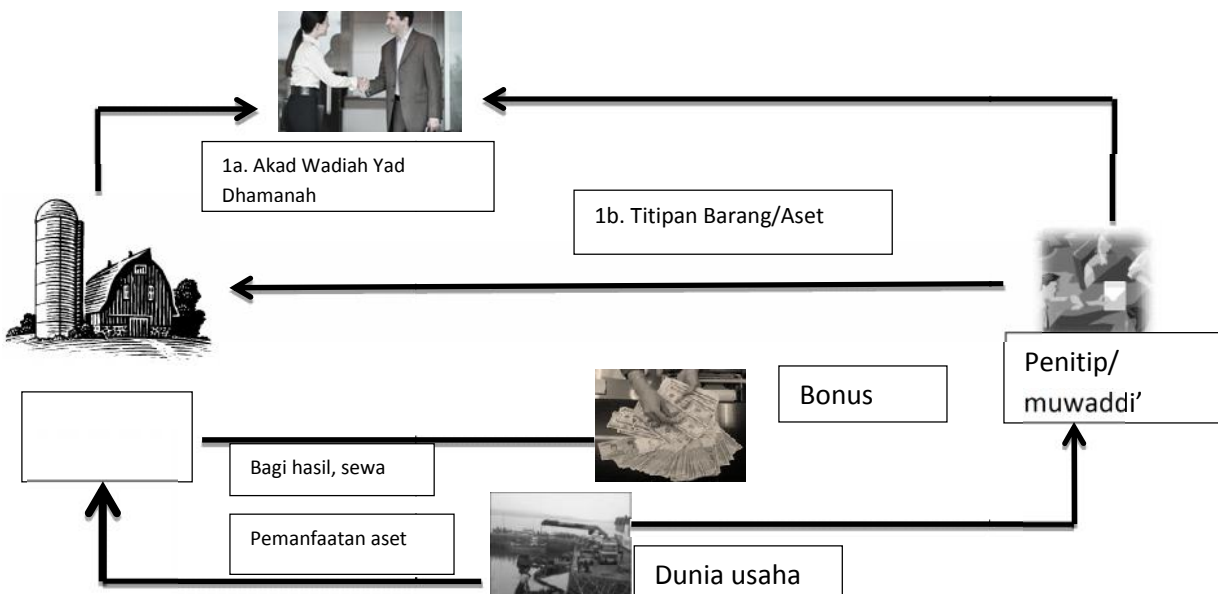
Skema titipan Wadiah *Yad Amanah* dapat digambarkan sebagai berikut.<sup>31</sup>

Gambar 2.1



Skema Titipan Wadiah *Yad Dhamanah* dapat digambarkan sebagai berikut.<sup>32</sup>

Gambar 2.2



<sup>31</sup> Ascarya, *Op. Cit*, h. 42

<sup>32</sup> Ascarya, *Op. Cit*, h. 43

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis, Sifat dan Lokasi Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu dengan terjun ke lapangan. Adapun sifat penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menekankan analisisnya pada data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika.<sup>33</sup> Sedangkan lokasi penelitian ini adalah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru yang berlokasi di Jl. A. Yani Km. 33 No. 3 Kel. Loktabat Utara, Kec. Banjarbaru Utara, Banjarbaru.

#### **B. Populasi Dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian.<sup>34</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan wadiah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.<sup>35</sup> Kemudian dalam penelitian ini karena jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka penentuan sampel ditentukan dengan pendekatan Rescoe, yaitu sebanyak 10 kali

---

<sup>33</sup>Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), h. 5.

<sup>34</sup>Suharsimi Arikounto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h.130.

<sup>35</sup>*Ibid.*, h.131.

dari jumlah variabel dalam penelitian ini<sup>36</sup>, variabel dalam penelitian ini adalah 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Maka sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak:

$$10 \times 4 \text{ variabel} = 40 \text{ orang responden}$$

Jadi, berdasar perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel minimum yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 responden.

Teknik pengambilan sampel adalah dengan *simple random sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>37</sup>

## C. Data dan Sumber Data

### 1. Data

#### a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian, meliputi karakteristik responden dan persepsi responden terhadap variabel penelitian yang didapatkan melalui instrumen pengumpulan data yang berbentuk kuesioner/angket.

Variabel independen atau variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Variabel independen atau variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah produk tabungan wadiah yang meliputi Pilihan Produk (X<sub>1</sub>), Bauran Pelayanan (X<sub>2</sub>) dan

---

<sup>36</sup>Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Alfabeta, 2011), h.38

<sup>37</sup>Sugiyono, *Op. Cit*, h. 118

Suasana Kantor ( $X_3$ ). Dikatakan kantor karena bank merupakan kantor bukan suatu toko. Jadi, untuk variabel  $X_3$  menjadi Suasana Kantor.

Variabel dependen atau variabel terikat ( $Y$ ) adalah variabel yang besar kecilnya tergantung pada nilai variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen atau variabel terikat ( $Y$ ) adalah perilaku nasabah.

Indikator masing-masing variabel pada instrumen penelitian adalah:

1) Variabel produk tabungan wadiah, dengan subvariabel:

a) Pilihan Produk ( $X_1$ ), dengan indikator:

- Bagi hasil lebih besar/ bonus dan transparan
- Biaya administrasi perbulan yang terjangkau oleh masyarakat manapun
- Rendahnya setoran awal disaat pembukaan tabungan
- Biaya ATM baik transfer, cek saldo atau penarikan tunai di ATM manapun tidak dikenakan biaya
- Fasilitas *SMS Banking* maupun *E-Banking*

b) Bauran Pelayanan ( $X_2$ ), dengan indikator:

- Cepat dan tepat dalam pelayanan
- Transaksi mudah dan cepat
- Bersungguh-sungguh dalam melayani
- Perhatian secara individual
- Pelayanan di PT. BRI Syariah KCP Banjarbaru sesuai dengan prosedur yang ada

c) Suasana kantor ( $X_3$ ), dengan indikator:

- Lokasi tempat yang strategis
- Bangunan dan interior yang bagus dan menarik
- Fasilitas yang lengkap dan memadai
- Kebersihan dan kerapian gedung
- Penampilan Karyawan

2) Variabel Perilaku nasabah (Y) dengan indikator:

- Bersedia untuk selalu menggunakan produk tabungan BRISyariah
- Aman, nyaman dan puas dalam menyimpan dana
- Bunga bank itu riba dan riba itu haram
- Memotivasi untuk selalu menabung
- Keinginan diri sendiri memilih menabung di bank Syariah

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

Data ini diperoleh dari PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru yang berupa data, catatan-catatan, serta dokumen yang ada hubungannya dengan obyek penelitian.

Data penunjang ini meliputi data tentang gambaran umum, visi, misi PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

## **2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah:

- a. Para nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru yang menjadi responden dengan sampel 40 orang nasabah.

- b. Informan, yaitu pihak luar sampel/pihak luar subjek yang dapat memberikan informasi, seperti pihak karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru, maupun informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.
- c. Dokumen, yaitu seluruh data yang berhubungan dengan penelitian untuk melengkapi data penelitian.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Angket yaitu mengajukan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui. Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket dalam mengumpulkan data tentang perilaku nasabah terhadap produk tabungan *wadiah* pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.
2. Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung ke lapangan untuk melakukan pengamatan terhadap obyek yang diteliti sehingga data yang di dapat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Dalam penelitian ini dilakukan sebagai observasi awal sebelum melakukan riset.
3. Dokumenter, teknik ini digunakan sebagai penunjang untuk mengetahui data-data tentang nasabah, sejarah berdirinya PT. Bank Rakyat Indonesia

Syariah KCP Banjarbaru dan visimisiPT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

### E. Desain Pengukuran

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. *The Likert scale asks respondents to indicate the extent to which they either agree or disagree with a series of mental belief or behavioral belief statement about a given object.*<sup>38</sup>Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena. Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan-pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata:

SS	: Sangat Setuju	diberi skor	: 5
S	: Setuju	diberi skor	: 4
N	: Netral	diberi skor	: 3
TS	: Tidak Setuju	diberi skor	: 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	diberi skor	: 1

---

<sup>38</sup>Hair, *et.al.*, *Marketing Research Within a Changing Information Environment*, (New York: McGraw-Hill/Irwin. 2003), h. 422.



## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis butir. Uji validitas disini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor pada item dengan skor total itemnya. Skor item dianggap sebagai nilai X sedangkan skor total dianggap sebagai nilai Y. Apabila skor item memiliki korelasi positif yang signifikan berarti item tersebut dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel tersebut.<sup>39</sup>

Sebuah butir pertanyaan dianggap valid bila koefisien korelasi *Product Moment Pearson* di mana  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  ( $\alpha=5\%$ ;  $n-2$ ) dan  $n$  = jumlah sampel.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan uji validitas *Pearson Corellation*. Rumus yang digunakan:<sup>40</sup>

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : koefisien korelasi antara variabel x dan y

$x$  : Jumlah harga dari skor butir

$y$  : Jumlah harga dari skor total

$n$  : Jumlah subyek

---

<sup>39</sup>Sugiyono, *Op. Cit.*, h. 124.

