

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG
KEMBALI DI BRI SYARIAH PALEMBANG**



Oleh:

Ayu Shantika

NIM:1646100014

TUGAS AKHIR

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN
Raden Fatah untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) Perbankan Syariah

PALEMBANG

2020



KEMENTERIAN AGAMA RI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5
Telp. (0711), Fax (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Minat Menabung Kembali di Bank BRI Syariah Palembang

Ditulis Oleh : Ayu Shantika

NIM : 1646100014

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md)

Palembang, 17 November 2020





PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fiki KM 3,5

Telp. (0711), Fax (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

Formulir E.4

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH

Nama : Ayu Shantika
Nim/Jurusan : 1646100014/D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Kembali di Bank BRI Syariah.
Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Tanggal	14/11	2020	Pembimbing Utama	: Dr. Rika Lidyah, S.E., M.Si., Ak, CA t.t.:
Tanggal	11/11	2020	Pembimbing Kedua	: Citra Pertiwi, S.E.I., M.E.I t.t.:
Tanggal	9/11	2020	Penguji Utama	: Dr. Chandra Zaky Maulana, MM t.t.:
Tanggal	3/11	2020	Penguji Kedua	: Dian Pertiwi, S.E.I., M.S.I t.t.:
Tanggal	12/11	2020	Ketua	: Dr. Rinol Sumantri, M.E.I t.t.:
Tanggal	17/11	2020	Sekretaris	: M. Rusdi, M.Sc t.t.:

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Shantika
Nim/Jurusan : 1646100014/D3 Perbankan Syariah
Jenjang : D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : " Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Kembali di Bank BRI Syariah"

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan in dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain atau kelompok lain, Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka

Palembang, September 2020



Ayu Shantika
NIM: 1646100014

NOTA DINAS

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Raden Fatah
Di
Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah Tugas Akhir yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Kembali di Bank BRI Syariah
Yang ditulis oleh.

Nama : Ayu Shantika
Nim : 1646100014
Program : D3 Perbankan Syariah

Tugas Akhir tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk diajukan dalam sidang munaqosyah ujian Tugas Akhir.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, September 2020

Pembimbing Utama

Pembimbing Kedua


Dr. Rika Lidyah S.E, M.Si., Ak, CA
NIP.197504082003122001


Citra Pertiwi S.E.I, M.E
NIK. 1605060462



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir C

Hal: Persetujuan Ujian Skripsi

Kepada Yth.,
Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah
Palembang

Skripsi berjudul : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Minat Menabung Kembali di BRI Syariah Palembang
Ditulis oleh : Ayu Shantika
NIM : 1646100014

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam untuk diujikan dalam ujian *Komprehensif* dan sidang *Munaqasyah* ujian skripsi.

Wassalamu 'alaikum wr wb


Palembang, September 2020

Pembimbing Utama


Dr. Rika Lidyah S.E., M.Si., Ak, CA

NIP.197504082003122001

Pembimbing Kedua


Citra Pertiwi S.E.I

NIK. 1605060462

MOTTO

“Sesungguhnya Allah Tidak Akan Mengubah Keadaan Suatu Kaum Sebelum Mereka Mengubah Keadaan Diri Mereka Sendiri”

(Q.S Ar-Rad:11)

“Our parent are the greatest gift in a life”

PERSEMBAHAN

Kedua orang tuaku dan Kakak serta Adik-adikku tercinta, Ayahanda Hilman Riadi, Bunda Ayanti dan Kakakku Della Shinta, serta Adik-adikku Auliyah Hildayanti, Said Alvaro Fadhil Riadi, Arshilla Syauqiah, serta Keponakanku Keysha Salsabilla Laksono, Keenan Syahrendra Laksono, Kyra Shaqueena Laksono terima kasih telah memberikan semangat, motivasi dan doanya. Untuk Muhammad Rajab.As terima kasih untuk doa, dukungan, serta semangatnya.

Sahabat-sahabatku Nyimas Sinta Fadhilah, Gita Maharani, Ahadia Saputri, Mgs Muhammad Sovian, Nirmala Sari.

Untuk Sahabat-sahabatku didunia pergerakan, PMII, Sahabat Narasi, yang selalu memberikan semangat dalam keadaan apapun hanya Allah yang bisa membalas kebaikan kalian semua selama ini.

Pembimbingku.

Almamaterku.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung kembali . Dalam penelitian ini, sampel yang diambil sebanyak 99 responden. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu Teknik *Stratified Random Sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, analisis statistik deskriptif variabel, analisis uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian yang diolah dengan program SPSS menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,013 artinya 1,3% minat menabung kembali nasabah di bank bri syariah palembang dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya sebesar 98,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Berdasarkan penelitian tersebut menunjukkan hasil variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung kembali nasabah Bank BRI Syariah Cabang Rivai. Persamaan tersebut diperoleh $Y = 2,283 + 0,053X_1 + 0,241X_2$. Berdasarkan uji t (uji parsial) variabel kualitas produk mempunyai t_{hitung} dari $2,026 > 1,985$ dan nilai signifikan $0,046 < 0,05$ maka kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung kembali. Dan variabel kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} $2,442 > 1,985$ dan signifikan nilai $0,016 < 0,05$ sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung kembali.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Minat Menabung Kembali.

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN PENGGUNAANNYA

A. PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor:0543b/U/1987.

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut :

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	S a	S	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	H}a	H}	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Z al	Z	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	S}ad	S}	Es (dengan titik di bawah)
ض	D}ad	D}	De (dengan titik di bawah)
ط	T}a	T}	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Z}a	Z}	Zet (dengan titik di bawah)

ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
أ	<i>Fath{ah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>D{ammah</i>	U	U

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
-------------------------	-------------	------------------------	-------------

أَ..... / اَ.....	<i>fath}ah dan alif atau ya</i>	a>	a dan garis di atas
يَ.....	<i>kasrah dan ya</i>	i>	i dan garis di atas
وُ.....	<i>d}ammah dan wau</i>	u>	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *ma>ta*

رَمَى : *rama>*

قَاتَلَ : *qi>la*

يَمُوتُ : *yamu>tu*

4. Tamarbu>t}ah

Transliterasi untuk *tamarbu>t}ah* ada dua, yaitu: *tamarbu>t}ah* yang hidup atau mendapat harakat *fath}ah*, *kasrah*, dan *d}ammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tamarbu>t}ah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbu>t}ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbu>t}ah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Raud}ah al-at}fa>l*

الْمَدِينَةُ الْفَضِيلَةُ : *Al-madi>nah al-fad}i>lah*

الْحِكْمَةُ : *Al-h}ikmah*

5. Syaddah (*tasydi>d*)

Syaddah atau *tasydi>d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydi>d* (◌ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh :

رَبَّنَا : *Rabbana*>

نَجَّيْنَا : *Najjaina*>

الْحَجُّ : *Al-h}ajj*

عُدُّو : *'aduwwun*

Jika huruf ي ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (يَ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i>).

Contoh:

عَلِيٍّ : 'ali> (bukan 'aliyy atau 'aly)

عَرَبِيٍّ : 'arabi> (bukan 'arabiyy atau 'araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya:

الشَّمْسُ : *Al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *Al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *Al-falsafah*

الْبِلَادُ : *Al-bila>du*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contohnya:

تَأْمُرُونَ : *Ta'muru>na*
النَّوْءُ : *Al-nau'*
سَيِّئًا : *Syai'un*
أُمِرْتُ : *Umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah, atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah, atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur'a>n*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh: *Fi>Z}ila>l al-Qura'a>n, Al-sunnah qabl al-tadwi>n*.

9. *Lafz al-jala>lah* (الله)

Kata Allah yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mud>a>f ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh: *دِينُ اللَّهِ* : *di>>nulla>h*, *بِاللَّهِ* : *billa>hi>>*.

Adapun *ta marbu>t}ah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jala>lah*, ditransliterasi dengan huruf (t). Contoh: *هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ* : *hum fi> rah}matilla>h*.

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai

ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan

Contoh:

Nas }i>r al-Di>n al-T{u>si>

Abu>> Nas }r al-Fara>bi>

Al-Gaza>li

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-nya. Shalawat dan salam penulis hanturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kami ikuti teladannya dan telah membawa kami dari zaman jahiliyah hingga zaman modern yang penuh dengan ilmu pengetahuan yang begitu luas. Semoga kita termasuk umatnya yang akan mendapatkan syafa'atnya di hari kiamat, Aamiin.

Dalam penyusunan p tugas akhir ini, penulis menyadari sepenuhnya tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil, oleh karenanya pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penulisan tugas akhir, antara lain kepada:

1. Ibu Prof. DR. Nyayu Khodijah, S.Ag., M.A. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
2. Bapak DR. Heri Junaidi, M.A Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr Rinol Sumantri. M.E.I. Selaku Kepala Program Studi D3 Perbankan Syariah.
4. Ibu Juwita Anggraini, M.H.I. Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu DR. Rika Lidyah, S.E., M.Si., Ak. CA Selaku Dosen Pembimbing Utama.
6. Ibu Citra Pertiwi, S.E.I., M.E Selaku Dosen Pembimbing Kedua.

7. Ayahanda tercinta Hilman Riady dan Ibunda Ayanti, orang tua ku yang telah menjadi motivasi, inspirasi, penyemangat, dan tiada henti memberikan dukungan dan do'anya untukku.
8. Saudara-saudaraku Della Shinta, Auliyah Hildayanti, Said Alvaro Fadhil Riady dan Arshilla Syauqiah yang telah memberikan semangat dan motivasinya kepadaku.
9. Teman-teman DPS 1 Tahun 2016 semoga kesuksesan dan keberhasilan senantiasa mengiringi langkah kaki kita.
10. Almamaterku D3 Perbankan Syariah UIN Raden Fatah Palembang beserta segenap angkatan.
11. Almamater Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) yang saya banggakan.

Akhir kata semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca

Palembang, September 2020

Penulis

Ayu Shantika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	
NOTA DINAS.....	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	
ABSTRAK.....	
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori.....	11
1. Kualitas Produk Tabungan.....	11
2. Kualitas Pelayanan.....	13
3. Minat Menabung Kembali.....	16
B. Telaah Pustaka.....	18
C. KERANGKA PENELITIAN.....	21
D. Pengembangan Hipotesis.....	22
E. Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. <i>Setting</i> Penelitian.....	25
B. Desain Penelitian.....	25

C.	Sumber dan Jenis Penelitian.....	26
D.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
F.	Variabel-variabel Penelitian.....	29
G.	Instrumen Penelitian.....	34
H.	Teknik Analisis Data.....	34
	1. Deskriptif Kuantitatif.....	34
	2. Uji Asumsi Klasik.....	35
	a. Uji Normalitas.....	35
	b. Uji Linieritas.....	35
	c. Uji Multikolinearitas.....	36
	d. Uji Autokorelasi.....	36
	e. Uji Heteroskedastisitas.....	36
	3. Teknik Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
	4. Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Umum Penelitian.....	41
	1. Sejarah BRI Syariah.....	41
	2. Visi dan Misi Bank BRI Syariah.....	42
	3. Produk dan Jasa.....	42
B.	Karakteristik Responden.....	45
	1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
	2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	46
	3. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Menabung....	47
	4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
C.	Deskripsi Tanggapan Responden.....	49

1. Deskripsi Variabel Kualitas Produk atau Variabel Independen (X ₁)	49
2. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan atau Variabel Independen (X ₂).....	49
3. Deskripsi Variabel Minat Menabung Kembali atau Variabel Dependen (Y).....	50
D. Intrumen Penelitian.....	51
1. Uji Validitas.....	51
2. Uji Reliabilitas.....	53
E. Uji Asumsi Klasik.....	54
1. Uji Normalitas.....	54
2. Uji Linieritas.....	55
3. Uji Multikolinearitas.....	56
4. Uji Autokorelasi.....	57
5. Uji Heteroskedastisitas.....	58
F. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
G. Uji Hipotesis.....	60
1. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	60
2. Uji Simultan (Uji F).....	62
3. Uji Koefisien Determinan / Adjusted R Square (R ²).....	63
H. Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Menabung Kembali Nasabah Bank BRI Syariah Palembang.....	64
2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Kembali Nasabah Bank BRI Syariah Palembang.....	65
3 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Minat Menabung Kembali Nasabah Bank BRI Syariah Palembang.....	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	

A. SIMPULAN.....	68
B. SARAN.....	68
1. Dari Sisi Akademis.....	69
2. Dari sisi perusahaan (Bank BRISyariah Cabang Rivai Palembang).....	69
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : <i>Research Gap</i> Kualitas Produk Terhadap Minat Menabung, hlm, 6
Tabel 1.2 : <i>Research Gap</i> Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung, hlm,6
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu, hlm, 18
Tabel 2.2 : Hipotesisi Penelitian, hlm, 24
Tabel 3.1 : Definisi Operasional Variabel, hlm, 31
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin, hlm, 46
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Menurut Umur, hlm, 46
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Menurut Intensitas Menabung, hlm, 47
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan, hlm, 48
Tabel 4.5 : Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X_1), hlm, 49
Tabel 4.6 : Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X_2), hlm, 50
Tabel 4.7 : Tanggapan Responden Terhadap Minat Menabung Kembali (Y), hlm, 50
Tabel 4.8 : Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1), hlm, 51
Tabel 4.9 : Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_2), hlm, 52
Tabel 4.10: Hasil Uji Validitas Minat Menabung Kembali (Y), hlm, 52
Tabel 4.11: Hasil Uji Reliabilitas, hlm, 53
Tabel 4.12: Hasil Uji Normalitas, hlm, 54
Tabel 4.13: Hasil Uji Linieritas Minat Menabung Kembali dan Kualitas Produk (X_1), hlm, 56
Tabel 4.14: Hasil Uji Linieritas Minat Menabung Kembali dan Kualitas Pelayanan (X_2), hlm, 56
Tabel 4.15: Hasil Uji Multikolinearitas, hlm, 57