<sup>40</sup>Suharsimi Arikunto, *Op. Cit.*, h. 225.

$xy$  : Jumlah perkalian skor butir dengan skor total

$x^2$  : Jumlah kuadrat dan skor butir

$y^2$  : Jumlah kuadrat dan skor total

Perhitungan uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 19 for windows.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah menggunakan *Cronbach Alpha* yang berguna untuk mengetahui apakah alat ukur yang dipakai *reliable* (handal).

Ketentuan uji reliabilitas dengan *Cronbach Alpha*:<sup>41</sup>

- a) Nilai *Cronbach's Alpha* positif tidak boleh negative
- b) Nilai *Cronbach's Alpha* hasil perhitungan sama atau lebih besar dari 0,6

Rumus cronbach alpha:

$$r_n = \frac{k - \bar{r}}{1(k - 1)\bar{r}}$$

Keterangan :

$r$  : rata-rata korelasi antar item

$k$  : jumlah item

Perhitungan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 19 for windows.

---

<sup>41</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: Mediakom, 2010),h. 98.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dibutuhkan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu model regresi yang akan dipakai sebagai penjelas bagi pengaruh antar variabel. Model regresi yang digunakan adalah model regresi linear berganda (*multiple regression*). Setidaknya ada empat syarat yang dikehendaki dalam model analisis regresi tersebut adalah sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi tersebut variabel dependen, variabel independen, atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Syarat untuk mendapatkan model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal atau mendekati normal.

Cara mendeteksi dengan menggunakan *histogram regression residual* yakni distribusi data dengan berbentuk lonceng (*bellshaped*), dan juga pada diagram *normal P-P plot regression standardized* yang menggambarkan keberadaan titik-titik disekitar garis dan pada *scatterplot* tampak titik-titik yang menyebar yang kesemuanya menunjukkan model berdistribusi normal.<sup>42</sup> Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup>Suliyanto, *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), h. 69.

<sup>43</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit*, h. 71.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain pada model regresi. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Untuk mengetahuinya akan dilakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *spearman's rho*, yaitu mengkorelasikan nilai residual (*Unstandardized residual*) dengan masing-masing variabel independen. Jika signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas.<sup>44</sup>

Menurut Sarwoko, terdapat beberapa alasan munculnya persoalan Heteroskedastisitas.<sup>45</sup>

- 1) Database dari satu atau lebih variabel mengandung nilai-nilai dengan suatu jarak (*range*) yang lebar antara nilai yang paling kecil dengan nilai yang paling besar.
- 2) Perbedaan laju pertumbuhan antara variabel-variabel dependen dan independen adalah signifikan dalam periode pengamatan untuk data runtut waktu.
- 3) Didalam data itu sendiri terdapat heteroskedastisitas, terutama pada data seksi silang.

---

<sup>44</sup>*Ibid.*,h. 84.

<sup>45</sup>Sarwoko, *Dasar-Dasar Ekonometrika*, (Yogyakarta: Penerbit Andi,2005), h.152.

Apabila kondisi-kondisi tersebut dapat dipenuhi, maka varian pada nilai residual akan berkorelasi dengan suatu variabel independen. Dengan demikian, apabila nilai varian independen berubah naik atau turun, varian nilai residu itu juga akan berubah naik dan turun dan disebut dengan persoalan heterokedastisitas.

### c. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna. Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi yang tinggi atau variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol,<sup>46</sup> maka terjadi multikolinieritas. Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi di antara variabel independen, karena koefisien regresi hasil estimasi dapat berfluktuasi (tidak tetap) dari sampel ke sampel, menjadi berisiko jika memakainya sebagai indikator kepentingan relatif variabel prediktor.

Untuk mengetahui ada tidaknya Multikolinieritas antar variabel, dapat dilihat dari *variabel inflation faktor* (VIF) faktor pertambahan ragam. Data memenuhi syarat jika *variance inflation factors* (VIF) lebih kecil dari 5, karena menurut santoso (2001), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikoleniaritas dengan variabel bebas lainnya.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), h. 57.

<sup>47</sup>Duwi Priyatno, *op.cit.*,h. 81.

#### d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Autokorelasi merupakan gejala terjadinya korelasi diantara data pengamatan, karena data dipengaruhi oleh data sebelumnya. Teknik pengujian autokorelasi adalah *Durbin Watson Test* dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>48</sup>

- 1) Jika  $d$  lebih kecil dari  $d_l$  atau lebih besar dari  $(4-d_l)$ , maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi
- 2) Jika  $d$  terletak antara  $d_u$  dan  $(4-d_u)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Jika  $d$  terlatak antara  $d_l$  dan  $d_u$  atau diantara  $(4-d_u)$  dan  $(4-d_l)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

### 3. Analisis Inferensial Regresi Linier Berganda

Analisa statistiknya menggunakan regresi linier berganda. Analisis ini dipergunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Perhitungan regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS 19 for windows.

Analisis regresi berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat (untuk membuktikan ada

---

<sup>48</sup>Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistic Parametric*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2001), h.37.

tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas  $X_1, X_2, \dots, X_i$  terhadap suatu variabel terikat  $Y$  ;<sup>49</sup>

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan :

- Y : Perilaku Nasabah
- $x_1$  : Faktor Pilihan Produk
- $x_2$  : Faktor Bauran Pelayanan
- $x_3$  : Faktor Suasana Kantor
- a : Nilai konstanta
- b : Koefisien regresi

#### 4. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian inidilakukan uji F dan uji t. Dalam penelitian ini ditetapkan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) = 95% ( $\alpha = 5\%$ ).

##### a. Uji Serempak (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau dengan *level of significany* ( ) sebesar 5% dengan *Degree of freedom* (df) = (k-1)( n-k).

---

<sup>49</sup>Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurrahman, *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2007), h. 198.

Hipotesis yang diajukan adalah:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Pilihan Produk ( $X_1$ ), Bauran Pelayanan ( $X_2$ ), dan Suasana Kantor ( $X_3$ ), secara serempak terhadap perilaku nasabah.

$H_a$  : Ada pengaruh yang signifikan antara Pilihan Produk ( $X_1$ ), Bauran Pelayanan ( $X_2$ ), dan Suasana Kantor ( $X_3$ ), secara serempak terhadap perilaku nasabah.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* ( $\alpha$ ) = 0,05

*Degree of freedom* (df) = (k-1)( n-k)

$H_0$  diterima jika Sig. >

$H_a$  diterima jika Sig.

#### **b. Uji Parsial (Uji t)**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, masing-masing variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau dengan *level of significany* ( $\alpha$ ) sebesar 5% dengan *Degree of freedom* (df) = (k-1)( n-k).

Pengujian hipotesis ini menyatakan bahwa:

$H_a: \beta_1 = 0$  Tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas (Pilihan Produk ( $X_1$ ), Bauran Pelayanan ( $X_2$ ), dan Suasana Kantor ( $X_3$ )) terhadap variabel terikat (Y).



$H_a: \beta_1 > 0$  Ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas (Pilihan Produk ( $X_1$ ), Bauran Pelayanan ( $X_2$ ), dan Suasana Kantor ( $X_3$ )) terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* ( $\alpha$ ) = 0,05

*Degree of freedom* (df) = (k-1)( n-k)

$H_0$  diterima jika Sig. >

$H_a$  diterima jika Sig.

Nilai koefisien korelasi  $r$  berkisar antara -1 sampai +1, kriterianya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai  $r > 0$  artinya terjadi hubungan yang linier positif antara variabel independen dan variabel dependen.
- 2) Jika nilai  $r < 0$  artinya telah terjadi hubungan yang linier negatif antara variabel independen dan variabel dependen.
- 3) Jika nilai  $r = 0$  artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel independen dan variabel dependen.
- 4) Jika nilai  $r = 1$  artinya telah terjadi hubungan linier sempurna.

Menurut soegiono<sup>50</sup>

$r = 0,00 - 0,1999$  artinya tingkat hubungan sangat lemah

$r = 0,20 - 0,399$  artinya tingkat hubungan lemah

$r = 0,40 - 0,599$  artinya tingkat hubungan sedang

---

<sup>50</sup>*Ibid.*, h. 24.

$r = 0,60 - 0,799$  artinya tingkat hubungan kuat

$r = 0,80 - 1,000$  artinya tingkat hubungan sangat kuat

Untuk memperoleh variabel yang mempunyai pengaruh yang paling dominan dari variabel independen terhadap variabel dependen maka akan dilihat nilai koefisien parsial yang paling besar diantara variabel produk tabungan.

## **G. Tahapan Penelitian**

Agar penelitian ini dapat tersusun secara sistematis ditempuh tahapan-tahapan sebagai berikut:

### **1. Tahap Penelitian**

Pada tahap ini penulis menetapkan masalah penelitian, kemudian dilakukan peninjauan ke lokasi penelitian, setelah itu berkonsultasi kepada dosen pembimbing serta meminta persetujuan beliau untuk dijadikan sebuah proposal penelitian untuk diajukan kepada tim seleksi proposal penelitian fakultas Syariah dan Ekonomi Islam untuk mendapat persetujuan dan diadakan seminar.

### **2. Tahap Pengumpulan Data**

Pada tahap ini penulis melakukan pengumpulan data pokok dan penunjang yang berhubungan dengan permasalahan penelitian ini dengan cara langsung terjun ke lokasi penelitian, untuk mendapatkan data yang diperlukan dengan menggunakan metode yang telah dipilih sebelumnya yaitu menyebarkan angket kepada responden.

#### a. Tahap Pengolahan dan Analisis Data

Pada tahap ini data-data yang terkumpul diolah dan dianalisis untuk menjawab rumusan masalah yang menjadi sasaran dalam penelitian ini, kemudian diolah dengan teknik pengolahan data dan analisisnya mengacu kepada landasan teori yang ada, kemudian berkonsultasi dengan dosen pembimbing 1 dan dosen pembimbing 2 untuk penyempurnaan dan perbaikan terhadap kekurangan masalah yang diteliti.

#### b. Tahap Penulisan Data

Pada tahap ini penulis melakukan penyusunan berdasarkan sistematika yang telah ada dan untuk dijadikan sebuah karya ilmiah, penulis mengkonsultasikan lagi dengan dosen pembimbing 1 dan dosen pembimbing 2 untuk diteliti, dikoreksi dan kemudian disetujui, kemudian dilakukan penyusunan dalam bentuk skripsi dan dilakukan penggandaan dan selanjutnya siap diselenggarakan munaqasyah di hadapan tim penguji skripsi fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.

## **BAB IV**

### **LAPORAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRISyariah) sejak awal pendiriannya.

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRISyariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRISyariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih PT. Bank BRISyariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (service excellence) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Aktivitas PT. Bank BRISyariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRISyariah yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh

Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. BankBRISyariah.

Adapun visi dan misi PT. BRISyariah adalah sebagai berikut:

### **Visi**

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

### **Misi**

- Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

## **B. Karakteristik Responden**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Baanjarbaru yang menjadi responden. Hasil total kuesioner yang dibagikan adalah 40 responden. Adapun profil responden jika dilihat berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendidikan terakhir di PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru adalah sebagai berikut:

## 1. Umur Responden

Tabel 4.1  
Karakteristik Responden berdasarkan Umur

No.	Kelompok Umur	Frekuensi	Persentase %
1.	<20 Tahun	5	12,5
2.	20-30 Tahun	17	42,5
3.	30-40 Tahun	10	25
4.	>40 Tahun	8	20
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Keadaan umur responden dikelompokkan menjadi empat kelompok dengan masing-masing jumlah frekuensi dan persentase memperoleh data yang berbeda. Kelompok <20 tahun memperoleh frekuensi sebesar 5 orang atau sebesar 12,5 %. Kelompok 20-30 sebanyak 17 orang atau sebesar 42,5 %. Sementara kelompok umur 30-40 tahun sebanyak 10 orang atau sebesar 25 %, dan kelompok diatas 40 tahun sebanyak 8 orang atau sebesar 20 %.

## 2. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2  
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
1	Laki- laki	20	50
2	Perempuan	20	50
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 20 orang atau sebesar 50% dan responden jenis kelamin perempuan sebanyak 20 orang atau sebesar 50%.

### 3. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
1	Pelajar	1	2,5
2	Mahasiswa	8	20
3	Wiraswasta	11	27,5
4	PNS	3	7,5
5	Pegawai Swasta	10	25
6	TNI/POLRI	0	0
7	IRT	3	7,5
8	Lainnya	4	10
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Dari data diatas maka dapat disimpulkan pekerjaan terbanyak responden adalah Wiraswasta sebanyak 11 orang atau sebesar 27,5 %. Kemudian disusul Pegawai Swasta dan Mahasiswayang masing-masing sebanyak 10 orang atau sebesar 25% dan 8 orang atau sebesar 20%. Sementara IRT sebanyak 3 orang atau sebesar 7,5% , lainnya sebanyak 4 orang atau 10%.PNS sebanyak 3 orang atau sebesar 7,5%. Pelajar sebanyak 1 orang atau sebesar 2,5%. Sedangkan responden TNI/POLRI kosong.

#### 4. Pendidikan

Tabel 4.4  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Jenis Pendidikan	Frekuensi	Persentase %
1	SD/ sederajat	1	2,5
2	SLTP/ sederajat	7	17,5
3	SLTA/ sederajat	13	32,5
4	Diploma I, II, III, IV	4	10
5	S1	15	37,5
6	S2	0	0
7	S3	0	0
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Dari data diatas maka dapat disimpulkan responden dengan pendidikan terakhir SD/Sederajat sebanyak 1 orang atau sebesar 2,5%.SLTP/Sederajat sebanyak 7 orang atau sebesar 17,5% . SLTA/Sederajat sebanyak 13 orang atau 32,5%. Diploma I, II, III, IV sebanyak 4 orang atau sebesar 10%. S1 sebanyak15 orang atau 37,5%.Sedangkan responden dengan pendidikan S2 dan S3 kosong.

#### C. Analisis Deskripsi Variabel



Berdasarkan hasil pengumpulan data jawaban responden, maka gambaran yang berkaitan dengan perilaku nasabah terhadap produk tabungan wadiah (BRISyariah) yang dilihat dari variabel pilihan produk ( $X_1$ ), bauran pelayanan ( $X_2$ ), dan suasana kantor ( $X_3$ ).

**a. Berikut penjelasan responden terhadap variabel pilihan produk ( $X_1$ ).**

1. Indikator bagi hasil/ bonus lebih besar dan transparan

Tabel 4.5  
Bagi hasil lebih besar dan transparan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	1	2,5
4	Setuju	24	60
5	Sangat Setuju	15	37,5
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pilihan produk dalam hal bagi hasil lebih besar dan transparan sebanyak 15 responden dengan persentase 37,5% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 24 responden dengan persentase 60% menyatakan setuju, selanjutnya 1 responden dengan persentase 2,5% menyatakan netral, sementara tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 24 orang, kemudian disusul sangat setuju, netral, sangat tidak setuju dan

tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa bagi hasil yang ditetapkan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah cukup memuaskan para nasabahnya dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju, namun karena masih ada yang menyatakan sangat tidak setuju mungkin pembagian hasil antara bank dan nasabah dapat ditingkatkan lagi sehingga kepuasan para nasabah untuk menabung di bank syariah meningkat.

## 2. Indikator biaya administrasi yang terjangkau

Tabel 4.6

Biaya administrasi perbulannya yang terjangkau oleh masyarakat manapun

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	1	2,5
4	Setuju	16	40
5	Sangat Setuju	23	57,5
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pilihan produk dalam halbiaya administrasi perbulan sebanyak 23 responden dengan persentase 57,5% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 16 responden dengan persentase 40% menyatakan setuju, selanjutnya 1 responden dengan persentase 2,5% menyatakan netral, sementara tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 23 orang,

kemudian disusul sangat setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa biaya administrasi perbulan yang ditetapkan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah cukup terjangkau serta memuaskan para nasabahnya dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju.

### 3. Indikator rendahnya setoran awal

Tabel 4.7  
Rendahnya setoran awal di saat pembukaan tabungan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	1	2,5
4	Setuju	18	45
5	Sangat Setuju	21	52,5
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pilihan produk dalam rendahnya setoran awal di saat pembukaan tabungan sebanyak 21 responden dengan persentase 52,5% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 18 responden dengan persentase 45% menyatakan setuju, selanjutnya 1 responden dengan persentase 2,5% menyatakan netral, sementara tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 21 orang, kemudian disusul setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa

setoran awal tabungan yang ditetapkan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah cukup terjangkau oleh para nasabahnya dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju.

#### 4. Indikator biaya ATM yang murah

Tabel 4.8  
Biaya ATM baik transfer, cek saldo atau penarikan tunai di ATM manapun tidak dikenakan biaya

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	1	2,5
4	Setuju	17	42,5
5	Sangat Setuju	22	55
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pilihan produk tidak dikenakannya biaya ATM baik transfer, cek saldo atau penarikan tunai di ATM sebanyak 22 responden dengan persentase 55% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 17 responden dengan persentase 42,5% menyatakan setuju, selanjutnya 1 responden dengan persentase 2,5% menyatakan netral, sementara tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 22 orang, kemudian disusul setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa

biaya ATM baik transfer, cek saldo atau penarikan tunai di ATM yang ditetapkan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah memuaskan para nasabahnya dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju.