- Tabel 4.16: Hasil Uji Autokorelasi, hlm, 57
Tabel 4.17: Hasil Uji Heteroskedastisitas, hlm, 58
Tabel 4.18: Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda, hlm, 59
Tabel 4.19: Hasil Uji T, hlm, 61
Tabel 4.20: Hasil Uji F, hlm, 62
Tabel 4.21: Hasil Uji $\text{Adj } R^2$, hlm, 63

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 : Kerangka Hipotesis, hlm, 22
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas, hlm, 55

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia perbankan saat ini menarik untuk terus dipelajari, selain itu dunia perbankan juga menjadi hal yang penting dalam perekonomian Indonesia . Dilihat dari jenisnya, bank dibagi menjadi 2 jenis yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional menitik beratkan pada bunga , sedangkan bank syariah lebih mengutamakan bagi hasil sesuai dengan prinsip syariah . Saat ini, IMF mengakui bahwa bank syariah memiliki ketahanan yang kuat terhadap krisis yang dialami oleh dunia .¹

Dewasa ini persaingan dalam bisnis perbankan semakin ketat mendorong para pelaku bisnis untuk menciptakan atau menyediakan produk-produk yang inovatif pada gilirannya dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggannya. Dukungan teknologi menjadi pilihan yang tak terelakkan untuk digunakan agar penciptaan produk yang bermutu, pelayanan yang baik dan kemudahan bagi pelanggan dapat diwujudkan, bahkan penerapan teknologi informasi menjadi salah satu faktor penentu keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis yang semakin tajam.

Keberhasilan pemasaran suatu produk sering tidak cukup hanya dengan menawarkan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh jasa tersebut. Justru yang terpenting adalah apakah penyediaan produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Keberhasilan pemasaran tersebut hanya bisa

¹Antonio,2002,BankSyariah,http://gemainsani.co.id/index.php/web/se-mua_produkqip/95. (diakses, 12 Juli 2019 Pukul 22.03 WIB)

dicapai melalui penerapan strategi pemasaran yang melibatkan perusahaan dan nasabah.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk adalah salah satu Bank dengan jaringan terluas di Indonesia dan pada saat ini dengan mayoritas pada segmen pasar mikro, BRI memiliki jumlah nasabah terbesar dan merupakan salah satu bank syariah terbesar dengan banyaknya penghargaan yang didapat diantaranya ialah “*The Most Innovative Sharia Bank*” di acara Anugrah Syariah Republika (ASR). Peringkat I Kategori *Loyalty Index* 2019 Bank Umum Syariah, Peringkat II Kategori *Satisfaction Index* 2019 ATM Bank Umum Syariah, Peringkat II Kategori *Satisfaction Index* 2019 Satpam Bank Umum Syariah, Peringkat III SLE Index 2019 Bank Umum Syariah pada *Infobank 2nd Satisfaction Loyalty Engagement (SLE) Award* 2019.²

Infobank SLE Award merupakan penghargaan terhadap kualitas layanan perbankan kepada nasabah. Pemberian penghargaan didasarkan pada hasil riset yang dilakuka Biro Riset Infobank bersama Marketing Research Indonesia (MRI) pada tahun 2018-2019. Riset dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan (*satisfaction*), loyalitas (*loyalty*), dan ketertarikan (*engagement*) nasabah terhadap bank pilihannya.

Penganugerahan terhadap rating kualitas layanan perbankan diselenggarakan sebagai bentuk apresiasi Infobank dan MRI

² brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=penghargaan. (diakses, 1 November 2019, Pukul 10.15 WIB)

kepada bank-bank yang berhasil memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya.³

Melihat hasil penilaian dari MRI, BRI melakukan pembenahan diri. Dengan slogan perusahaan "*Melayani dengan setulus hati*", BRI berusaha untuk mengubah performa BRI. Pelatihan - pelatihan mengenai pelayanan prima bagi seluruh jajaran *frontliner* serta dikeluarkannya Surat Edaran BRI mengenai standar pelayanan, menunjukkan keseriusan BRI mengenai standar kualitas produk dan kualitas pelayanannya.

Namun tampaknya usaha perubahan itu belum maksimal terealisasi. Adanya keluhan-keluhan yang ditujukan kepada BRI terutama menitik beratkan terhadap kualitas pelayanan, mulai dilakukan oleh nasabah, baik secara langsung kepada pihak manajemen atau melalui surat pembaca di media-media cetak. Nasabah mengeluhkan potongan bulanan yang terlalu besar, sistem antrian di beberapa Kantor Cabang BRI yang dianggap tidak efisien dan lama, ketidakramahan petugas pada saat pelayanan hingga ketidakpuasan mereka terhadap keterlambatan pelayanan yang mereka terima. Hal ini menunjukkan bahwa BRI tidak saja dinilai oleh MRI tetapi juga oleh nasabah BRI sendiri.

Dengan situasi persaingan perbankan yang ketat, masalahproduk layanan menjadi faktor yang sangat penting menentukan keberhasilan bank karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi sebuah bank kecuali menempatkan masalah kepercayaan dan minat menabung kembali sebagai salah satu komitmen bisnisnya. Jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah itu baik

³ infobanknews.com/ini-dia-bank-bank-dengan-nasabah-paling-loyal/ (diakses, 13 November 2019, Pukul 17.23 WIB)

dan memuaskan maka akan berpengaruh pada peningkatan minat menabung kembali (Mohsan *et al.*, 2011).

Produk atau jasa yang bersaing semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar, sehingga terjadi persaingan antara produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan bersaing harus menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, harga yang lebih murah dibandingkan pesaing, waktu penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari para pesaingnya.

Penyampaian layanan yang berkualitas dewasa ini dianggap suatu strategi yang esensial agar bank sukses dan dapat bertahan. Penerapan manajemen kualitas dalam industri jasa menjadi kebutuhan pokok apabila ingin berkompetisi di pasar domestik apalagi di pasar global. Hal ini disebabkan kualitas pelayanan dapat memberi kontribusi pada kepuasan pelanggan, pangsa pasar dan profitabilitas. Oleh karena itu, perhatian para manajer saat ini lebih diprioritaskan pada pemahaman dampak kualitas layanan.

Nasabah selalu menginginkan produk yang dapat memenuhi keinginan mereka, dan menuntut bank untuk memberikan pelayanan terbaik. Faktor tersebut merupakan salah satu hal mempengaruhi minat dan perilaku kebutuhan dari para nasabahnya. Oleh karena itu, segala aktivitas perbankan tersebut harus dikoordinasi untuk menarik minat nasabah menabung melalui kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan.

BRI Syariah Palembang baru-baru ini meluncurkan BRISPAY bersamaan dengan pembukaan iB Vaganza Palembang. Peluncuran tersebut adalah bagian dari upaya BRIS untuk melaju menjadi

bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial untuk menarik minat nasabah.⁴

Terdapat suatu fenomena bisnis, dimana Bank BRISyariah Palembang Cabang Rivai yang mempunyai wilayah operasional Rivaidan sekitarnya menawarkan berbagai produk dan layanan kepada masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan para nasabah. Produk yang paling umum digunakan ketika seseorang menjadi nasabah khususnya di Bank Bank BRISyariah Palembang Cab. Rivai adalah rekening tabungan (*saving account*), yang dengan rekening ini nasabah bisa menyimpan dana dan melakukan berbagai transaksi sehari-hari, seperti transfer antar rekening, melakukan pembayaran, pembelian-pembelian, tabungan haji, tabunga qurban, tabungan impian, simpanan pelajar dan bahkan berinvestasi.

Produk tabungan ini tidak hanya dimiliki oleh BRISyariah, namun lembaga keuangan lainnya seperti Bank Mandiri Syariah, Bank BNI Syariah, Bank Sumsel Babel bahkan BMT pun juga mengeluarkan produk tabungan ini dengan nama produk yang berbeda namun memiliki fungsi yang sama dengan berbagai kelebihan dan kekurangannya. Menghadapi persaingan ketat diantara bank-bank syariah dan BMT akan mempengaruhi kontribusi (*share*) tabungan Bank BRISyariah Palembang Cab. Rivai

Berdasarkan penelitian terdahulu, mengindikasi adanya *research gap* dari produk dan pelayanan yang mempengaruhi minat nasabah yaitu sebagai berikut.

⁴ Sumeks.co./bri-syariah-luncurkan-bris-pay-di-ib-vaganza-palembang/ (diakses, 13 November 2019, Pukul 17.50 WIB)

Tabel 1.1
Research Gap Kualitas Produk Terhadap Minat Menabung

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Menabung	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap minat menabung nasabah	1. Indri Yani (2015) ⁵ 2. Dedy Triasnadi (2013) ⁶
	Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan minat menabung	1. Olivia Firda Yuanita (2017) ⁷

Sumber: dikumpulkan dari berbagai sumber.

Produk terhadap minat menabung nasabah yang diteliti oleh Indra Yani (2015), Dedi Triasnadi (2013) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh dan Olivia Firda Yuanita (2017) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Tabel 1.2
Research Gap Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung

Pengaruh Kualitas	Hasil Penelitian	Peneliti
	Terdapat pengaruh positif	1. Agus

⁵ Indri Yani “Pengaruh Kualitas Produk, Kualias Pelayanan, Fator Agama, Pendidikan dan Lingkungan Terhadap Minat Menabung Kembali Pada Produk Simpanan Nikah Di BMT Daarut Tauhid”, Skripsi (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah 2015), hlm 86.

⁶ Dedy Trisnadi “Pengaruh Kualitas Produk, dan Kualias Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di CIMB Niaga”, Jurnal (Bintaro: Fakultas Ekonomi Universitas Jendral Sudirman 2013), hlm 9.

⁷ Olivia Firda Yuanita “Pengaruh Produk, Kualias Jasa, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Kembali Pada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji”, Skripsi (Jawa Timur: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta 2017), hlm 72

Pelayanan Terhadap Minat Menabung	dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah	Kusumaramdhani (2017) ⁸ 2. Diana Ulfa, Utami Tri Sulistyorini (2018) ⁹
	Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan minat menabung	1. Hibba Al Kanzu, Harry Soesanto (2016) ¹⁰ 2. Widhi Diyah Ariyanti (2015) ¹¹

Sumber: dikutip dari berbagai sumber.

Pelayanan terhadap minat yang diteliti oleh Agus Kusumaramdhani (2017) , Diana Ulfa, Utami Tri Sulistyorini (2018) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Hibba Al Kanzu, Harry Soesanto (2016) dan Widhi Diyah Ariyanti (2015) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Dari latar belakang dan fenomena bisnis diatas, masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah adanya kesenjangan penelitian (Research Gap) antara kualitas produk dan kualitas pelayanan

⁸Agus Kusumaramdhani “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, dan Kualias Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali”, Jurnal (Bintaro: Fakultas Ekonomi Politeknik Negeri Jakarta 2017), hlm 7.

⁹ Diana Ulfa, Utami Tri Sulistyorini “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali”, Jurnal (Jawa Tengah : Fakultas Akunansi Politeknik Negeri Semarang 2018), hlm 8.

¹⁰Hibba Al Kanzu, Harry Soesanto “Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Religius untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang ”Jurnal (Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2016), hlm. 9

¹¹ Widhi Diyah Ariyanti, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya”, Artikel Ilmiah (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2015), hlm 10

sebagai faktor yang mempengaruhi minat menabung kembali. Adanya gap tersebut mendorong dilakukannya penelitian ini, untuk membuktikan sejauh mana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung kembali.

Dengan berbagai penjelasan diatas, hal ini yang membuat penulis melakukan pengujian penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Kembali di BRI Syariah Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk tabungan terhadap minat menabung kembali di BRI Syariah Palembang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung kembali di BRI Syariah Palembang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat menabung kembali di BRI Syariah Palembang?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah berguna untuk membatasi penulisan tugas akhir. Batasan masalah pada penulisan ini adalah:

1. Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank bri syariah palembang.
2. Minat menabung nasabah yang dipengaruhi oleh dua (2) faktor yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan.
3. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat menabung kembali di Bank BRI Syariah Palembang

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penulisan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk tabungan terhadap minat menabung di BRI Syariah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung di BRI Syariah Palembang.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat member kegunaan atau manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembang ilmu pengetahuan tentang kajian perbankan syariah sebagai salah satu bagian dari ekonomi islam.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi penulis

Untuk membandingkan konsep-konsep yang telah dipelajari sebelumnya dengan prakteknya yang tidak ada kaitannya dengan analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung pada tabungan BRI Syariah Cabang Rivai Palembang , disamping itu juga untuk mendapatkan gelar Amd.