5. Indikator adanya fasilitas *SMS Banking* maupun *E-Banking* dalam memudahkan bertransaksi

Tabel 4.9  
Adanya fasilitas *SMS Banking* maupun *E-Banking* dalam memudahkan bertransaksi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	1	2,5
4	Setuju	17	42,5
5	Sangat Setuju	22	55
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pilihan produk dalam kemudahan bertransaksi menggunakan fasilitas *SMS Banking* maupun *E-Banking* sebanyak 22 responden dengan persentase 55% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 17 responden dengan persentase 42,5% menyatakan setuju, selanjutnya 1 responden dengan persentase 2,5% menyatakan netral, sementara tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 22 orang, kemudian disusul setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa

kemudahan dalam bertransaksi menggunakan fasilitas *SMS Banking* dan *E-Banking* yang ditetapkan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah telah memudahkan para nasabahnya dilihat dari jumlah banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel Pilihan Produk ( $X_1$ ):

Tabel 4.10  
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden  
terhadap Variabel Pilihan Produk

No.	Indikator	Alternatif Jawaban										Total	
		STS		TS		N		S		SS		Jlh	(%)
		Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)		
1.	Bagi hasil lebih besar dan transparan	0	0	0	0	1	2,5	24	60	15	37,5	40	100
2.	Biaya administrasi yang terjangkau	0	0	0	0	1	2,5	16	40	23	57,5	40	100
3.	Rendahnya setoran awal	0	0	0	0	1	2,5	18	45	21	52,5	40	100
4.	Tidak dikenakannya Biaya ATM yang murah	0	0	0	0	1	2,5	17	42,5	22	55	40	100
5.	Fasilitas <i>SMS Banking</i>	0	0	0	0	1	2,5	17	42,5	22	55	40	100

maupun <i>E-Banking</i>													
-------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

## b. Berikut penjelasan responden terhadap Bauran Pelayanan (X2)

### 1. Indikator cepat dan tepat dalam pelayanan

Tabel 4.11  
PT. BRIS Banjarbaru cepat dan tepat dalam melayani anda

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	22	55
5	Sangat Setuju	18	45
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel bauran pelayanan dalam kecepatan dan ketepatan dalam melayani sebanyak 22 responden dengan persentase 55% menyatakan setuju, kemudian sebanyak 18 responden dengan persentase 45% menyatakan sangat setuju, selanjutnya netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 22 orang, kemudian disusul sangat setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan dan ketepatan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru

dalam melayani sangat memuaskan para nasabahnya dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

## 2. Indikator transaksi mudah dan cepat

Tabel 4.12  
Transaksi mudah dan cepat

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	24	60
5	Sangat Setuju	16	40
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel bauran pelayanan dalam kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi sebanyak 24 responden dengan persentase 60% menyatakan setuju, kemudian sebanyak 16 responden dengan persentase 40% menyatakan sangat setuju, selanjutnya yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 24 orang, kemudian disusul sangat setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru memberikan kemudahan dan



kecepatan nasabah dalam bertransaksi sangat memuaskan para nasabahnya dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

### 3. Indikator bersungguh-sungguh dalam melayani

Tabel 4.13  
PT. BRIS Banjarbaru sabar dan bersungguh-sungguh dalam melayani anda

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	1	2,5
4	Setuju	17	42,5
5	Sangat Setuju	22	55
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel bauran pelayanan dalam kesabaran dan kesungguhan melayani sebanyak 22 responden dengan persentase 55% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 17 responden dengan persentase 42,5% menyatakan setuju, selanjutnya 1 responden dengan persentase 2,5% menyatakan netral, sementara tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 22 orang, kemudian disusul setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kesabaran dan kesungguhan PT. Bank Rakyat

Indonesia Syariah KCP Banjarbaru dalam melayani sangat memuaskan para nasabahnya dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju.

#### 4. Indikator perhatian secara individual

Tabel 4.14  
Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru  
memberikan perhatian secara individual terhadap anda

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	19	47,5
5	Sangat Setuju	21	52,5
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014(Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel bauran pelayanan dalam hal perhatian secara individual sebanyak 21 responden dengan persentase 52,5% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 19 responden dengan persentase 47,5% menyatakan setuju, selanjutnya yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 21 orang, kemudian disusul setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal perhatian secara individual PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP

Banjarbaru dalam melayani sangat memuaskan para nasabahnya dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju.

5. Indikator pelayanan di PT.Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru sesuai dengan prosedur yang ada

Tabel 4.15  
Pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru sesuai dengan prosedur yang ada

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	20	50
5	Sangat Setuju	20	50
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel bauran pelayanan dalam hal kesesuaian dengan prosedur sebanyak 20 responden dengan persentase 50% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 20 responden dengan persentase 50% menyatakan setuju, selanjutnya netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju yaitu masing- masing sebanyak 20 orang, kemudian disusul netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal kesesuaian dengan prosedur PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP

Banjarbaru dalam melayani sangat memuaskan para nasabahnya dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel Bauran pelayanan( $X_2$ ):

Tabel 4.16  
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden  
terhadap Variabel Bauran Pelayanan

No	Indikator	Alternatif Jawaban										Total	
		STS		TS		N		S		SS			
		Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)
1.	Cepat dan tepat dalam pelayanan	0	0	0	0	0	0	22	55	18	45	40	100
2.	Transaksi dan mudah dan cepat	0	0	0	0	0	0	24	60	16	40	40	100
3.	Bersungguh-sungguh dalam melayani	0	0	0	0	1	2,5	17	42,5	22	55	40	100
4.	Perhatian secara individual	0	0	0	0	0	0	19	47,5	21	52,5	40	100
5.	Pelayanan di PT. BRI Syariah KCP Banjarbaru sesuai dengan prosedur yang ada	0	0	0	0	0	0	20	50	20	50	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

**c. Berikut penjelasan responden terhadap variabel Suasana kantor(X3)**

1. Indikator lokasi tempat yang strategis

Tabel 4.17  
Kantor PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru berada di tempat yang strategis

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	23	57,5
5	Sangat Setuju	17	42,5
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel suasana kantor dalam hal keberadaan tempat yang strategis sebanyak 23 responden dengan persentase 57,5% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 17 responden dengan persentase 42,5% menyatakan setuju, selanjutnya menyatakan netral,tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 23 orang, kemudian disusul sangat setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal keberadaan tempat PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP

Banjarbaru strategis bagi para nasabahnya dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

2. Indikator bangunan dan interior yang bagus dan menarik

Tabel 4.18  
Bangunan dan interior PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP  
Banjarbaru bagus dan menarik

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	2	5
4	Setuju	23	57,5
5	Sangat Setuju	15	37,5
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel suasana kantor dalam hal bangunan dan interior sebanyak 15 responden dengan persentase 37,5% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 23 responden dengan persentase 57,5% menyatakan setuju, selanjutnya 2 responden dengan persentase 5% menyatakan netral, sementara yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 23 orang, kemudian disusul sangat setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal bangunan dan interior PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru dilihat dari

banyaknya responden yang menyatakan setuju cukup bagus dan menarik para nasabahnya, namun karena masih ada yang menyatakan netral, maka dalam hal bangunan dan interior agar lebih ditingkatkan lagi.

### 3. Indikator fasilitas yang lengkap dan memadai

Tabel 4.19  
Fasilitas di PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru lengkap dan memadai

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	26	65
5	Sangat Setuju	14	35
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel suasana kantor dalam hal kelengkapan fasilitas sebanyak 14 responden dengan persentase 35% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 26 responden dengan persentase 65% menyatakan setuju, sementara yang menyatakan netrl, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 26 orang, kemudian disusul sangat setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal kelengkapan fasilitas kantor PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru

dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju dapat dikatakan lengkap dan memadai.

#### 4. Indikator kebersihan dan kerapian gedung

Tabel 4.20  
Gedung PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru bersih dan rapi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	1	2,5
4	Setuju	22	55
5	Sangat Setuju	17	42,5
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014(Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel suasana kantor dalam hal kebersihan dan kerapian gedung sebanyak 17 responden dengan persentase 42,5% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 22 responden dengan persentase 55% menyatakan setuju, selanjutnya 1 responden dengan persentase 2,5% menyatakan netral, sementara yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 22 orang, kemudian disusul sangat setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal kebersihan dan kerapian gedung atau kantor PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju dapat



dikatakan memuaskan, namun karena masih ada yang menyatakan netral, maka dalam hal kebersihan dan kerapian gedung atau kantornya agar lebih ditingkatkan lagi.

#### 5. Indikator penampilan karyawan

Tabel 4.21  
Karyawan PT. BRISyariah KCP Banjarbaru berpenampilan rapi dan menarik

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	1	2,5
4	Setuju	19	47,5
5	Sangat Setuju	20	50
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel suasana kantor dalam hal kerapian penampilan karyawan sebanyak 20 responden dengan persentase 50% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 19 responden dengan persentase 47,5% menyatakan setuju, selanjutnya 1 responden dengan persentase 2,5% menyatakan netral, sementara yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 20 orang, kemudian disusul sangat setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal kerapian penampilan karyawan dilihat dari banyaknya responden yang

menyatakan setuju dapat dikatakan memuaskan, namun karena masih ada yang menyatakan netral, maka dalam hal kerapian penampilan karyawannya agar lebih ditingkatkan lagi.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel Suasana kantor( $X_3$ ):

Tabel 4.22  
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden  
terhadap Variabel Suasana kantor

No.	Indikator	Alternatif Jawaban										Total	
		STS		TS		N		S		SS			
		Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)
1.	Lokasi tempat yang strategis	0	0	0	0	0	0	23	57,5	17	42,5	40	100
2.	Bangunan dan interior yang bagus dan menarik	0	0	0	0	2	5	23	57,5	15	37,5	40	100
3.	Fasilitas yang lengkap dan memadai	0	0	0	0	0	0	26	65	14	35	40	100
4.	Kebersihan dan kerapian gedung	0	0	0	0	1	0	22	55	17	42,5	40	100
5.	Penampilan karyawan	0	0	0	0	1	0	19	47,5	20	50	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

**d. Berikut penjelasan terhadap variabel Perilaku Nasabah (Y)**

1. Indikator bersedia untuk selalu menggunakan produk tabungan BRISyariah.

Tabel 4.23

Saya bersedia menggunakan produk tabungan BRISyariah (akad wadiah) walaupun ada bank lain yang menawarkan produk sejenis

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	16	40
5	Sangat Setuju	24	60
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel perilaku nasabah dalam hal kesediaan menggunakan produk tabungan BRISyariah sebanyak 24 responden dengan persentase 60% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 16 responden dengan persentase 40% menyatakan setuju, selanjutnya yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 24 orang, kemudian disusul setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal kesediaan menggunakan produk tabungan BRISyariah sangat memuaskan para nasabahnya dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju.

2. Indikator aman, nyaman, dan puas dalam menyimpan dana

Tabel 4.24  
Saya merasa aman, nyaman, dan puas dalam menyimpan dana di PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	16	40
5	Sangat Setuju	24	60
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014(Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel perilaku nasabah dalam hal keamanan, kenyamanan dan kepuasan sebanyak 24 responden dengan persentase 60% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 16 responden dengan persentase 40% menyatakan setuju, sementara netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 24 orang, kemudian disusul setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru merasa aman, nyaman dan puas dalam menyimpan dananya dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju.

### 3. Indikator bunga bank itu riba dan riba itu haram

Tabel 4.25  
Bunga bank itu riba dan riba itu haram

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	18	45
5	Sangat Setuju	22	55
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel perilaku nasabah dalam hal persepsi hukum bunga bank konvensional sebanyak 22 responden dengan persentase 55% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 18 responden dengan persentase 45% menyatakan setuju, sementara netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan jumlah responden masing-masing 22 orang dan 18 orang, kemudian disusul netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah akan persepsi hukum bunga bank konvensional sangat besar dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju.

## 4. Indikator memotivasi untuk selalu menabung

Tabel 4.26  
Semenjak menggunakan tabungan BRISyariah, membuat saya termotivasi untuk selalu menabung

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	19	47,5
5	Sangat Setuju	21	52,5
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel perilaku nasabah dalam hal motivasi untuk selalu menabung sebanyak 21 responden dengan persentase 52,5% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 19 responden dengan persentase 47,5% menyatakan setuju, sementara netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 21 orang, kemudian disusul setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal motivasi untuk selalu menabung sudah berhasil memotivasi para nasabah dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju.

## 5. Indikator keinginan diri sendiri memilih menabung di Bank Syariah

Tabel 4.27  
Menggunakan produk BRISyariah ini karena keinginan saya sendiri,  
bukan karena ikut-ikutan atau paksaan dari teman, keluarga atau rekan  
kerja

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	3,3
4	Setuju	17	42,5
5	Sangat Setuju	23	57,5
	Total	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel perilaku nasabah dalam hal pilihan produk BRISyariah sebanyak 23 responden dengan persentase 57,5% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 17 responden dengan persentase 42,5% menyatakan setuju, sementara netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju kosong. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 23 orang, kemudian disusul setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal pilihan produk BRISyariah, nasabah secara individual cukup menyadari akan pentingnya memilih produk tabungan syariah dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel Perilaku

Nasabah(Y):

Tabel 4.28  
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden  
terhadap variabel Perilaku Nasabah

No.	Indikator	Alternatif Jawaban										Total	
		STS		TS		N		S		SS			
		Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)	Jlh	(%)
1.	bersedia untuk selalu menggunakan produk tabungan BRISyariah	0	0	0	0	0	0	16	40	24	60	40	100
2.	aman, nyaman, dan puas dalam menyimpan dana	0	0	0	0	0	0	16	40	24	60	40	100
3.	bunga bank itu riba dan riba itu haram	0	0	0	0	0	0	18	45	22	55	40	100
4.	memotivasi untuk selalu menabung	0	0	0	0	0	0	19	47,5	21	52,5	40	100
5.	keinginan diri sendiri memilih menabung di Bank Syariah	0	0	0	0	0	0	17	42,5	23	57,5	40	100

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)



## D. Hasil Analisis Instrumen Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis butir. Uji validitas disini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor pada item dengan skor total itemnya. Skor item dianggap sebagai nilai X sedangkan skor total dianggap sebagai nilai Y. Apabila skor item memiliki korelasi positif yang signifikan berarti item tersebut dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel tersebut. Sebuah butir pertanyaan yang dianggap valid bila koefisien korelasi *Product Moment Pearson* di mana  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  ( $\alpha=5\%$ ;  $n-2$ ) dan  $n =$  jumlah sampel.<sup>51</sup>

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan uji validitas *Pearson Corellation*. Berikut hasil dari uji validitas penelitian dengan bantuan SPSS 19 *for windows* (dapat dilihat pada lampiran) pada tabel berikut:

Tabel 4.29  
Variabel Pilihan Produk ( $X_1$ )

Variabel	Pertanyaan	$r\text{-hitung}$	$r\text{-tabel}$	Keterangan
Pilihan Produk	1	0,811	0,312	Valid
	2	0,937	0,312	Valid
	3	0,931	0,312	Valid
	4	0,961	0,312	Valid
	5	0,961	0,312	Valid

Sumber: hasil penelitian 2014(Data diolah)

Dari hasil uji validitas variabel Pilihan Produk ( $X_1$ ) di atas dapat dilihat bahwa nilai  $r$  hitung yaitu masing-masing sebesar (0,811), (0,937), (0,931), (0,961) dan (0,961) berada di atas  $r$  tabel yaitu sebesar 0,321. Ini dapat

<sup>51</sup> Sugiyono, *Loc. Cit.*

disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel Pilihan Produk ( $X_1$ ) valid.

Tabel 4.30  
Variabel Bauran Pelayanan ( $X_2$ )

Variabel	Pertanyaan	r <sub>-hitung</sub>	r <sub>-tabel</sub>	Keterangan
Bauran Pelayanan	6	0,794	0,312	Valid
	7	0,766	0,312	Valid
	8	0,949	0,312	Valid
	9	0,926	0,312	Valid
	10	0,910	0,312	Valid

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Dari hasil uji validitas variabel Bauran Pelayanan ( $X_2$ ) di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yaitu masing-masing sebesar (0,794), (0,766), (0,949), (0,926) dan (0,910) berada di atas r tabel yaitu sebesar 0,312. Ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel Bauran Pelayanan ( $X_2$ ) valid.

Tabel 4.31  
Variabel Suasana kantor ( $X_3$ )

Variabel	Pertanyaan	r <sub>-hitung</sub>	r <sub>-tabel</sub>	Keterangan
Suasana kantor	11	0,889	0,312	Valid
	12	0,796	0,312	Valid
	13	0,827	0,312	Valid
	14	0,899	0,312	Valid
	15	0,866	0,312	Valid

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Dari hasil uji validitas variabel Suasana kantor ( $X_3$ ) di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yaitu masing-masing sebesar (0,889), (0,796), (0,827), (0,899) dan (0,866) berada di atas r tabel yaitu sebesar 0,312. Ini dapat

disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel Suasana kantor ( $X_3$ ) valid.