- b. Bagi dunia perbankan

Untuk memberi masukan yang berguna agar lebih meningkatkan kinerja bank BRISyariah yang ada di Indonesia dengan mengembangkan industri perbankan

syariah di Indonesia.

c. Bagi akademis

Menambah hasanah pengetahuan dalam analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Rivai Palembang sebagai masukan pada penelitian dengan topik yang sama pada masa akan datang.

d. Bagi pengguna jasa perbankan

Kepada pengguna jasa perbankan syariah sebagai bahan informasi dan untuk mengetahui analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung pada Bank BRISyariah cabang Rivai.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1 Kualitas Produk Tabungan

Berdasarkan teori yang dikemukakan Pride & Ferrell (1991) dalam Fandy Tjiptono, bahwa istilah produk dapat didefinisikan sebagai “serangkaian atribut *tangible* dan *intangible* termasuk manfaat atau utilitas fungsional, sosial, dan psikologis”.¹² Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa produk tidak mengharuskan dalam bentuk yang *tangible* namun keberadaannya harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang dalam penelitian ini selanjutnya disebut nasabah yang terdiri dari utilitas fungsional, sosial dan psikologis.

Menurut Setiyawati (2015: 37), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian pembeli dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sedangkan menurut Sentot (2010: 88) bahwa produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia. Seperti produk: buku, tabungan, deposito, kredit, dan lain-lain.

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk produk yang berwujud dan produk yang tidak

¹² Fandy Tjiptono, *Service, Quality, satisfaction*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), hlm 114

berwujud. Produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasakan langsung sebelum dibeli, sedangkan produk yang tidak berwujud berupa jasa dimana tidak dapat dilihat atau dirasakan sebelum dibeli (Kasmir, 2010: 121).

Menurut pemasaran syariah, dalam penelitian Hasan (2012) produk konsumen adalah yang berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat, bernilai guna yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi pelanggan. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang oleh syariah, bukan produk dalam pengertian pemasaran syariah. Dalam pemasaran konvensional, produk adalah yang dapat dipertukarkan, tetapi produk dalam pemasaran syariah adalah produk yang dipertukarkan itu berdaya guna secara agama.

Adapun indikator dari variabel produk adalah:¹³

- 1) Menghindari unsur riba
- 2) Menggunakan prinsip nisbah bagi hasil
- 3) Menghindari unsur ketidakpastian (*gharar*)
- 4) Menghindari unsur judi

¹³ Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Abdul H.R & Dita Ratnasari , Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah, (Surakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AAS Surakarta , 2018) hlm 4. <http://www.jurnal.stie.aas.ac.id/index.php/jei/article/view/307> , diakses 22 Februari 2020

2 Kualitas Pelayanan

a. Pelayanan

Atep Adya Barata menyatakan bahwa *service* (pelayanan) adalah singkatan yang mempunyai arti sebagai berikut:¹⁴

- S (*self awareness*) : Menanamkan kesadaran diri sehingga dapat memahami posisi, agar memberikan pelayanan dengan cepat, benar, dan akurat.
- E (*euthusiasm*) : Melaksanakan pelayanan penuh gairah.
- R (*reform*) : Memperbaiki kinerja pelayanan dari waktu ke waktu.
- V (*value*) : Memberikan pelayanan yang mempunyai nilai tambah.
- I (*impressive*) : Menampilkan diri secara menarik tetapi tidak berlebihan.
- C (*care*) : Memberikan perhatian atau kepedulian kepada pelanggan (nasabah) secara optimal.
- E (*evaluation*) : Mengevaluasi pelaksanaan layanan yang sudah diberikan.

Jadi, pelayanan dapat diartikan sebagai kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi.

¹⁴ Atep Adya Barata, Dasar-dasar Pelayanan Prima, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), hlm 18

b. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler pengertian adalah “*Quality is the totally of features and characteristic of a product or service that bear on it’s ability stated needs*”. Artinya, kualitas merupakan keseluruhan sifat-sifat dan karakter-karakter suatu produk dan jasa, berdasarkan kemampuannya untuk menyatakan kepuasan atau kebutuhan secara tidak langsung. Kualitas layanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik, kualitas layanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dari hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan.¹⁵

Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tingkat kualitas pelayanan jasa tidak dapat diukur berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan.

Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jasa atau pelayanan yang

¹⁵ Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke-2, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm 72

diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk.¹⁶

Salah satu kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah modal *servqual* (*service quality*). *Service quality* adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan (nasabah), jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas. Sebaliknya, jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu.¹⁷

Perusahaan yang mampu memberikan layanan yang baik kepada nasabah atau pelanggannya memiliki peluang terbesar untuk bisa terus dikunjungi oleh pelanggannya (Liu dan Wu, 2007 dalam Krismanto, 2009: 35).¹⁸

Secara umum para peneliti menggunakan acuan lima dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL/*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Lupiyoadi (2001), Zeithmal dan Berry yaitu *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy* dan *responsiveness*.¹⁹ Namun dimensi kualitas

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta:ANDI, 2011) hlm 59

¹⁷ M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2012), hlm. 213

¹⁸ Adi Krismanto, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura)", http://www.researchgate.net/publication/279479126_Analisis_Faktor-Faktor_yang_Mempengaruhi_Loyalitas_Nasabah_Studi_Kasus_Pada_PT_Bank_Rakyat_Indonesia_Cabang_Semarang_Pattimura, (diakses, 7 September 2019, Pukul 23.47 WIB)

¹⁹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta : ANDI, 2012), hlm. 75

layanan tersebut bersifat *general*, sehingga jika diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakteristik spesifik memerlukan modifikasi seperti perusahaan perbankan Islam(syariah).

Berdasarkan hal tersebut, Othman dan Owen (2001) menyodorkan dimensi CARTER untuk mengukur kualitas layanan perbankan Islam yang dikembangkan dari konsep SERVQUAL, dengan tambahan dimensi *compliance*. Sedangkan dimensi yang lain sama dengan dimensi dalam SERVQUAL. CARTER merupakan singkatan dari enam dimensi kualitas layanan yaitu *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, Responsiveness*.

- 1) *Compliance* atau kepatuhan pada prinsip Islam.
- 2) *Assurance* atau jaminan.²⁰
- 3) *Reliability* atau kehandalan.
- 4) *Tangibles* atau bukti langsung²¹
- 5) *Empathy* atau empati.
- 6) *Responsiveness* atau daya tanggap.²²

3 Minat Menabung Kembali

a. Pengertian Minat Menabung Kembali

Jantan dan Kamarudin, mendefinisikan minat menambah produk adalah suatu tindakan berdasarkan

²⁰ Karsono. *Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, (Jurnal Bisnis dan Ekonomi)

²¹ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. (yogyakarta: Andi Offset. 2001) hlm 221

²² Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Penerbit PRENHALLINDO, 1997) hlm 44

perbandingan atas beberapa obyek yang ada dalam memutuskan suatu keputusan yang dibuat untuk menambah produk.²³ Jantan dan Kamarudin, (1999) juga mengklasifikasikan suatu minat menambah produk terjadi apabila konsumen percaya dengan apa yang dirasakan selama menjadi bagian dari produk tersebut.

Pernyataan tersebut didukung oleh Meyer *et al.*, minat menambah produk adalah suatu fakta kehidupan dalam perilaku konsumen yang dibuktikan sebagai suatu kegiatan pembelian yang berhubungan dengan lingkungan untuk selalu menambah produk, dimana sikap menambah produk yang dilakukan berbeda.²⁴ Sikap tersebut dapat dibedakan melalui hirarki menambah produk yang memperlihatkan bahwa perilaku didasarkan pada respon afektif yang dipengaruhi oleh perasaan yang kuat untuk memiliki lagi (Sengupta dan Rongrong,).²⁵

Walker *et al.*, mendefinisikan minat menambah produk sebagai tindakan yang terorganisir dan segera dengan adanya perencanaan sebelumnya untuk menambah produk. Sedangkan Meyer *et al.*, mengatakan bahwa minat menambah produk berkaitan dengan keputusan yang dilakukan dengan perencanaan dan termasuk minat untuk

²³ M Jantan, AR Kamarudin, “*Store Image and Store Choice Decision :an investigation of consumers shopping behavior in malaysia*” (Malaysia AAM Jurnal, 1999), hlm, 9

²⁴ Robert Meyer, dkk “*Dynamic influence on individual choice behavior*” (marketing matters, 1997), hlm, 8

²⁵ Jaideep Sangupta, Rongrong “*Understanding impulsive eaters choice behavior*” journal of Marketing Research hlm, 8

menambah produk yang dibedakan oleh kecepatan relatif terjadinya kemantapan untuk memiliki.

Sengupta dan Rongrong, menyatakan bahwa suatu minat menabung kembali dapat direncanakan dalam suatu pengertian walaupun niat yang pasti tidak dinyatakan secara verbal atau secara tertulis pada daftar pilihan untuk memiliki kembali. Berdasarkan penelitian Walker *et al.*, bahwa minat berdasarkan pilihan terjadi ketika konsumen sudah berpengalaman, yang biasanya sangat kuat dan menetap untuk memilih sesuatu dengan terperinci.

B. Telaah Pustaka

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Indri Yani (2015) ²⁶	Pengaruh Kualias Produk, Kualitas Pelayanan, Faktor Agama, Pendidikan dan Lingkungan Terhadap Minat Menabung Kembali pada Produk	Kualitas Produk (X ₁), Kualitas Pelayanan (X ₂), Faktor Agama (X ₃), Pendidikan (X ₄), Lingkungan (X ₅), Minat Menabung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung kembali.	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saya terletak pada beberapa variabel yang di teliti yaitu kualitas pelayanan dan minat	Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel yang di teliti yaitu tingkat religius, dan promosi serta lokasi penelitian

²⁶ Indri Yani “Pengaruh Kualitas Produk, Kualias Pelayanan, Fator Agama, Pendidikan dan Lingkungan Terhadap Minat Menabung Kembali Pada Produk Simpanan Nikah Di BMT Daarut Tauhid”, Skripsi (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah 2015), hlm 86.

	Simpanan Nikah di BMT Daaruf Tauhid	Kembali (Y)		menabung kembali.	
dedi Trisnadi (2013) ²⁷	Persamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian terdahulu dengan penelitian saya terletak pada variabel yang di teliti.	Kualitas Produk (X ₁), Kualitas Layanan (X ₂), Minat Menabung Kembali (Y)	Dari hasil analisis data terdapat hasil bahwa korelasi antara variabel Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan terhadap variabel Minat Menabung Kembali adalah sangat kuat	Persamaan terletak pada variabel yang diteliti yaitu variabel kualitas produ dan kualitas pelayanan.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saya terletak pada lokasi penelitian.
Agus Kusumaramdhani (2017) ²⁸	Pengaruh Kualitas Produ Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali	Kualitas Produk(X ₁) , Kualitas Layanan(X ₂), Minat (Y),	Terdapat pengaruh kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2), secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah	Persamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian saya adalah terletak pada variabel yang di teliti yaitu kualitas produk , kualitas	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saya terletak pada lokasi penelitian.

²⁷Dedy Trisnadi “Pengaruh Kualitas Produk, dan Kualias Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di CIMB Niaga”, Jurnal (Bintaro: Fakultas Ekonomi Universitas Jendral Sudirman 2013), hlm 9.

²⁸Agus Kusumaramdhani “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, dan Kualias Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali”, Jurnal (Bintaro: Fakultas Ekonomi Politekn Negeri Jakarta 2017), hlm 7.

				elayanan dan minat menabung.	
Diana Ulfa, Utami Tri Sulistyorini (2018) ²⁹	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi, dan Promosi terhadap keputusan nasabah menabung kembali	Kualitas produk (X ₁), Kualitas Layanan, (X ₂), Lokasi (X ₃), Promosi (X ₄), menabung kembali (Y)	Kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank BNI Syariah di Kota Semarang .	Persamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian saya adalah terletak pada variabel yang di teliti yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan minat menabung.	Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian saya terletak pada lokasi penelitian yang kami teliti.
Hibba Al Kanzu, Harry Soesanto (2016) ³⁰	Analisis Pengaruh Persepsi Kualias Pelayanan Dan <i>Perceived Value</i> Terhadap Kepuasan Religius Untuk	Kualitas Produk (X ₁), Kualitas Pelayanan (X ₂), Minat Menabung (Y)	Kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BMT Tumang cabang Salatig.	Persamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian saya adalah terletak pada variabel yang di teliti yaitu kualitas	Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian saya terletak pada lokasi penelitian yang kami teliti.

²⁹Diana Ulfa, Utami Tri Sulistyorini “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali”, Jurnal (Jawa Tengah : Fakultas Akunansi Politeknik Negeri Semarang 2018), hlm 8.