Tabel 4.32  
Variabel Perilaku Nasabah (Y)

Variabel	Pertanyaan	r <sub>-hitung</sub>	r <sub>-tabel</sub>	Keterangan
Perilaku Nasabah	1	0,859	0,312	Valid
	2	0,906	0,312	Valid
	3	0,885	0,312	Valid
	4	0,832	0,312	Valid
	5	0,918	0,312	Valid

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Dari hasil uji validitas variabel perilaku nasabah (Y) di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yaitu masing-masing sebesar (0,859), (0,906), (0,885), (0,832) dan (0,918) berada di atas r tabel yaitu sebesar 0,312. Ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel perilaku nasabah (Y) valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dipakai reliabel/handal.<sup>52</sup> Uji reliabilitas umumnya menggunakan koefisien alfa. Koefisien alfa biasa diukur dengan menggunakan statistic *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan:

<sup>52</sup>. Tony Wijaya, *Cepat Menguasai SPSS 19 untuk olah & interpretasi data penelitian skripsi*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2002), h. 112.

- Nilai *Cronbach's Alpha* positif tidak boleh negatif
- Nilai *Cronbach's Alpha* hasil perhitungan sama atau lebih besar dari 0,6 (Suliyanto dari Sekaran, 1992)

Berikut hasil uji reliabilitas penelitian dengan SPSS 19 (dapat dilihat pada lampiran ) pada tabel berikut :

Tabel 4.33  
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data

Variabel	Pertanyaan	Alpha Cronbach	Keterangan
Pilihan Produk	1	0,970	<i>Reliabel</i>
	2	0,940	<i>Reliabel</i>
	3	0,942	<i>Reliabel</i>
	4	0,933	<i>Reliabel</i>
	5	0,933	<i>Reliabel</i>
Bauran Pelayanan	6	0,924	<i>Reliabel</i>
	7	0,929	<i>Reliabel</i>
	8	0,877	<i>Reliabel</i>
	9	0,885	<i>Reliabel</i>
	10	0,890	<i>Reliabel</i>
Suasana Kantor	11	0,874	<i>Reliabel</i>
	12	0,908	<i>Reliabel</i>
	13	0,892	<i>Reliabel</i>
	14	0,871	<i>Reliabel</i>
	15	0,883	<i>Reliabel</i>
Perilaku Nasabah	16	0,916	<i>Reliabel</i>
	17	0,903	<i>Reliabel</i>
	18	0,909	<i>Reliabel</i>
	19	0,924	<i>Reliabel</i>
	20	0,899	<i>Reliabel</i>

Sumber: hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Dari uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa semua angka nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing pertanyaan pada kolom lebih besar dari

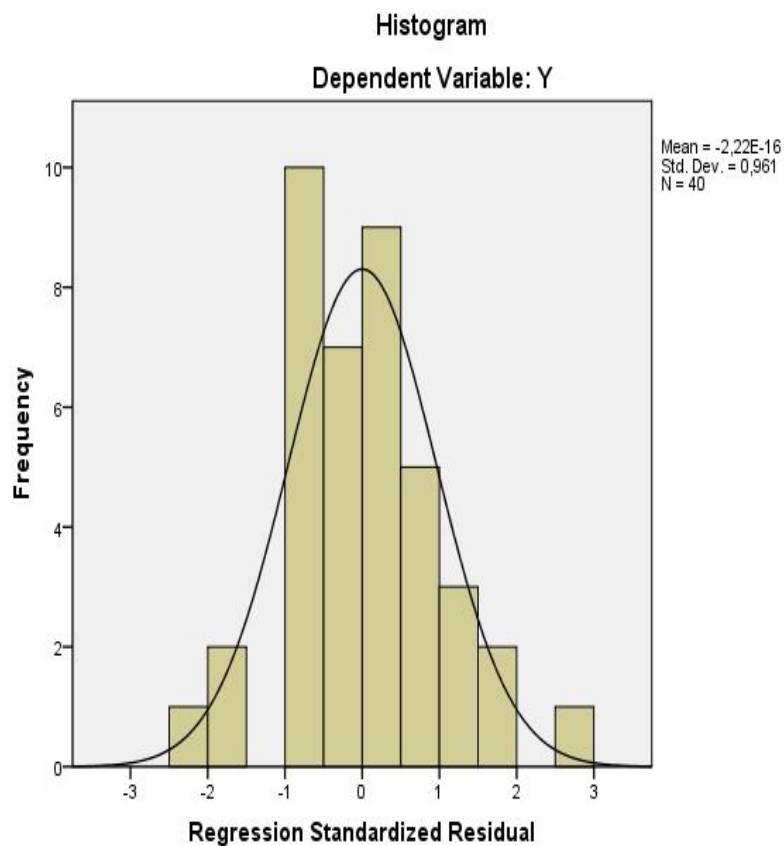
0,6 dan bernilai positif. Ini berarti menunjukkan bahwa data yang diuji dapat dikatakan *reliabel* karena melebihi dari nilai 0,6 dan bernilai positif.

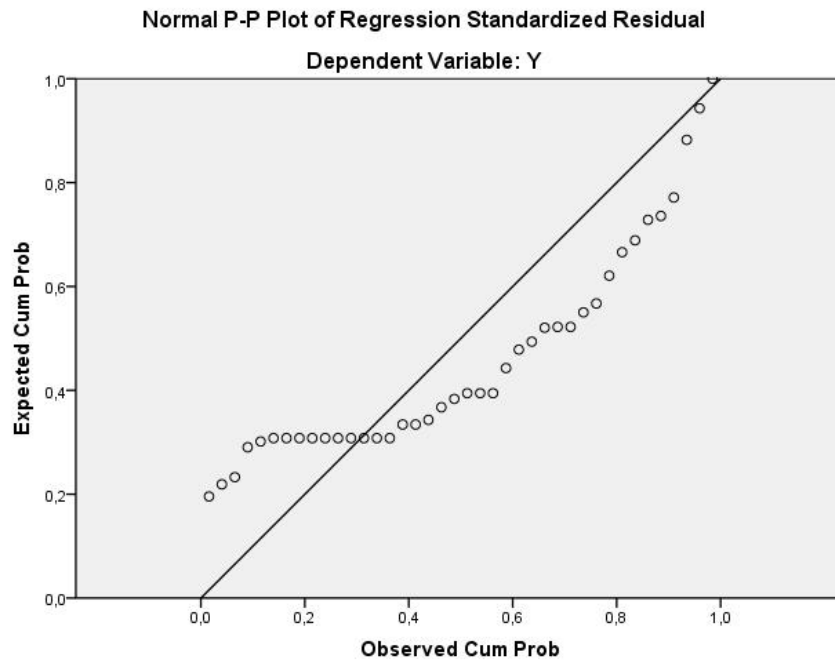
## E. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *histogram regression residual* serta melihat diagram *normal P-P Plot regression standardized* dengan bantuan SPSS 19 for windows yang dihasilkan gambar sebagai berikut:

**Gambar 4.1**

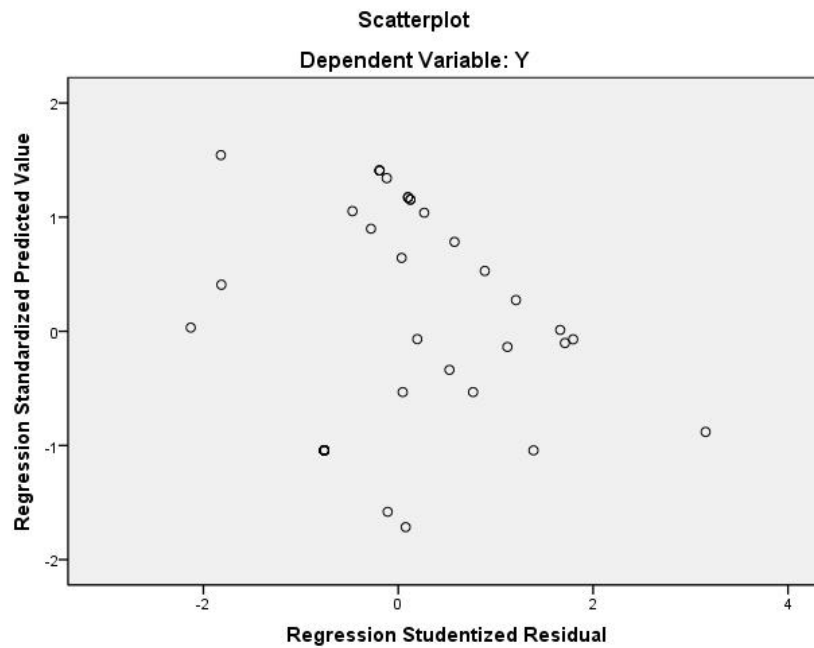


**Gambar 4.2**

Melihat dari histogram menunjukkan bahwa gambar 4.1 di atas berbentuk lonceng dan juga pada grafik tersebut (gambar 4.2) terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

## **2. Uji Heteroskedastisitas**

Dalam uji ini regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data cross section memiliki data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS 19 *for Windows*:

**Gambar 4.3**

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik yang acak diatas tidak menunjukkan pola apapun sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

### 3. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas antar variabel, salah satu caranya adalah dengan melihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 5, maka model tidak terdapat multikolinieritas. Hal ini menunjukkan tidak terjadinya gejala multikolinieritas artinya tidak adanya hubungan antar variabel bebas.