³⁰Hibba Al Kanzu, Harry Soesanto “Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Religius untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang ”Jurnal (Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2016), hlm. 9

	Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi Pada BNI Syariah Semarang)			produk, kualitas pelayanan dan minat menabung.	
--	---	--	--	--	--

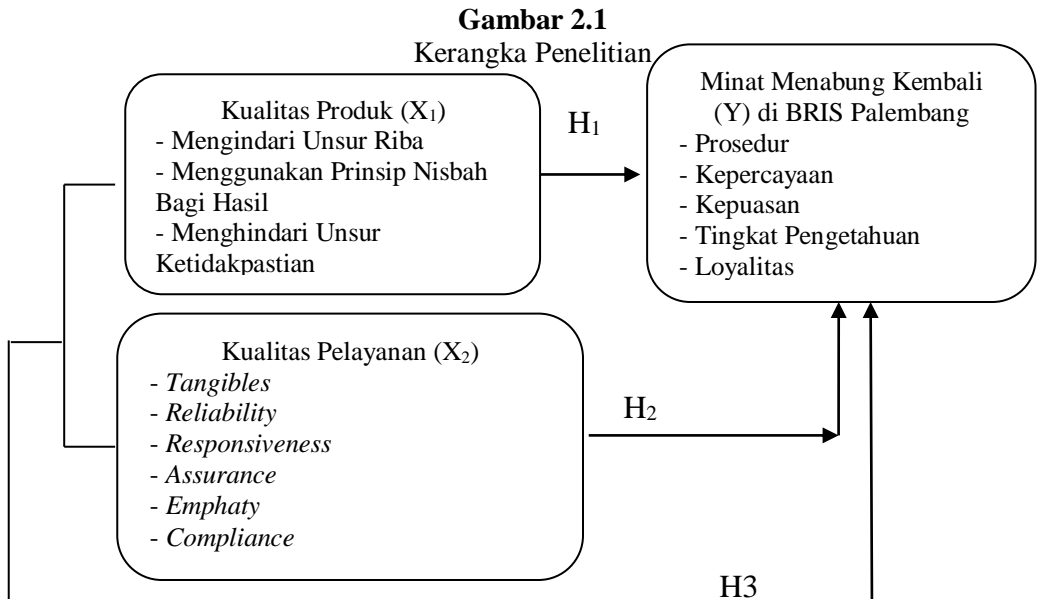
sumber Indri Yani (2016), Dedy Trisnadi (2013), Agus Kusumaramdhani (2017), Diana Ulfa, Utami Tri Sulistyorini (2018), Hibba Al Kanzu, Harry Soesanto (2016)

C. KERANGKA PENELITIAN

Kerangka penelitian merupakan *sintesa* dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan. Kerangka penelitian dapat disajikan dalam bentuk bagan, deskripsi kualitatif dan atau gabungan keduanya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji permasalahan tentang pengaruh-pengaruh minat nasabah untuk menabung di BRI Syariah Palembang Cabang Radial.

Kerangka penelitian digambar sebagai berikut:



D. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah proporsi atau dugaan yang menjelaskan suatu fenomena yang belum terbukti kebenarannya sehingga perlu diuji secara empiris untuk memberikan kebenarannya.³¹

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Menabung Kembali

Dalam sebuah penelitian oleh Abdul H.R & Dita Ratnasari (2018) menunjukkan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap minat menabung kembali nasabah. Sedangkan dalam penelitian lain oleh Dedi Trisnadi & ngadino Surip (2017) menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah.

³¹ Istijanto, Aplikasi Praktis Riset Pemasaran Plus 36 Topik Riset Pemasaran Siap Terap, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm 103

Dalam penelitian ini, jika produk sesuai dengan prinsip syariah maka semakin tinggi minat menabung kembali nasabah pada Bank BRI Syariah. Berdasarkan Penelitian di atas maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Kualitas produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung kembali, semakin tinggi kualitas produk tabungan maka semakin tinggi minat menabung kembali di BRI Syariah Palembang

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Kembali

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Abdul H.R & Dita Ratnasari (2018) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat menabung kembali nasabah. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Khanif Rahmanto (2016) terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat menabung kembali nasabah.

Dalam penelitian ini, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi minat menabung kembali nasabah di Bank BRI Syariah. Berdasarkan Penelitian di atas maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung kembali, semakin tinggi kualitas produk tabungan maka semakin tinggi minat menabung kembali di BRI Syariah Palembang

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Kembali

Dalam penelitian ini, semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi minat menabung kembali nasabah di Bank BRI Syariah. Berdasarkan Penelitian di atas maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat menabung kembali, semakin tinggi kualitas produk tabungan maka semakin tinggi minat menabung kembali di BRI Syariah Palembang

E. Hipotesis Penelitian

Tabel 2.2
Hipotesis Penelitian

H ₁	Kualitas produk tabungan berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung kembali
H ₂	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Menabung kembali
H ₃	Kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di BRI Syariah Palembang Cabang Radial

Sumber: Uraian pengembangan hipotesis penelitian, hlm 29-30.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Palembang yang beralamat di Jl. Kapten A. Rivai Komplek Ruko Taman Mandiri Blok A No. 1-2, Sungai Pangeran, Kec. Ilir Timur I, Kota Palembang, 30129.

2. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pembahasan tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung Kembali di BRI Syariah Palembang.

B. Desain Penelitian

Pada penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di BRI Syariah Palembang ini menggunakan metode Penelitian Lapangan (*Field Reseach*). Menurut Moch Nazir dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian, *Field Reseach* adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mendatangi langsung tempat yang menjadi objek penelitian.³² Penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner terstruktur kepada responden yaitu nasabah Bank BRI Syariah untuk mendapatkan informasi spesifik mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung kembali naabah.

³² Moch Nazir, Metode Penelitian, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 65

C. Sumber dan Jenis Penelitian

1. Sumber Penelitian

Sumber penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui pengumpulan data yaitu data yang berupa hasil jawaban para responden mengenai pertanyaan dalam kuisioner yang dibagikan.³³

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data-data secara kuantitatif kemudian menginterpretasikan suatu kesimpulan.³⁴ Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan hasilnya. Angka-angka tersebut diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, yakni Nasabah Bank BRI Syariah Cabang Rivai. Kemudian membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, menerangkan hubungan-hubungan, menguji hipotesis-hipotesis, membuat prediksi, serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik

³³ Moch Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 67

³⁴ J. Supranto, M.A, *Metode Ramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta:PT. Rineka Cipta, 2000), hlm. 10

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁵ Poulasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang ada di Bank BRI Syariah Palembang Kantor Cabang Rivai. Tingkat variasi populasi memberikan pengaruh dalam menentukan ukuran sampel. Jumlah keseluruhan nasabah pada BRI Syariah Palembang Kantor Cabang Rivai sebanyak 15.387 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari seluruh individu yang menjadi obyek penelitian.³⁶ Arikunto (2002) menjelaskan bahwa jika jumlah populasi kurang dari 100 orang maka sampelnya dapat diambil 100%, jika jumlah populasi lebih dari 100 orang maka dapat diambil sampel penelitian 20-25% atau lebih.³⁷ Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *stratified random sampling* yaitu cara pengambilan sampel dengan terlebih dahulu membuat penggolongan atau pengelompokan populasi menurut karakteristik tertentu.³⁸ Adapun perhitungan untuk menentukan jumlah sampel dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:³⁹

$$S = \frac{P}{(P \cdot e^2) + 1}$$

³⁵ J. Supranto, M.A, Metode Ramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis, (Jakarta:PT. Rineka Cipta, 2000), hlm. 11

³⁶ Mandalis, Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Proposal), (Jakarta:Bumi Aksara, 2014), hlm 55

³⁷ Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,(Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm 108

³⁸ Pabundu Tika, Metode Riset Bisnis, (Jakarta: PT Bumi Aksara , 2006), hlm 42

³⁹ Anton Bawono, Multivariate Analysis dengan SPSS, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006), hlm 29

Dimana:

S = Sampel

P= Populasi

e = *error* Tingkat kesalahan yang masih bisa di tolerir

Dalam penelitian ini diketahui besar populasi nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Rivai adalah sebanyak 15.387 nasabah dan peneliti menggunakan kelonggaran 10%, sehingga didapat jumlah sampel sebagai berikut:

$$S = \frac{15.387}{(15.387 \cdot (0,1)^2) + 1}$$

$$= 99,35 = 99$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang diambil sebanyak 99 responden dari nasabah Bank BRI Syariah Cabang Rivai.

E. Teknik Pengumpulan Data

Keseluruhan data yang diperoleh dalam laporan ini didapatkan melalui cara observasi, yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung ke lapangan (objek penelitian) untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan.⁴⁰

Kuesioner yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada responden.⁴¹ Dalam pengumpulan data dengan menggunakan teknik kuesioner ini, peneliti memberikan pertanyaan untuk masing-masing variabel. Adapun skor dari masing-masing alternatif jawaban ini

⁴⁰ Sugiono, Materi Pengumpulan Data, (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 138

⁴¹ Akbar, Dinul Alfian, Modul Aplikasi Komputer IV (SSPS) . Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah Palembang, 2009, hlm.3

diberikan skor dengan menggunakan pengukuran Ordinal, yaitu sebagai berikut:

- Sangat Setuju (SS), diberi bobot 5
- Setuju (S), diberi bobot 4
- Netral (N), diberi bobot 3
- Tidak Setuju (TS), diberi bobot 2
- Sangat Tidak Setuju (STS), diberi bobot 1

F. Variabel-variabel Penelitian

Variabel-variabel dependen dan independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen, yaitu Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.

a. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.⁴² Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk untuk dapat menunjukkan jati dirinya, menunjukkan kelebihanannya dibanding dengan produk lainnya

⁴² Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia ,(Jakarta:Erlangga, 2002), hlm. 437

dipasaran. Variabel Kualitas Produk, indikatornya adalah:⁴³

- 1) Menghindari unsur riba
- 2) Menggunakan prinsip nisbah bagi hasil
- 3) Menghindari unsur ketidakpastian (*Gharar*)
- 4) Menghindari unsur judi

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik, kualitas layanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dari hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan.⁴⁴ Variabel Kualitas Pelayanan, indikatornya adalah:⁴⁵

- 1) Kepatuhan (*Compliance*)
- 2) Jaminan (*Assurance*)
- 3) Keandalan (*Reliability*)
- 4) Bukti langsung (*Tangibles*)
- 5) Empati (*Empathy*)
- 6) Daya tanggap (*Responsiveness*)

2. Variabel dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah minat nasabah menabung di BRI Syariah

⁴³ Fandy Tjiptono, Strategi Bisnis Modern, (Yogyakarta:Penerbit Andi, 2000), hlm. 7

⁴⁴ Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke-2, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm 72

⁴⁵ Azur Juliandi dan Dewi Anggraini, Studi Perilaku Konsumen Perbankan Syariah, (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI, 2019), hlm. 16

Palembang Kantor Cabang Rivai. Variabel Minat, indikatornya adalah:⁴⁶

- 1) Prosedur
- 2) Kepercayaan
- 3) Kepuasan
- 4) Tingkat pengetahuan
- 5) Loyalitas

Untuk lebih jelasnya dapat diuraikan pada tabel Definisi Operasional variabel dibawah ini :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Definisi
Kualitas Produk (X ₁)	Menghindari Unsur Riba	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bank dalam menjalankan bisnisnya sesuai dengan syariat Islam yaitu menghindari bunga atau riba 2. Merupakan suatu keharusan produk bank syariah
	Menggunakan Prinsip Nisbah Bagi Hasil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bank menggunakan prinsip nisbah bagi hasil yang sesuai dengan syariat Islam 2. Produk tabungan lebih adil dan barokah
	Menghindari Unsur Ketidakpastian (<i>Gharar</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bank menjelaskan produk secara menyeluruh 2. Produk yang ditawarkan nyata adanya.
	Menghindari unsur judi (<i>Maysir</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keuntungan dan kerugian di bagi sama rata antara dua pihak.
Kualitas	<i>Compliance</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan perusahaan

⁴⁶ Abu Ahmadi, Psikologi Umum, (Jakarta:Rienika Cipta, 1998), hlm. 151

Pelayanan (X ₂)		atas kesesuaian dalam penerapan prinsip syariah. 2. Mampu menjalankan kegiatan sesuai dengan prinsip Islam, menerapkan ketentuan layanan dan produk Islam.
	<i>Assurance</i>	1. Keterampilan pegawai bank dalam memasukan data nasabah dengan benar. 2. Pemberian solusi atas suatu permasalahan secara terinci sehingga nasabah paham.
	<i>Reliability</i>	1. Kemampuan dalam memperoleh informasi dari pegawai bank. 2. Kemampuan pegawai bank dala menjelaskan produk yag tersedia. 3. Ketelitian pegawai bank dalam melakukan setiap transaksi.
	<i>Tangibles</i>	1. Penampilan fisik kantor pelayanan. 2. Kebersihan kantor pelayanan secara umum. 3. Kerapihan dan kebersihan pegawai bank dalam berpakaian.
	<i>Empathy</i>	1. Keramahan pegawai bank terhadap nasabah dalam menjalankan tugasnya. 2. Kemampuan pegawai bank dalam berkomunikasi dengan nasabah. 3. Usaha perusahaan dalam pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
	<i>Responsiveness</i>	1. Keinginan dan kesediaa para pegawai untuk membantu nasabah.

		2. Memberikan layanan dengan tanggap.
Minat Menabung Kembali (Y)	Prosedur	1. Prosedur yang mudah untuk menjadi nasabah sehingga nasabah dan calon nasabah tertarik untuk menggunakan suatu produk.
	Kepercayaan	1. Dapat memberikan kepercayaan kepada nasabah sehingga nasabah dapat merekomendasikannya kepada orang lain. 2. Karyawan memberikan informasi yang benar kepada nasabah.
	Kepuasan	1. Karyawan memberikan pelayanan dengan baik dan ramah. 2. Nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga mengajak orang terdekat untuk menggunakan produk.
	Tingkat pengetahuan	1. Karyawan memiliki tingkat pengetahuan yang luas mengenai bank atau suatu produk. 2. Karyawan dapat menjelaskan informasi dengan jelas dan baik sehingga menarik perhatian nasabah.
	Loyalitas	1. Nasabah setia pada produk di Bank tersebut. 2. Nasabah tidak akan menggunakan produk pada Bank lain.

G. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penentuan layak atau tidak layaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 , artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.⁴⁷

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukura tersebut diulang. Dalam program SPSS akan dibahas untuk uji yang sering digunakan penelitian mahasiswa adalah metode Cronbach's Alpha. Metode Cronbach's Alpha sangat cocok digunakan pada skor bertajuk skala (misal 1-4, 1-5) atau skor rentangan (misal 0-20, 0-50).⁴⁸

H. Teknik Analisis Data

1 Deskriptif Kuantitatif

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini data tentang Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap minat menabung

⁴⁷ Duwi Priyatno, Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS, (Jakarta: MediaKom, 2010), hlm. 90

⁴⁸ Duwi Priyatno, Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS, (Jakarta: MediaKom, 2010), hlm. 97-98

dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif diangkakan meliputi jawaban dari responden mengenai pertanyaan dalam kuesioner yang diedarkan. Setelah data dikumpulkan akan diolah nanti pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan yang tepat mengenai variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di BRI Syariah Palembang.

2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Normalitas adalah untuk mengetahui apakah populasi data distribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur sata berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Dalam pembahasan ini akan digunakan uji *Lilliefors* dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*. Data yan dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

b. Uji Linieritas

Linieritas adalah untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan dengan linier atau secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi *linier*. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai

hubungan yang *linear* bila signifikan (*Linearity*) kurang dari 0,05.⁴⁹

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu mode; bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson (DW) dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (d_l dan d_u). Kriteria jika $d_u < d_{hitung} < 4 - d_u$ maka tidak terjadi autokorelasi.⁵⁰

e. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya, yaitu Uji

⁴⁹ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SSPS*, (Jakarta: MediaKom, 2010), hlm. 71-73

⁵⁰ V. Wiratna sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 186

Spearman's rho, Uji *Glejser*, Uji *Park*, dan melihat pola grafik regresi. Jika signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas.⁵¹

3 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang akan dipakai yang akan dipakai adalah teknik analisis regresi berganda untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel lain. Variabel dependen yang digunakan adalah minat menabung nasabah di BRISyariah Kantor Cabang Rivai Palembang dan independennya adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, maka digunakan model regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut:⁵²

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

Dimana Y adalah variabel dependen (terikat), X adalah variabel independen (bebas).

Keterangan:

Y = Minat menabung nasabah

X₁ = Kualitas produk

X₂ = Kualitas pelayanan

a = Konstanta

⁵¹ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SSPS*, (Jakarta: MediaKom, 2010), hlm. 81-83

⁵² Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SSPS*, (Jakarta: MediaKom, 2010), hlm. 75-76

b_1 = Koefisien regresi faktor kualitas produk

b_2 = Koefisien regresi faktor kualitas pelayanan

e = *Error*, yaitu pengaruh variabel lain yang tidak masuk dalam model, tetapi ikut mempengaruhi.

4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah kesimpulan pada sampel dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji t dapat dilihat pada output *Coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda diatas.⁵³ Apabila t hitung lebih besar dari t tabel serta tingkat signifikannya (*p-value*) lebih kecil dari 5% ($\alpha : 5\% = 0,05$), maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 . Hal ini berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independen secara parsial. Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{bi - (Bi)}{Sbi}$$

Keterangan :

bi = Koefisien regresi parsial sampel

Bi = Koefisien regresi parsial populasi

Sbi = Standar error koefisien regresi sampel

⁵³ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SSPS*, (Jakarta: MediaKom, 2010), hlm. 61-68

Pengujian parsial terhadap koefisien regresi secara parsial menggunakan uji t pada tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan dalam analisis (α) 5% dengan ketentuan *degree of freedom* (df) = n-k-1, dimana n adalah besarnya sampel, k adalah jumlah variabel.

Keputusan :

Apabila t-hitung \leq t-tabel : H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Apabila t-hitung \geq t-tabel : H_0 ditolak dan H_1 diterima.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). F hitung dapat dicari dengan rumus berikut:

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

n = jumlah data atau kasus

k = jumlah variabel independen

hasil uji F dapat dilihat pada *Output ANOVA* dari hasil analisis regresi linier berganda.

Dengan kriteria pengambilan keputusan :

H_0 diterima jika F hitung \leq F tabel pada $\alpha = 5\%$

H_1 diterima jika F hitung \geq F tabel pada $\alpha = 5\%$

c. Uji Adj R^2 (*Adjusted R Square*)

Uji ini dilakukan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinan (R^2) merupakan angka yang menunjukkan besarnya kemampuan

varian atau penyebab dari variabel-variabel independen yang menerangkan variabel dependen atau angka yang menunjukkan seberapa besar variasi variabel dependen dipengaruhi oleh variabel-variabel independen. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$, yang berarti variasi dari variabel bebas semakin dapat menjelaskan variasi dari variabel tidak bebas bila angkanya semakin mendekati 1. Pada penelitian ini juga akan digunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel dan jumlah observasinya. Karena lebih menggambarkan kemampuan yang sebenarnya dari variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.⁵⁴

⁵⁴ Danang Sunyoto, Analisis Regresi dan Uji Hipotesis, (Yogyakarta:CAPS, 2011), hlm 87-88

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1 Sejarah BRI Syariah

Sejarah pendirian PT. Bank BRI Syariah Tbk tidak lepas dari akuisisi yang dilakukan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007. Setelah mendapatkan izin usaha dari Bank Indonesia melalui surat No. 10/67/Kep.GBI/DPG/2008 pada 16 Oktober 2008 BRI Syariah resmi beroperasi pada 17 Oktober 2008 dengan nama PT Bank BRI Syariah dan seluruh kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Islam.

Pada 19 Desember 2008, Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk melebur ke dalam PT Bank BRI Syariah. Proses *spin off* tersebut berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009 dengan penandatanganan yang dilakukan oleh Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dan Ventje Raharjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syariah.

BRI syariah melihat potensi besar pada segmen perbankan syariah. Dengan niat untuk menghadirkan bisnis keuangan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip luhur perbankan syariah, Bank berkomitmen untuk produk serta layanan terbaik yang menenteramkan, BRI Syariah terus tumbuh secara positif. BRI Syariah fokus membidik berbagai segmen di masyarakat. Basis nasabah terbentuk secara luas di seluruh penjuru

2 Visi dan Misi Bank BRI Syariah

a. Visi

“Menjadi bank ritel moren terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna”

b. Misi

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

3 Produk dan Jasa

a. Dana Pihak Ketiga

1) Tabungan Faedah

Produk simpanan dari BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari. Menggunakan akad Wadiah yad dhamanah.

2) Tabungan Faedah Haji

Merupakan produk simpanan yang menggunakan akad Bagi Hasil sesuai prinsip syariah khusus bagi calon Haji yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan

Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah.

3) Tabungan Faedah Impian

Produk simpanan berjangka dari BRISyariah untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, belanja) dengan terencana memakai mekanisme autodebet setoran rutin bulanan. Menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah.

4) Simpanan Faedah

Merupakan simpanan dana pihak ketiga dengan akad Mudharabah Muthlaqah dimana nasabah sebagai pemilik dana dan bank sebagai pengelola dana, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah dan jangka waktu yang disepakati antara Bank dengan Nasabah.

5) Simpanan Pelajar

SimPel iB kependekan dari Simpanan Pendidikan iB adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Menggunakan akad Wadiah yad dhamanah.

6) Giro Faedah

Merupakan simpanan investasi dana nasabah pada BRISyariah dengan menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah yang penarikannya dapat dilakukan sesuai

kesepakatan dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindahbukuan.

7) Deposito Faedah

Merupakan produk simpanan berjangka menggunakan Akad Bagi Hasil sesuai prinsip syariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan keuntungan optimal. Menggunakan Akad Mudharabah Muthlaqah.

b. Produk Pembiayaan

1) Griya Faedah

KPR BRISyariah adalah Pembiayaan Kepemilikan Rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan menggunakan prinsip jual beli (Murabahah) / sewa menyewa (Ijarah) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan. Berbagai keperluan dapat dipenuhi melalui KPR Faedah BRISyariah iB diantaranya pembelian rumah, apartemen, ruko, rukan, tanah kavling, pembangunan, renovasi, ambil alih pembiayaan (take over), dan pembiayaan berulang (Refinancing).

2) KPR Sejahtera

KPR Sejahtera adalah Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR iB) yang diterbitkan Bank BRISyariah untuk pembiayaan rumah dengan dukunagn bantuan dana Fasilitas Likuiditas

Pembiayaan Perumahan (FLPP) kepada masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) dalam rangka pemilikan rumah sejatera yang dibeli dari pengembang (develover).

3) Oto Faedah

Pembiayaan Kepemilikan Mobil dari BRISyariah kepada nasabah perorangan untuk memenuhi kebutuhan akan kendaraan dengan menggunakan prinsip jual beli (Murabahah) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan.

4) Gadai Faedah

Pembiayaan kepada perorangan untuk tujuan kepemilikan emas dengan menggunakan Akad Murabahah dimana pengembalian pembiayaan dilakukan dengan mengansur setiap bulan sampai dengan jangka waktu selesai sesuai kesepakatan.

B. Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sample yang diambil dari nasabah Bank BRISyariah Kantor Cabang Rivai itu sendiri. Dalam penelitian ini sample yang digunakan berjumlah 99 orang/responden. Pernyataan yang peneliti ajukan kepada responden sebanyak 15 pertanyaan tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung kembali di Bank BRISyariah Palembang. Keseluruhan kuesioner ini diolah dengan bantuan SPSS versi 16.

Setelah melakukan pengoreksian terhadap jawaban responden maka dilakukan skoring terhadap jawaban tersebut. Dalam hal ini digunakan angka 1 sampai 5 untuk mencari skor jawaban responden tersebut dengan menggunakan skala Likert. Adapun karakteristik reponden sebagai berikut:

1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	44	44.4	44.4	44.4
perempuan	55	55.6	55.6	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu 55 orang (55,6%), sedangkan laki-laki 44 orang (44,4%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas nasabah Bank BRISyariah adalah perempuan.

2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Menurut Umur Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 20 tahun	12	12.1	12.1	12.1
20 - 29 tahun	23	23.2	23.2	35.4
30 - 39 tahun	29	29.3	29.3	64.6
40 - 49 tahun	25	25.3	25.3	89.9
> 50 tahun	10	10.1	10.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa umur responden yang paling banyak adalah yang berumur antara 30-39 tahun sebanyak 29 orang (29,3%), diikuti dengan umur responden 40-49 tahun sebanyak 25 orang (25,3%). Hal ini menunjukkan kelompok umur 30-39 tahun merupakan konsumen potensial untuk menggunakan produk tabungan pada Bank BRISyariah, karena pada usia ini seseorang memiliki tingkat kematangan untuk melakukan investasi dari uang yang telah mereka dapatkan, untuk menghadapi kejadian yang mungkin terjadi sewaktu-waktu/di masa depan.

3 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Menabung

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Menurut Intensitas Menabung
intensitas_menabung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 bulan sekali	27	27.3	27.3	27.3
1 bulan sekali	65	65.7	65.7	92.9
2 bulan sekali	7	7.1	7.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Intensitas menabung artinya seberapa sering nasabah menabung dalam kurun waktu tertentu. Berdasarkan tabel 4.3 diatas, diketahui bahwa intensitas menabung nasabah terbanyak 1 bulan sekali yaitu sebesar 65 orang (65,7%), maka mayoritas nasabah menabung 1 bulan sekali.

4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan
Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pelajar / mahasiswa	26	26.3	26.3	26.3
pns / tni / polri	22	22.2	22.2	48.5
Bumn	9	9.1	9.1	57.6
pegawai swasta	16	16.2	16.2	73.7
Wiraswasta	18	18.2	18.2	91.9
Lainnya	8	8.1	8.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Data mengenai pekerjaan responden ini, peneliti mengelompokkan menjadi 6 kelompok, yaitu pelajar/mahasiswa, PNS/TNI/POLRI, BUMN, Pegawai Swasta, wiraswasta, dan lainnya. Untuk katagori lainnya terdiri dari pengangkut barang dipasar, influenser, ibu rumah tangga.

Jumlah nasabah Bank BRISyariah yang menjadi kelompok potensial nasabah penabung adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 26 orang (26,3%), PNS/TNI/POLRI sebanyak 22 orang (22,2%), Wiraswasta sebanyak 18 orang (18,2%), Pegawai Swasta sebanyak 16 Orang (16,2%), BUMN sebanyak 9 orang (9,2%), dan lainnya sebanyak 8 orang (8,1%).Jumlah anggota Bank BRISyariah Palembang Kantor Cabang Rivai yang menjadi kelompok potensial nasabah penabung adalah Pelajar/Mahasiswa.

C. Deskripsi Tanggapan Responden

1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk atau Variabel Independen (X_1)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel kualitas produk (X_1) dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X_1)

Pernyataan	Jawaban					Total	Persentase				
	SS	S	N	TS	STS		SS	S	N	TS	STS
X1.1	79	12	6	2	0	99	79,8%	12,1%	6,1%	2,0%	0%
X1.2	71	20	6	2	0	99	71,7%	20,2%	6,1%	2,0%	0%
X1.3	69	18	11	1	0	99	69,7%	18,2%	11,1%	1,0%	0%
X1.4	69	20	5	5	0	99	69,7%	20,2%	5,1%	5,1%	0%
Jumlah	288	70	28	10	0	396	72,72%	17,67%	7,07%	2,52%	0%

Sumber: Data diolah peneliti, 2020.

Berdasarkan tabel 4.5 diatas , secara umum responden yang menjawab sangat setuju sebesar 72,72% dan setuju sebesar 17,67%. Hal ini berarti 90,39% responden menganggap kualitas produk pada Bank BRISyariah sudah sangat baik.

2 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan atau Variabel Independen (X_2)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel kualitas pelayanan (X_2) dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X₂)

Pernyataan	Jawaban					Total	Persentase				
	SS	S	N	TS	STS		SS	S	N	TS	STS
X1.1	79	12	6	2	0	99	79,8%	12,1%	6,1%	2,0%	0%
X1.2	71	20	6	2	0	99	71,7%	20,2%	6,1%	2,0%	0%
X1.3	69	18	11	1	0	99	69,7%	18,2%	11,1%	1,0%	0%
X1.4	69	20	5	5	0	99	69,7%	20,2%	5,1%	5,1%	0%
Jumlah	288	70	28	10	0	396	72,72%	17,67%	7,07%	2,52%	0%

Sumber: Data diolah peneliti, 2020.

Berdasarkan tabel 4.6 diatas , secara umum responden yang menjawab sangat setuju sebesar 73,73% dan setuju sebesar 16,83%. Hal ini berarti 90,56% responden menganggap kualitas pelayanan pada Bank BRISyariah sudah sangat baik.

3 Deskripsi Variabel Minat Menabung Kembali atau Variabel Dependen (Y)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel minat menabung kembali (Y) dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap Minat Menabung Kembali (Y)

Pernyataan	Jawaban					Total	Persentase				
	SS	S	N	TS	STS		SS	S	N	TS	STS
Y.1	57	33	9	0	0	99	57,6%	33,3%	9,1%	0%	0%
Y.2	58	32	9	0	0	99	58,6%	32,3%	9,1%	0%	0%
Y.3	62	30	7	0	0	99	62,6%	30,3%	7,1%	0%	0%
Y.4	51	39	9	0	0	99	51,5%	39,4%	9,1%	0%	0%
Y.5	50	37	11	1	0	99	50,5%	37,4%	11,1%	1,0%	0%
Jumlah	278	171	45	1	0	495	56,16%	34,54%	9,09%	0,20%	0%

Sumber: Data diolah peneliti, 2020.

Berdasarkan tabel 4.5 diatas , secara umum responden yang menjawab sangat setuju sebesar 56,16% dan setuju

sebesar 34,54% terhadap minat menabung kembali. Hal ini berarti 90,70% responden berminat menabung kembali di BRISyariah.

D. Instrumen Penelitian

1 Uji Validitas

Hasil analisis validitas ditunjukkan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , sedangkan nilai rhitung dapat dilihat dalam *corrected item totalcorrelation* pada program SPSS. Kemudian untuk mendapatkan r_{tabel} dilakukandengan melihat tabel producty moment dengan $df = N-2$. Dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 99 responden, jadi $df = 99-2 = 97$, maka besar r_{tabel} adalah 0,166. Untuk pengambilan keputusan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir atau variabel yang diteliti adalah valid atau bisa juga dengan menggunakan $pvalue < \alpha$ dimana α sebesar 5% atau 0,05. Ringkasan hasil tersebut terdapat pada tabel yang menggunakan program SPSS 16.

a. Variabel Kualitas Produk

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X₁)

Pernyataan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} (α=5%)	Keterangan
X1.1	0,775	0,166	Valid
X1.2	0,783	0,166	Valid
X1.3	0,834	0,166	Valid
X1.4	0,821	0,166	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2020.

Berdasarkan tabel 4.8, maka dapat dilihat bahwa semua hasil uji $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan ketentuan $r_{tabel} = 0,166$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua butir

pernyataan yang digunakan dalam variabel kualitas produk adalah valid untuk dijadikan pengambilan keputusan.

b. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X₂)

Pernyataan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} (α=5%)	Keterangan
X2.1	0,519	0,166	Valid
X2.2	0,627	0,166	Valid
X2.3	0,649	0,166	Valid
X2.4	0,255	0,166	Valid
X2.5	0,266	0,166	Valid
X2.6	0,234	0,166	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2020.

Berdasarkan tabel 4.9, maka dapat dilihat bahwa semua hasil uji $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan ketentuan $r_{tabel} = 0,166$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan adalah valid untuk dijadikan pengambilan keputusan.

c. Variabel Minat Menabung Kembali

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Kualitas Minat (Y)

Pernyataan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} (α=5%)	Keterangan
Y.1	0,555	0,166	Valid
Y.2	0,640	0,166	Valid
Y.3	0,713	0,166	Valid
Y.4	0,520	0,166	Valid
Y.5	0,605	0,166	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2020.

Berdasarkan tabel 4.10, maka dapat dilihat bahwa semua hasil uji $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan ketentuan $r_{tabel} = 0,166$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang digunakan dalam variabel minat menabung kembali adalah valid untuk dijadikan pengambilan keputusan.

2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas dari tiap-tiap variabel seperti di variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, serta minat menabung kembali maka selanjutnya dapat dilakukan pengujian reliabilitas. Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

Hasil analisis reliabilitas dapat dilihat pada program SPSS dan ditunjukkan dengan besarnya nilai alpha (α). Uji reliabilitas menggunakan pengujian dengan taraf signifikansi 5%, jika *cronbach's alpha based on standardized items* $> 0,06$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Dimana berikut ini adalah hasilnya:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Batas minimum	Reliabilitas
X1	0,914	0,60	Reliabel
X2	0,689	0,60	Reliabel
Y	0,815	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2020.

Berdasarkan tabel 4.11 di atas seluruh nilai *cronbach's alpha* > 0,60, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengolah data selanjutnya.

E. Uji Asumsi Klasik

1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011: 160). Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai *asym.Sig.* pada hasil uji normalitas dengan menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov test*.

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.48104764
Most Extreme Differences	Absolute	.149
	Positive	.076
	Negative	-.149
Kolmogorov-Smirnov Z		1.485
Asymp. Sig. (2-tailed)		.024

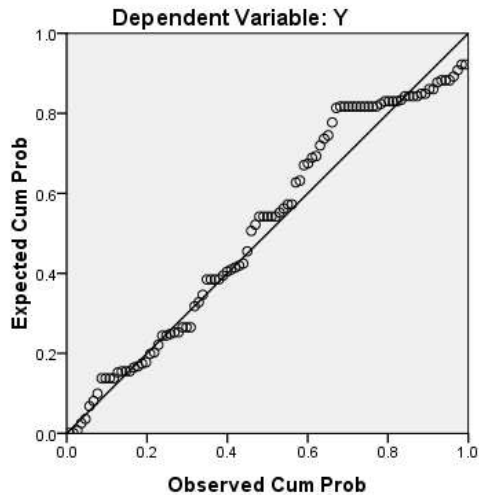
a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 4.12 diatas. Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan *kolmogorov-smirnov* dengan 2 sisi lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer yang diolah, 2020.

Data dikatakan terdistribusi normal, apabila pada grafik normal probability plot tampak titik-titik menyebar berhimpit disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Pada gambar 4.1 diatas titik-titik berada disekitar garis diagonal dan saling berhimpitan. Maka data dapat dikatakan normal.

2 Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Uji linieritas dilihat dari *Sig. Linieritas* dan *Sig. Deviation from Linierity*. Jika nilai *sig. Deviation from Linierity* > 0,05, maka terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 4.13
Hasil Uji Linieritas
Minat Menabung Kembali dan Kualitas Produk (X₁)

		<i>Sig</i>
Y*X ₁	<i>Linierity</i>	0,084
	<i>Deviation from Linerity</i>	0,087

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.13 nilai *sig. Deviation from Linierity* sebesar $0,087 > 0,05$, artinya regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap minat menabung kembali.

Tabel 4.14
Hasil Uji Linieritas
Minat Menabung Kembali dan Kualitas Pelayanan (X₂)

		<i>Sig</i>
Y*X ₂	<i>Linierity</i>	0,454
	<i>Deviation from Linerity</i>	0,173

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.13 nilai *sig. Deviation from Linierity* sebesar $0,173 > 0,05$, artinya regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung kembali.

3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,1$ atau sama dengan nilai *VIF* > 10 . Dan sebaliknya apabila *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.283	.484		4.718	.000		
X1	.053	.026	.214	2.026	.046	.782	1.278
X2	.241	.099	.258	2.442	.016	.782	1.278

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari tabel 4.15 diatas diketahui nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas (non-multikolinearitas).

4 Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu mode; bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya koralsi antara variabel pengganggu pada peruode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson (DW) dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (*dl* dan *du*). Kriteria jika $du < d \text{ hitung} < 4 - du$ maka tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.404 ^a	.164	.146	.624	1.788

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Data Pengolahan SPSS

Dari tabel 4.16 diatas, diketahui nilai Durbin Watson (d) adalah sebesar 1,788. Selanjutnya nilai ini akan kita bandingkan dengan nilai tabel durbin watson pada signifikan 5% dengan rumus $(k ; N)$. Adapun jumlah variabel independen adalah 2 atau “k” = 2, sementara jumlah sampel atau “N” = 99, maka $(k ; N) = (2 ; 99)$. Angka ini kemudian kita lihat pada distribusi nilai tabel durbin watson. Maka ditemukan nilai dL sebesar 1,631 dan dU sebesar 1,714. Maka $1,714 < 1,788 < 4-1,714$ atau $1,714 < 1,788 < 2,286$, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

5 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya, yaitu Uji *Spearman's rho*, Uji *Glejser*, Uji *Park*, dan melihat pola grafik regresi. Jika signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini menggunakan Uji *Glejser*.

Tabel 4.17
Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.507	.231		2.193	.031
X1	-.006	.012	-.059	-.513	.609

X2	.032	.047	.078	.681	.497
----	------	------	------	------	------

a. Dependent Variable: RESS2

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari tabel 4.17 di atas hasil *ouput* menunjukkan nilai Kualitas produk (X1) signifikan $0,609 > 0,05$, Kualitas Pelayanan (X2) signifikan $0,497 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas dalam model regresi.

F. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂) Terhadap Minat Menabung Kembali Nasabah Bank BRI Syariah Palembang.

Tabel 4.18
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.283	.484		4.718	.000		
X1	.053	.026	.214	2.026	.046	.782	1.278
X2	.241	.099	.258	2.442	.016	.782	1.278

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Versi 16.0

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel dengan bantuan SPSS diperoleh persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut.

$$Y = 2,283 + 0,053X_1 + 0,241X_2$$

Bilangan Konstanta mempunyai nilai sebesar 2,283 (positif) menyatakan bahwa jika mengabaikan Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) maka skor minat menabung kembali nasabah Bank BRI Syariah (Y) adalah 2,283. Artinya masih tetap ada minat menabung kembali nasabah walaupun nilai Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Y bernilai nol (0).

Koefisien regresi Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,053 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan skor Kualitas Produk akan meningkatkan skor Minat Menabung Kembali Nasabah Bank BRI Syariah sebesar 0,053 dengan menjaga skor Kualitas Pelayanan (X_2) tetap/konstan. Jika ada penerunan terhadap Kualitas Produk (X_1) akan menurunkan Minat Menabung Kembali nasabah di Bank Bri Syariah (Y).

Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,241 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan skor Kualitas Pelayanan akan meningkatkan skor Minat Menabung Kembali Nasabah Bank BRI Syariah sebesar 0,241 dengan menjaga skor Kualitas Produk (X_1) tetap/konstan. Jika ada penerunan terhadap Kualitas Pelayanan (X_2) akan menurunkan Minat Menabung Kembali nasabah di Bank Bri Syariah (Y).

G. Uji Hipotesis

1 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.19
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.283	.484		4.718	.000		
X1	.053	.026	.214	2.026	.046	.782	1.278
X2	.241	.099	.258	2.442	.016	.782	1.278

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan tabel 4.19 diatas, nilai t_{tabel} adalah sebesar = 1,98498 maka dapat dijelaskan masing masing variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara individu/parsial berpengaruh terhadap Minat Menabung Kembali (Y) Nasabah Bank BRI Syariah Palembang sebagai berikut:

- a. Pengaruh variabel Kualitas Produk (X_1) secara individu/parsial terhadap Minat Menabung Kembali (Y). Berdasarkan tabel 4.19 diatas, maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar = 2,026 terhadap Minat Menabung Kembali (Y) sebesar = 1,98498 hal ini berarti $t_{hitung} 2,026 > t_{tabel} 1,98498$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk (X_1) terhadap Minat Menabung Kembali. Hal ini menjelaskan semakin tinggi Kualitas Produk semakin tinggi pula Minat Menabung Kembali Nasabah Bank BRI Syariah Palembang.
- b. Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_2) secara individu/parsial terhadap Minat Menabung Kembali

(Y). Berdasarkan tabel 4.19 diatas, maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar = 2,442 terhadap Minat Menabung Kembali (Y) sebesar = 1,98498 hal ini berarti $t_{hitung} 2,442 > t_{tabel} 1,98498$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Minat Menabung Kembali. Hal ini menjelaskan semakin tinggi Kualitas Pelayanan semakin tinggi pula Minat Menabung Kembali Nasabah Bank BRI Syariah Palembang.