Setelah melalui perhitungan SPSS 19 *for windows*, nilai VIF dapat dilihat dari tabel sebagai berikut

Tabel 4.34

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
	1 (Constant)	4,247	2,589				1,640	,110		
X1	-,231	,149	-,265	-1,552	,129	,486	-,250	-,162	,375	2,667
X2	,634	,167	,640	3,792	,001	,686	,534	,397	,383	2,608
X3	,438	,126	,451	3,460	,001	,656	,500	,362	,643	1,554

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas, terlihat pada bagian *Coefficient* untuk variabel pilihan produk, bauran pelayanan, dan suasana kantor menunjukkan angka VIF <5 sebesar (2,667), (2,608), dan (1,554) sehingga tidak terjadinya gejala multikolinieritas artinya tidak adanya hubungan antar variabel bebas.

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin – Watson (D-W)



dengan tingkat kepercayaan  $\alpha = 5$ . Jika  $d/D-W$  terletak antara  $du$  dan  $(4-du)$ , berarti tidak ada autokorelasi.

Tabel 4.35

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,779 <sup>a</sup>	,606	,574	1,438	2,006

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

a. Menentukan Hipotesis

- $H_0$  : Tidak ada autokorelasi
- $H_1$  : ada autokorelasi

b. Menentukan nilai  $du$  dan  $4-du$  dengan nilai  $d$  tabel

- $dl$  ( $n=40, K=3$ ) = 1,3068,  $du$  ( $n=40, K=3$ ) = 1,6550 (lihat pada lampiran)
- $4-du = 4-1,3068 = 2,6932$
- $4-dl = 4-1,6550 = 2,345$

c. Hasil

- Nilai  $4-du$  (2,6932) >  $D-W$  (2,006) >  $dU$  (1.6550)
- Karena nilai  $d/D-W$  terletak antara  $du$  dan  $(4-du)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

## F. Hasil Analisis Inferensial Regresi Linear Berganda

Untuk memecahkan rumusan masalah secara kuantitatif pada umumnya menggunakan alat-alat statistik beserta pengujiannya. Berikut ini beberapa alat-alat statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian.

### 1. Pengujian regresi secara simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (X) (Produk Tabungan) terhadap variabel terikat (Y) (Perilaku Nasabah) secara bersama-sama.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Pilihan Produk ( $X_1$ ), Bauran Pelayanan ( $X_2$ ), dan Suasana Kantor ( $X_3$ ), secara serempak terhadap perilaku nasabah.

$H_a$  : Adanya pengaruh yang signifikan antara Pilihan Produk ( $X_1$ ), Bauran Pelayanan ( $X_2$ ), dan Suasana Kantor ( $X_3$ ), secara serempak terhadap perilaku nasabah.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* ( $\alpha$ ) = 0,05

*Degree of freedom* (df) = (k-1)( n-k)

$H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau Sig. >

$H_a$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau Sig.

Dari hasil uji F dengan SPSS 19 dapat dilihat pada tabel ANOVA.  $H_0$  ditolak jika  $F_{hitung}$  melebihi atau lebih besar dari pada  $F_{tabel}$ . Dengan mengarah pada df, dimana:

$$df 1 = k-1$$

$$df 2 = n-k$$

= 5 %

n = jumlah total sampel

k = jumlah semua variabel

Berdasarkan hal tersebut maka akan didapat bahwa  $df_1 = 2$  dan  $df_2 = 37$ .

Dengan demikian  $F_{tabel}$  yang diperoleh adalah sebesar 3,25. (lihat lampiran)

Dalam penelitian ini tingkat signifikan yang ditentukan adalah 5% atau 0,05.

Berikut hasil pengujian regresi secara simultan (uji F) pada tabel:

Tabel 4.36

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	114,655	3	38,218	18,482	,000 <sup>a</sup>
	Residual	74,445	36	2,068		
	Total	189,100	39			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel 4.36 di atas dapat dilihat bahwa hasil dari nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 18,482 sementara  $F_{tabel}$  sebesar 3,25. Sementara nilai sig yang diperoleh adalah sebesar 0,000 dan nilai  $\alpha = 5\%$  atau 0,05. Ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dibandingkan  $F_{tabel}$ , dan nilai sig yang diperoleh lebih kecil dibandingkan nilai  $\alpha$  yang telah ditentukan dan menjelaskan bahwa hipotesis ( $H_a$ ) yang diajukan diterima. Ini berarti terdapat pengaruh Pilihan Produk ( $X_1$ ), Bauran

Pelayanan ( $X_2$ ), dan Suasana Kantor ( $X_3$ ), secara simultan terhadap perilaku nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

## 2. Pengujian regresi secara parsial (Uji t)

Pengujian t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi masing-masing variabel bebas (X) (produk tabungan) pilihan produk, bauran pelayanan dan suasana kantor secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) (perilaku nasabah).

$H_0: \beta_1 = 0$  Tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas (Pilihan Produk ( $X_1$ ), Bauran Pelayanan ( $X_2$ ), dan Suasana kantor ( $X_3$ )) terhadap variabel terikat (Y).

$H_a: \beta_1 > 0$  Ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas (Pilihan Produk ( $X_1$ ), Bauran Pelayanan ( $X_2$ ), dan Suasana kantor ( $X_3$ )) terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* ( $\alpha$ ) = 0,05

*Degree of freedom* (df) = (k-1)( n-k)

$H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau Sig. >

$H_a$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau Sig.

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,247	2,589		1,640	,110
X1	-,231	,149	-,265	-1,552	,129
X2	,634	,167	,640	3,792	,001
X3	,438	,126	,451	3,460	,001

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas maka dapat diketahui hasil dari pengujian hipotesis secara parsial. Berikut penjelasan masing-masing variabel yang dilakukan secara parsial (uji t) :

a. Pengujian Hipotesis Variabel Pilihan Produk ( $X_1$ )

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel pilihan produk ( $X_1$ ) sebesar -1,552 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1.687, sig sebesar 0,129 dan tingkat alpha sebesar 5% atau 0,05. Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih kecil nilainya dibandingkan  $t_{tabel}$  dan nilai sig lebih besar dibandingkan tingkat alpha. Dengan demikian hipotesis  $H_0$  diterima dan berarti variabel pilihan produk ( $X_1$ ) tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel perilaku nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

b. Pengujian Hipotesis Variabel Bauran Pelayanan ( $X_2$ )

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel bauran pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 3,792 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1.687, sig sebesar 0,001 dan tingkat alpha sebesar 5% atau 0,05. Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih besar nilainya dibandingkan  $t_{tabel}$  dan nilai sig lebih kecil dibandingkan tingkat alpha. Dengan demikian variabel bauran pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel perilaku nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

c. Pengujian Hipotesis Variabel Suasana kantor ( $X_3$ )

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel Suasana kantor ( $X_3$ ) sebesar 3,460 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1.687, sig sebesar 0,001 dan tingkat alpha sebesar 5% atau 0,05. Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih besar nilainya dibandingkan  $t_{tabel}$  dan nilai sig lebih kecil dibandingkan tingkat alpha. Dengan demikian variabel suasana kantor ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel perilaku nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan uji t maka variabel Bauran pelayanan ( $X_2$ ) yang paling berpengaruh terhadap perilaku nasabah dan itu dapat dilihat dari hasil tertinggi *unstandardized coefficients* sebesar 0,634 dan *standardized coefficients* 0,640 serta taraf sig sebesar ,001. Ini berarti yang paling berpengaruh terhadap perilaku nasabah berkaitan dengan cepat dan tepat dalam melayani, sabar dan bersungguh-sungguh dalam melayani, memberikan perhatian secara individual dan sesuai dengan prosedur yang ada. Dalam hal ini nasabah memandang bahwa pelayanan yang lebih baik

akan mempercepat hasil yang diharapkan dan ini berarti perusahaan/bank dapat menjalankan misi yang berkaitan dengan bauran pelayanan dengan amat baik.