2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F (Simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara bersama/simultan terhadap variabel Minat Menabung Kembali (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.20
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7.297	2	3.649	9.383	.000 ^a
Residual	37.329	96	.389		
Total	44.626	98			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, nilai F_{tabel} sebesar = 3,09 maka dapat dijelaskan bahwa nilai $F_{hitung} 9,383 > F_{tabel} 3,09$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa

terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terdapa variabel Minat Menabung Kembali (Y) nasabah Bank BRI Syariah Palembang.

3 Uji Koefisien Determinan / Adjusted R Square (R^2)

Uji Koefisien Determinan (*Adjusted R Square*), ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan Adjusted R Square dapat dilihat pada *output Model Summary*. Pada kolom Adjusted R Square dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya tidak dimasukan dalam model penelitian. Adapun tabel yang disajikan dibawah ini.

Tabel 4.21
Hasil Uji Adjusted R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.182 ^a	.033	.013	2.507

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 4.21 hasil ouput diatas menunjukkan bahwa pada kolom *Adjusted R Square* diketahui jumlah persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas adalah sebesar 0,013 atau 1,3 %. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas

(Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Minat Menabung Kembali) adalah sebesar 1,3% sedangkan sisanya ($100\% - 1,3\% = 98,7\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

H. Pembahasan Hasil Penelitian

1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Menabung Kembali Nasabah Bank BRI Syariah Palembang.

Variabel Kualitas Produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Kembali (Y). Dari hasil analisis variabel (X_1) Kualitas Produk dengan indikator Produk tabungan di BRI Syariah Cabang Rivai lebih adil dan barokah, Produk tabungan di BRI Syariah tidak menerapkan sistem bunga, Produk- produk tabung memberikan bagi hasil sesuai dengan akad dan Produk – produk tabungan di BRI Syariah Cabang Rivai sesuai dengan syariah. Maka, Kualitas Produk mempunyai kontribusi pengaruh terhadap Minat Menabung Kembali dengan hubungan positif dan pengaruh signifikan sebesar 0,053 atau 5,3% sehingga variable kualitas produk berpengaruh terhadap minat menabung kembali nasabah di Bank BRISyariah cabang Rivai. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Fandi Tjiptono mengenai indikator-indikator kualitas produk, yaitu menghindari unsur riba, menggunakan prinsip nisbah bagi hasil, menghindari unsur ketidakpastian (*Gharar*), menghindari unsur judi. Dan diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Agus Kusumaramdhani (2018) yang

berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali” yang menyatakan bahwa kualitas produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung kembali.

Serta mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dedi Trisnadi dan Ngadino Surip (2013) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB Niaga” yang menyatakan berdasarkan hasil penelitian ini, kualitas produk tabungan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Artinya jika produk semakin baik, maka minat menabung kembali semakin meningkat.

2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Kembali Nasabah Bank BRI Syariah Palembang.

Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Kembali (Y). Dari hasil analisis variabel (X_2) Kualitas Pelayanan dengan indikator BRI Syariah Cabang Rivai mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsip Islam, BRI Syariah Cabang Rivai menyimpan dokumen dengan aman dan tanpa kesalahan, Petugas BRI Syariah Cabang Rivai memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat, Karyawan Bank berpenampilan rapi dan bersih, Petugas BRI Syariah Cabang Rivai meminta maaf atas setiap komplain dan ketidaknyamanan yang diajukan oleh nasabah, Petugas BRI Syariah Cabang Rivai mengucapkan terima kasih dan salam di akhir pelayanan. Maka, kelompok pelayanan mempunyai

kontribusi pengaruh terhadap minat menabung nasabah dengan hubungan positif dan pengaruh signifikan sebesar 0,241 atau 24,1% sehingga variable kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung kembali nasabah di Bank BRISyariah cabang Rivai. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Othman dan Owen mengenai indikator-indikator pelayanan, yaitu *compliance* (kepatuhan pada prinsip Islam), *assurance* (jaminan), *reliability* (kehandalan), *tangible* (berwujud), *emphaty* (empati), *responsivness* (ketanggapan). Dan diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Indri Yani 2015 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, aktor Agama, Pendidikan dan Lingkungan Terhadap Minat Menabung Kembali” yang menyatakan bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

3 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Minat Menabung Kembali Nasabah Bank BRI Syariah Palembang.

Variabel kualitas produk(X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Kembali (Y). Dari hasil analisis variabel kualitas produk(X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) nilai F_{tabel} sebesar = 3,09 maka dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} 9,383 > F_{tabel} 3,09 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh

positif dan signifikan variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara simultan terhadap variabel Minat Menabung Kembali (Y) nasabah Bank BRI Syariah Palembang.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya yang dilakukan pada nasabah Bank BRISyariah cabang Rivai dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung kembali nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Rivai .
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung kembali nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Rivai .
3. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan/bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung kembali nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Rivai .

B. SARAN

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1 Dari Sisi Akademis

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mahasiswa dalam melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang lebih banyak (jumlah variabel bebas) serta dalam melakukan penelitian hendaknya dilakukan di berbagai tempat.

2 Dari sisi perusahaan (Bank BRISyariah Cabang Rivai Palembang)

Untuk perkembangan dalam Bank BRISyariah Cabang Rivai Palembang sendiri ini sangat diperlukan, karena tidak ada batas teritorial dalam perdagangan, dengan demikian kegiatan operasional pada Bank BRISyariah Cabang Rivai Palembang akan berjalan dengan lancar. Serta diharapkan agar lebih meningkatkan pelayanan untuk menjadi daya tarik nasabah, menambah fitur produk yang lebih inovatif sehingga nasabah dapat lebih berminat menabung kembali di Bank BRISyariah Cabang Rivai Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adya Barata, Atep, Dasar-dasar Pelayanan Prima, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003.
- Ahmadi, Abu, Psikologi Umum, Jakarta: Rienika Cipta, 1998
- Akbar, Dinul Alfian, Modul Aplikasi Komputer IV (SSPS) . Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah Palembang, 2009
- Antonio, 2002, Bank Syariah, Diakses dari http://gemainsani.co.id/index.php/web/semua_produk/95, 12 Juli 2019 Pukul 22.03 WIB.
- Arikunto, Suharsimi, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Bawono, Anton, Multivariate Analysis dengan SPSS, Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006.
- Indonesia, Ikatan Bankir, Mengelola Bank Syariah, Jakarta Pusat: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Iskandarwasid & Dadang Sunendar, Strategi Pembelajaran Bahasa, Bandung: Rosda, Cet. Ket-3, 2011.
- Istijanto, Aplikasi Praktis Riset Pemasaran Plus 36 Topik Riset Pemasaran Siap Terap, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Juliandi, Azur dan Dewi Anggraini, Studi Perilaku Konsumen Perbankan Syariah, Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI, 2019.
- JS, Badudu dan Zain, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Kasmir, Etika Customer service, Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2005.
- Kasmir, Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana, 2004.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit PRENHALLINDO, 1997.
- Lupiyoadi, Rambat, Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke-2, Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Mandalis, Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Proposal), Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Mappiare, Andi, Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian dan Pendidikan, Surabaya: Usana Offset Printing, 1994.
- Mawardi, "Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang" <https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/altijary/article/view/1282b>, (diakses, 28 Oktober 2019 pukul 19:10 WIB.

- Muhammad, Bank dan Lembaga Keuangan, Jakarta: Salemba Empat , 2005.
- Nazir, Moch, Metode Penelitian, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Nur Rianto, M., Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, Bandung:Alfabeta, 2012.
- Priyatno, Duwi, Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS, Jakarta: MediaKom, 2010
- Slameto, Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya, Jakarta: Rineka Cipta, 1987.
- Sofjan, Assauri, Manajemen Pemasaran, Jakarta:Rajawali Pers, 2007
- Sugiono, Materi Pengumpulan Data, Jakarta: Erlangga, 2007.
- Sunyoto, Danang ,Analisis Regresi dan Uji Hipotesis, Yogyakarta:CAPS, 2011.
- Supranto, J, M.A, Metode Ramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis, Jakarta:PT. Rineka Cipta, 2000.
- Suryabrata, Sumadi, Psikologi Kepribadian, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 1988.
- Sutisna,Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran., Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, 2002
- Tika, Pabundu, Metode Riset Bisnis, Jakarta: PT Bumi Aksara , 2006.
- Tjiptono, Fandy, *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta:ANDI, 2011.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta : ANDI, 2012.
- Sujarweni ,V. Wiratna, SPSS Untuk Penelitian , Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015.
- W.J.S , Poerdaminta., Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 2006, Edisi III.

Jurnal

- Adi Krismanto, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura)”, http://www.researchgate.net/publication/279479126_Analisis_Faktor-Faktor_yang_Mempengaruhi_Loyalitas_Nasabah_Studi_Kasus_Pada_PT_Bank_Rakyat_Indonesia_Cabang_Semarang_Pattimura, (diakses, 7 September 2019, Pukul 23.47 WIB).
- Brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=penghargaan. (diakses, 1 November 2019, Pukul 10.15 WIB).

- Infobanknews.com/ini-dia-bank-bank-dengan-nasabah-paling-loyal/ (diakses, 13 November 2019, Pukul 17.23 WIB).
- Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Abdul H.R & Dita Ratnasari , Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah, (Surakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AAS Surakarta , 2018) hlm 4. <http://www.jurnal.stie.aas.ac.id/index.php/jei/article/view/307> , diakses 22 Februari 2020.
- Karsono. *Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, (Jurnal Bisnis dan Ekonomi).
- Khanif Rahmanto, “Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang untuk Menabung di Bank Syariah”, Skripsi (Salatiga : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga 2016).
- Rachmat Hidayat, “Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri”, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan , Vol III, No.1, 2009.
- Statistik Perbankan Syariah, ojk.go.id/id/kanal/syariah/dat-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Default.aspx (diakses, 29 Oktober 2019, Pukul 21.47 WIB).
- Sumeks.co./bri-syariah-luncurkan-bris-pay-di-ib-vaganza-palembang/ (diakses, 13 November 2019, Pukul 17.50 WIB).
- Widhi Diyah Ariyanti, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya”, Artikel Ilmiah (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2015).

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : AYU SHANTIKA

Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 27 November 1998

Agama : Islam

No Telepon : 0813-6892-1324

Email/Instagram : Ayushantika2711@gmail.com
@ayushan2727

Alamat : OPI Raya, Perumahan Alex Nurdin,
Gg SUMSEL XIII, No. 1 Blok AO, RT
067/ RW 19, JAKABARING,
PALEMBANG, SUMATERA
SELATAN, 30257



Riwayat Pendidikan

1. TK Makrti Mukti Tama Rawajitu Timur
2. SD Negeri 01 Rawajitu Timur
3. SMP Negeri 01 Rawajitu Selatan
4. SMA Negeri 19 Palembang

Nama Orang tua

Ayah : Hilman Riadi

Ibu : Ayanti

Status dalam Keluarga: Anak Kedua (2) dari Lima Bersaudara

Nama Saudara

1. Della Shinta
2. Auliyah Hildayanti
3. Said Alvaro Fadhil Riadi
4. Arshilla Syauqiah

Riwayat Organisasi

1. OSIS SMP Negeri 01 Rawajitu Timur

2. OSIS SMA Negeri 19 Palembang
3. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (anggota) 2016-2018
4. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (Ketua Rayon) 2016-2018
5. Pemuda Pancasila 2017-2018
6. Anak Muda Indonesia 2017
7. Komunitas Mata Kita 2019
8. Komunitas Yang Muda Yang Bicara 2019

Lampiran

Pembimbing I



PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5

Telp. (0711), Fax (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

Lembaran Konsultasi Tugas Akhir

Nama : Ayu Shantika
 Nim : 1646100014
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : D3 Perbankan Syariah
 Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di BRI Syariah Palembang
 Pembimbing I : Rika Lidyah, SE., M.Si., Ak., CA

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Paraf
①	28/10/2019	Bab 1 → Latar Belakang - fenomena ? - Misi & visi	R.
②	12/11/2019	fenomena perbankan	R.
③	27/2/2020	ACC Bab 1 bab 2: penyebab korupsi	R.
④	4/9/2020	ACC Abstrak Ace Keseluruhan Siap Disubitikan	R.



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : AYU SHANTIKA
NIM : 1646100014
Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Kembali Nasabah Bank Bri Syariah Palembang
Dosen Pembimbing : Dr. RIKA LIDYAH S.E.

No	Tanggal	Topik	Catatan Pembimbing
1	2020-04-21 19:49:46	Revisi bab 2	1. lampirkan cover, daftar isi, daftar pustaka, lembar konsultasi dengan pembimbing 2 dan 1, SK bimbingan (bila belum memberikan secara langsung) 2. perbedaan penelitian selain variabel, dapat juga dilihat pada teori yang digunakan, alat statistik, objek penelitian (berbeda industrinya), pada penelitian ini (tabel 2.1) tidak dijelaskan secara detail apa perbedaan dengan penelitian sebelumnya, misal lokasi penelitian, dimana?? 3. dalam pengembangan hipotesis gunakan teori sebagai dasar dalam menghubungkan secara logis hubungan antar variabel, dan jadikan rujukan yang searah untuk penarikan hipotesis (jangan rujukan yang berlawanan arah dengan hipotesis yang diajukan) 4. beri halaman untuk tiap lembar ketikan
2	2020-05-08 19:30:13	Revisi bab 2 dan bab 3	1. ACC bab 2 2. sebelum itu mengkoreksi bab 3 lampirkan dulu kuisisioner nya
3	2020-08-12 21:18:40	Bab 3 beserta kuisisioner dan hasil kuisisioner	kuisisioner yang dibuat tidak sejalan dengan definisi operasional variabel, sebagai contoh di halaman 40 untuk variabel X1 kualitas produk ada 4 indikator, dalam kuisisioner tidak dapat dilihat dengan pasti pertanyaan untuk menggambarkan tiap-tiap indikator.. perbaiki kembali kuisisioner tersebut
4	2020-08-25 13:27:03	Bab 3 beserta revisi kuisisioner	acc bab 3 dan kuisisioner lanjutkan ke bab 4 dan 5
5	2020-08-31 16:08:36	BAB IV DAN BAB V	ACC bab 1-5 perkuat argumen yang berkaitan dengan pembahasan, jangan hanya membaca angka hasil olah data

2020/08/31

Pembimbing II



**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5
Telp. (0711), Fax (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

LEMBAR KONSULTASI

Nama : Ayu Shantika
Nim : 1646100014
Fakultas/Jurusan : FEBI/D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di BRI Syariah Palembang
Pembimbing II : Citra Pratiwi, SE.I., ME

No.	Hari/Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Paraf
1.	Kamis, 29/8 2019	Perbaikan BAB I 1. Perbaikan Sub Judul 2. Perbaikan Footnote 3. Tambahkan Footnote/ Sumber 4. Perbaikan Babasan Masalah 5. Perbaikan Sistematisasi Penulisan	<i>Citra</i>
2.	Kamis/ 4/9 2019	Perbaikan BAB I - Perbaikan footnote	<i>Citra</i>
3.	Kamis/ 3/10 2019	ACC BAB I, Perbaikan BAB II 1. Tambahkan Definisi Teori menurut Anas 2. Tambahkan Indikator Jari Setiap Variabel	<i>Citra</i>
4.	Senin/ 29/10 2019	ACC BAB II, LAMPIRAN BAB II	<i>Citra</i>



PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5
Telp. (0711), Fax (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

LEMBAR KONSULTASI

Nama : Ayu Shantika
Nim : 1646100014
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di BRI Syariah Palembang
Pembimbing II : Citra Pratiwi, SE.I.M ME

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Paraf
5	9/02 2020	Acc BAB II, Lanjut Penelitian	Citra



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Pkrt No. 1 KM. 3,5 Palembang, 30126
Telp. (0711)35276 website: www.radenfatah.ac.id



KARTU BIMBINGAN LAPORAN AKHIR DAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : AYU SHANTIKA
NIM : 1646100014
Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung
Kembali Nasabah Bank BRI Syariah Cabang Rivai Palembang
Dosen Pembimbing : CITRA PERTIWI S.E.I.

No	Tanggal	Topik	Catatan Pembimbing
1	2020-08-13 19:08:41	Bimbingan bab 4 dan bab 5	ACC bab IV dan BAB V, siap kan Abstrak
2	2020-08-26 21:50:27	Abstrak	ACC abstrak, ACC keseluruhan, siap di ujikan munaqosyah

2020/09/16

Palembang, 18 November 2019

No : S.B. 1537 –Palembang A. Rival/11-2019
Lamp : -
Hal : Konfirmasi Penelitian

Kepada Yth :
Universitas Islam Negeri (UIN)
Raden Fatah Palembang
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh,

Teriring salam dan do'a semoga kita senantiasa selalu dalam lindungan Allah SWT dan sukses dalam melaksanakan tugas sehari-hari, Amin.

Berdasarkan surat saudara Nomor B-2004/Un.09/V1.1/PP.009/8/2019, dengan ini kami memberikan izin kepada saudara untuk melakukan penelitian di BRISyariah KC Palembang A. Rival. Adapun nama mahasiswa yang mengajukan penelitian adalah sebagai berikut:

No.	Nama	Jurusan	Judul Penelitian
1	Ayu Shantika	D3 Perbankan Syariah	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di BRI Syariah Palembang

Demikian kami sampaikan. Terimakasih atas perhatian dan kerja sama yang baik.

Wassalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh,

PT. BANK BRISYARIAH, Tbk
Kantor Cabang Palembang A. Rival



Rizki Ristiawan
Perhimpin Cabang

PT Bank BRISyariah

Kantor Cabang Palembang A. Rival
Jl. Kapten A. Rival Komplek Ruko Taman Mandiri
Blok A No. 1-2 Palembang 30129
www.brisyariah.co.id

T +62711 359927
F +62711 321616

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BRI
SYARIAH PALEMBANG

PETUNJUK PENGISIAN:

Berikan tanda (√) pada alternatif jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i paling sesuai.

IDENTITAS RESPONDEN

1. No.* : (*diisi petugas)
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Umur : < 20 Tahun 40 – 49 Tahun
 20 – 29 Tahun > 50 Tahun
 30 – 39 Tahun
4. Intensitas Menabung : < 1 bulan sekali
 1 bulan sekali
 2 bulan sekali
 > 3 bulan sekali
5. Pekerjaan : Pelajar/ Mahasiswa Pegawai Swasta
 PNS/TNI/POLRI Wiraswasta
 BUMN Lainnya

Daftar Pertanyaan

Berilah tanda ceklis (√) pada pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung yang anda rasakan. Keterangan untuk skala dalam kuesioner, yaitu:

Sangat Setuju (SS) skor 5

Setuju (S) skor 4

Netral (N) skor 3

Tidak Setuju (TS) skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1

No	Pernyataan/Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Variabel Independen Kualitas Produk Tabungan (X₁)						
1	Produk tabungan di BRI Syariah tidak menerapkan sistem bunga atau riba					
2	Produk tabungan di BRI Syariah Cabang Rivai lebih adil dan barokah					
3	Produk dan akad yang ditawarkan jelas dan nyata sesuai dengan syariah.					
4	Keuntungan dan kerugian dibagi rata antara dua pihak					
Variabel Independen Kualitas Pelayanan (X₂)						
5	BRI Syariah Cabang Rivai mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsip Islam					
6	BRI Syariah Cabang Rivai menyimpan dokumen dengan aman dan tanpa kesalahan					
7	Petugas BRI Syariah Cabang Rivai memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat.					

8	Karyawan Bank berpenampilan rapi dan bersih					
9	Petugas BRI Syariah Cabang Rivai meminta maaf atas setiap komplain dan ketidaknyamanan yang diajukan oleh nasabah.					
10	Petugas BRI Syariah Cabang Rivai mengucapkan terima kasih dan salam di akhir pelayanan.					
Variabel Dependen Minat (Y)						
11	Saya menjadi nasabah di BRI Syariah karena prosedur menjadi nasabah sangatlah mudah					
12	Karyawan memberikan informasi mengenai produk tabungan dengan baik sehingga saya percaya menabung di BRI Syariah Cabang Rivai .					
13	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat saya untuk menabung di BRI Syariah Cabang Rivai karena produk tabungannya dan pelayanan sesuai syariah.					
14	Karyawan memiliki pengetahuan yang luas terhadap produk-produk yang tersedia dan memberikan pelayanan terbaik sehingga menarik perhatian nasabah					
15	Saya tidak akan berpindah menjadi nasabah bank lainnya, apapun alasannya					

Terimakasih atas partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara(i) dalam pengisian kuesionernya diatas. Seluruh data dan jawaban anda akan dipergunakan dengan penuh tanggung jawab.

z	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
1	5	5	5	5	20	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	25
2	2	3	3	2	10	5	5	5	5	5	5	30	3	3	3	3	3	15
3	5	4	5	5	19	4	4	4	4	5	5	26	5	3	5	4	3	20
4	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	18	4	2	4	5	5	3	23	5	4	5	3	5	22
6	5	4	4	4	17	3	3	3	5	5	5	24	5	3	5	5	4	22
7	3	2	3	2	10	3	3	3	5	5	5	24	3	5	3	5	4	20
8	3	4	5	4	16	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	5	25
10	5	5	3	3	16	3	2	4	5	5	3	22	4	4	4	4	3	19
11	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	3	4	22
12	5	5	3	3	16	4	2	4	5	5	4	24	4	4	4	4	4	20
13	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	4	5	24
14	4	4	4	4	16	5	5	5	4	4	4	27	5	5	5	5	5	25

15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
16	3	4	3	2	12	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	20
18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	4	23
19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	4	4	22
20	5	5	5	4	19	3	5	5	5	5	5	28	4	4	4	3	5	20
21	3	3	2	2	10	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	5	20	5	2	3	5	4	5	24	5	5	5	5	4	24
23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	4	29	4	4	4	4	5	21
24	5	5	5	5	20	5	5	5	3	3	5	26	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	3	5	28	5	5	4	4	4	22
26	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29	5	4	5	5	4	23
27	5	2	4	4	15	5	5	5	3	3	5	26	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	3	3	3	3	3	15
29	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	5	27	5	3	5	3	4	20
30	5	4	3	3	15	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	4	5	24

31	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	5	27	3	5	5	5	4	22
32	5	5	5	5	20	3	3	3	5	5	2	21	5	4	5	5	4	23
33	5	4	4	4	17	5	5		5	5	4	24	5	3	5	5	5	23
34	2	3	3	2	10	5	5	5	4	4	5	28	3	5	3	5	4	20
35	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	4	23
36	5	5	5	5	20	3	3	4	3	5	5	23	5	5	5	5	5	25
37	5	3	3	4	15	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	20
38	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	3	19
39	5	5	5	5	20	3	3	4	4	4	5	23	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
41	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	5	21
42	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	4	23
43	5	5	5	5	20	4	3	3	5	5	2	22	5	4	3	4	3	19
44	5	5	3	3	16	4	4	4	5	5	5	27	3	3	3	4	4	17
45	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	5	27	4	5	5	5	4	23
46	4	4	4	4	16	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	25

47	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	24
48	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	5	27	4	5	5	5	4	23
49	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	5	22
50	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	4	5	24
51	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	3	3	3	3	3	15
52	4	4	4	4	16	4	3	3	3	3	5	21	4	4	5	4	4	21
53	5	5	5	5	20	3	5	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	25
54	3	3	3	3	12	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
55	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	30	3	5	4	5	5	22
57	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	3	21
58	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	5	21
59	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
60	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
61	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
62	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	5	21

63	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	20
64	5	5	5	5	20	5	3	3	5	5	5	26	5	5	4	3	5	22
65	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	4	23
67	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	20
68	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	25
69	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	4	26	5	5	5	5	5	25
71	4	4	4	4	16	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	25
72	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	20
73	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	4	4	20
74	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29	4	4	4	5	4	21
75	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	5	27	4	5	5	5	4	23
76	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	3	20
77	4	4	4	4	16	4	3	3	3	3	5	21	4	3	4	4	2	17
78	5	5	5	5	20	3	5	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	25

79	3	3	3	5	14	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	4	23
80	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	5	21
82	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	5	22
83	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	24
84	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	4	23
85	5	5	5	5	20	5	5	5	2	3	5	25	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	5	20	5	5	5	5	3	3	26	5	5	5	5	5	25
87	5	5	5	5	20	5	5	5	2	3	5	25	4	4	4	4	4	20
88	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
89	5	5	5	5	20	5	3	3	5	5	5	26	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	20	5	5	5	3	5	5	28	5	4	4	5	5	23
92	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	2	27	4	4	4	4	4	20
93	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
94	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	4	5	24

95	5	5	4	5	19	4	5	4	4	2	5	24	3	4	5	5	4	21
96	5	5	4	5	19	3	4	4	4	4	4	23	4	5	4	4	3	20
97	4	4	4	5	17	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	4	4	23
98	5	4	4	5	18	4	5	4	5	5	5	28	4	5	5	4	4	22
99	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	5	29	5	4	4	3	3	19



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir C

Hal: Persetujuan Ujian Skripsi

Kepada Yth.,
 Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 UIN Raden Fatah
 Palembang

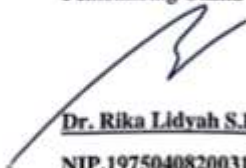
Skripsi berjudul : Pengaruh Kualias Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap
 Minat Menabung Kembali di BRI Syariah Paembang
 Ditulis oleh : Ayu Shantika
 NIM : 1646100014

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan
 Bisnis Islam untuk diujikan dalam ujian *Komprehensif* dan sidang *Munaqosyah* ujian skripsi.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Palembang, September 2020

Pembimbing Utama



Dr. Rika Lidyah S.E, M.SI., Ak, CA
 NIP.197504082003122001

Pembimbing Kedua



Citra Pertiwi S.E.I
 NIK. 1605060462