### 3. Pengujian regresi linear berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh lebih dari satu *independent variabel* (variabel bebas) terhadap *dependent variabel* (variabel terikat). Untuk mengetahui pengaruh variabel Pilihan Produk ( $X_1$ ), Bauran Pelayanan ( $X_2$ ), dan Suasana Kantor ( $X_3$ ) terhadap perilaku nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru ( $Y$ ) digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan :

- Y : Tingkat perilaku nasabah
- $x_1$  : Faktor Pilihan Produk
- $x_2$  : Faktor Bauran Pelayanan
- $x_3$  : Faktor Suasana Kantor
- a : Nilai konstanta
- b : Koefisien regresi

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian maka dapat dilakukan perhitungan dengan menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 19 *for Windows*. Berikut hasil perhitungan regresi linier berganda pada tabel berikut ini:

Tabel 4.38

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,779 <sup>a</sup>	,606	,574	1,438	2,006

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai R sebesar 0,779 menunjukkan korelasi ganda (pilihan produk, bauran pelayanan dan suasana kantor) dengan perilaku nasabah.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,574 menunjukkan besarnya peran atau kontribusi variabel Pilihan Produk, Bauran Pelayanan dan Suasana Kantor mampu menjelaskan variabel perilaku nasabah sebesar 57,4%. Sementara sebesar 42,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan.

R Square sebesar 0,574 (57,4%) mengandung arti besarnya tingkat pengaruh dari faktor-faktor yang mempengaruhi produk tabungan terhadap perilaku nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.



Tabel 4.39

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	114,655	3	38,218	18,482	,000 <sup>a</sup>
	Residual	74,445	36	2,068		
	Total	189,100	39			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

$H_a$  : Pilihan Produk, Bauran Pelayanan dan Suasana Kantor secara bersama sama (simultan) berpengaruh terhadap perilaku nasabah.

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Pilihan Produk ( $X_1$ ), Bauran Pelayanan ( $X_2$ ), dan Suasana Kantor ( $X_3$ ), secara serempak terhadap perilaku nasabah.

$H_0$  diterima jika Sig. >

$H_a$  diterima jika Sig.

Nilai probabilitas F (F-hitung) dalam regresi linier berganda sebesar 18,482 dan nilai  $F_{tabel}$  diperoleh 3,25 dan nilai sig yang diperoleh adalah sebesar 0,000 nilai = 5% atau 0,05 menjelaskan bahwa hipotesis ( $H_a$ ) yang diajukan diterima. Ini berarti bahwa variabel Pilihan Produk, Bauran Pelayanan dan Suasana Kantor secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap perilaku nasabah.

Tabel 4.40

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,247	2,589		1,640	,110
X1	-,231	,149	-,265	-1,552	,129
X2	,634	,167	,640	3,792	,001
X3	,438	,126	,451	3,460	,001

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas dapat disusun persamaan regresi linier berganda antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*) dengan memasukkan koefisien regresi linier berganda ke dalam bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,247 + (-0,231) X_1 + 0,634 X_2 + 0,438 X_3 + e$$

## 1. Konstanta

Dari data tabel di atas nilai konstanta yang diperoleh adalah sebesar 4,247. Jika tidak terjadi perubahan nilai dari variabel Pilihan Produk ( $X_1$ ), Bauran Pelayanan ( $X_2$ ), dan Suasana Kantor ( $X_3$ ) maka nilai perilaku nasabah ( $Y$ ) adalah sebesar 4,247.

2. Pilihan Produk ( $X_1$ )

Dari tabel data di atas koefisien regresi  $X_1$  diperoleh sebesar - 0,231 dan menunjukkan hubungan yang searah. Nilai - 0,231 menunjukkan apabila variabel

Pilihan Produk menurun sebesar -23,1% maka perilaku nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru akan naik sebesar 23,1% dengan asumsi variabel yang lain tidak berubah. Dalam hal ini variabel Pilihan Produk berkorelasi yang negatif terhadap perilaku nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

### 3. Bauran Pelayanan ( $X_2$ )

Dari tabel data diatas koefisien regresi  $X_2$  diperoleh sebesar 0,634 dan menunjukkan hubungan yang searah. Nilai 0,634 menunjukkan apabila variabel Bauran Pelayanan sebesar 63,4% menurun, maka perilaku nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru akan naik sebesar 63,4% dengan asumsi variabel yang lain tidak berubah. Dalam hal ini variabel bauran pelayanan berkorelasi yang positif terhadap perilaku nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

### 4. Suasana Kantor ( $X_3$ )

Dari tabel data diatas koefisien regresi  $X_3$  diperoleh sebesar 0,438 dan menunjukkan hubungan yang searah. Nilai 0,438 menunjukkan apabila variabel suasana kantor sebesar 43,8% menurun, maka perilaku nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru akan naik menjadi sebesar 43,8% dengan asumsi variabel yang lain tidak berubah. Dalam hal ini variabel Suasana Kantor berkorelasi yang positif terhadap perilaku nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru.

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 4.40 menunjukkan bahwa variabel bauran pelayanan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh

atas perilaku nasabah terhadap produk tabungan wadiah pada PT. Bank Rakyat Indonsia Syariah KCP Banjarbaru. Hal ini dapat diketahui dari koefisien *unstandardized beta* yang sebesar 0,634 dengan taraf signifikasinya ,001. Dalam hal ini nasabah memandang bahwa pelayanan yang lebih baik akan mempercepat hasil yang diharapkan dan ini berarti perusahaan/bank dapat menjalankan misi yang berkaitan dengan bauran pelayanan dengan amat baik.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah terhadap produk tabungan wadiah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah ditunjukkan oleh nilai R square 574 di tabel 4.40 (lihat lampiran) yang berarti bahwa 57,4% perilaku nasabah terhadap produk tabungan wadiah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah dipengaruhi oleh faktor pilihan produk, bauran pelayanan dan suasana kantor. Sedangkan sisanya 42,6 % ditentukan oleh faktor-faktor diluar variabel dalam penelitian ini.
2. Variabel bauran pelayanan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh atas perilaku nasabah terhadap produk tabungan wadiah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru. Hal ini dapat diketahui dari koefisien *unstandardized beta* yang sebesar 0,634 dengan taraf signifikasinya ,001.

## **B. Saran**

1. Melihat dari hasil analisis yang menyebutkan bahwa variabel produk, dan suasana kantor sangat sedikit pengaruhnya terhadap perilaku nasabah, maka diharapkan kepada pihak terkait terutama PT. Bank Rakyat

Indonesia Syariah KCP Banjarbaru dapat memberikan perhatian lebih terhadap variabel-variabel tersebut.

2. Bagi para peneliti selanjutnya dianjurkan agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam mengenai perilaku nasabah dengan faktor variabel bebas lainnya agar dapat diketahui semua variabel bebas yang mempengaruhi perilaku nasabah terhadap produk tabungan wadiah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru karena dari hasil penelitian ini terlihat masih adanya faktor pengaruh lain diluar penelitian ini yaitu sebesar 42,6%.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU:

- Ali Zainuddin H, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah dari teori ke praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2007.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007.
- Azwar Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Darus Sunnah, 2002.
- Departemen pendidikan dan kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, cet. 3*, Jakarta: Balai pustaka, 1990.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001.
- Hair, dkk., *Marketing Research Within a Changing Information Environment*, New York: McGraw-Hill/Irwin. 2003.
- Karim Adiwarmanto A, *Bank Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Kasmir, *Dasar-dasar perbankan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2011.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran, Jilid 1*, Edisi 12, Jakarta: Erlangga, 2006.
- Kotler, Philip, *Marketing, Jilid 2*, terj. Drs. Herujati Purwoko, Jakarta: Erlangga, 1988.
- Muhidin, Sambas Ali, dan Maman Abdurrahman, *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2007.
- Nasution, Mustafa Edwin, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- P. Kritzman, Mark, *The Portable Financial Analyst (what practitioners need to know)*, Canada: Jhon wiley & sons, inc, hoboken, 2003.
- Peter J. Paul, C. Olson Jerry, *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, terj. Diah Tantri Dwiandani, Jakarta : Salemba Empat, 2013.

- Priyatno, Duwi, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Jakarta: Mediakom, 2010.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008.
- Runyon Kenneth, *The Practise Of Marketing*, United States of America: A bell & Howel Company, 1982.
- Santoso, Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistic Parametric*, Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2001.
- Sarwoko, *Dasar-Dasar Ekonometrika*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005.
- Setiadi, Nugroho J., *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, cet.1, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suliyanto, *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Sumitro, Warkum, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Suwikyo Dwi, *Jasa-jasa Perbankan Syariah Produk-produk Jasa Perbankan Syariah Lengkap dengan Akuntansinya*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010
- Taniredja Tukirandan, Mustafidah Hidayati, *Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Alfabeta, 2011.
- Wirnyaningsih dkk, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005.

#### **INTERNET:**

- <http://id.wikipedia.org/wiki/Tabungan>, di akses pada tanggal 25 Februari 2014, pk1 08.58 WITA.
- <http://kamusbisnis.com/arti/tabungan-wadiah/>, di akses pada tanggal 18 November, pk1 21:43 WITA.
- Maryam Jamila, <http://www.maryamjamila.com/147/pengertian-bank-syariah.html>, di akses pada tanggal 18 November 2013, pk1 14.00 WITA.