

**PENGARUH JAMINAN RASA AMAN, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG PADA
BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PALEMBANG**



OLEH:

**ANGGI PUTRI WULANDARI
NIM : 1516100005**

TUGAS AKHIR

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya**

(A.Md)

PALEMBANG

2018



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

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

Formulir E.4

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Anggi Putri Wulandari
Nim/Jurusan : 1516100005/D3 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri
Cabang Palembang

Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal 14 Mei 2018

PANITIA UJIAN TUGAS AKHIR

Tanggal	Pembimbing Utama	: Rika Lidyah, SE., M.Si., Ak., CA
	t.t	:
Tanggal	Pembimbing Kedua	: Hj. Siti Mardiyah, S. HL., M.Sh
	t.t	:
Tanggal	Penguji Utama	: Dinnul Alfian Akbar, S.E., M.Si.,
	t.t	:
Tanggal	Penguji Kedua	: Juwita Angraini, M.H.I
	t.t	:
Tanggal	Ketua	: Hj. Siti Mardiyah, S. HL., M.Sh
	t.t	:
Tanggal	Sekretaris	: Mila Gustahatati, S.Ag, M.Hum
	t.t	:



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

Alamat : Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri, KM 3,5 Telepon (0711) 353276, Palembang 30126

PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul : Pengaruh Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas

Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank

Syariah Mandiri Cabang Palembang

Ditulis Oleh : Anggi Putri Wulandari

NIM : 1516100005

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar diploma (A.md)

Palembang, 14 Mei 2018



Dr. Qodariah Barkah, M.H.I

NIP : 197011261997032002

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anggi Putri Wulandari
Nim : 1516100005
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Tugas Akhir ini berdasarkan Hasil Penelitian, Pemikiran dan Pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan Programming yang tercantum sebagai bagian dari tugas akhir ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, April 2018



Anggi Putri Wulandari

1516100005

MOTTO dan PERSEMBAHAN

MOTTO

*“Milikilah waktumu dengan baik selagi belum dialihkan oleh
Sang Pemilik yang sesungguhnya”*

-Anggi

PERSEMBAHAN KEPADA :

- ❖ **Mamah dan Ayah**
- ❖ **Dosen dan Staff Febi UIN RF**
- ❖ **Penyemangat mungilku Abror**
- ❖ **Orang-orang tersayangku di kosan**
- ❖ **Teman Sekelas DPS 1 dan Teman Angkatan 2015**
- ❖ **Kakak tingkat dan Teman Jajanku**
- ❖ **Almamaterku UIN Raden Fatah Palembang**

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, memberikan penulis kemudahan, kesehatan serta kemampuan sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang”** guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) di UIN Raden Fatah Palembang program studi D3 Perbankan Syariah.

Selama penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih sebesar-besarnya karena berkat bantuan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak untuk kelancaran penyusunan Tugas Akhir ini. Ucapan terimakasih penulis kepada:

1. Kedua Orang tua penulis, Mamah Iin dan Ayah Desi yang selalu memberikan doa dan dukungan
2. Bapak Prof. Drs. H. Muhammad Sirozi, Phd, selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang
3. Ibu Dr. Qodariah Barkah, M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang
4. Bapak Dinnul Alfian Akbar, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah
5. Ibu Rika Lidyah, SE., M.Si., Ak., CA selaku Dosen Pembimbing Utama yang sangat baik memberikan waktunya, pengarahan, nasihat juga koreksi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat waktu.
6. Ibu Hj. Siti Mardiyah, S.HI., M.Sh., selaku Dosen Pembimbing kedua, yang telah memberikan banyak arahan baik, juga koreksi sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan cepat dan tepat.

7. Seluruh Dosen dan Staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
8. Bapak Direktur BSM yang memberikan izin penelitian ini beserta karyawan yang ikut terlibat dalam membantu menyelesaikan penelitian ini.
9. Semua teman-teman D3 Perbankan Syariah yang telah berbagi pengalaman dan kontribusi motivasi dalam penelitian ini.

Semoga Allah SWT selalu melindungi kita semua dimanapun kita berada dan semoga kita senantiasa diberi nikmat sehat juga semoga Allah SWT merahmatkan kasih dan sayang-Nya untuk kita semua. Amin Allahumma Amin.

Penulis amat menyadari bahwa penelitian Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna namun penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak yang berkepentingan serta dapat membuahkan ilmu yang positif dan mendapatkan ridha Allah SWT. Saran dan kritik yang membangun amat sangat penulis harapkan untuk menjadikan laporan akhir ini lebih sempurna.

Palembang, April 2018

Penulis

Anggi Putri Wulandari

NIM : 1516100005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
MOTTO dan PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL dan GAMBAR	ix
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan	9
D. Kegunaan	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori	10
1. Minat	
a. Pengertian Minat	10
b. Karakteristik Minat	10
c. Perilaku Nasabah	11
d. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah	12
2. Jaminan Rasa Aman	
a. Definisi Jaminan Rasa Aman	12

b. Indikator Jaminan Rasa Aman	13
3. Lokasi	
a. Definisi Lokasi	14
b. Indikator Lokasi	16
4. Kualitas Pelayanan	
a. Definisi Kualitas Pelayanan	17
b. Indikator Kualitas Pelayanan	19
5. Minat Nasabah	
a. Definisi Minat Nasabah	21
b. Indikator Minat	24
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Berfikir	29
D. Pengembangan hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian	34
B. Desain Penelitian	34
C. Jenis dan Data Penelitian.....	34
D. Populasi dan Sampel Penelitian	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
G. Instrumen Penelitian.....	40
H. Teknik Analisis Data	41
I. Uji Hipotesis.....	45

J. Analisis Deskriptif.....	47
-----------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden	49
B. Deskripsi Tanggapan Responden	52
C. Uji Instrumen Penelitian	57
D. Teknik Analisis Data.....	61
E. Pembahasan Penelitian	71

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	76
B. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL dan GAMBAR

Tabel 1.1 Data Perkembangan Jumlah Nasabah Menabung di BSM	4
Tabel 1.2 <i>Research gap</i> Jaminan Rasa Aman (X1)	6
Tabel 1.3 <i>Research gap</i> Lokasi (X2)	7
Tabel 1.4 <i>Research Gap</i> Kualitas Pelayanan (X3)	8
Tabel 2.1 Rekapitulasi Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2.2 Rekapitulasi Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2.3 Rekapitulasi Penelitian Terdahulu	27
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.2 Dasar Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi	44
Tabel 3.3 Kategori Skala.....	48
Tabel 3.4 Garis Kontinum.....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Jaminan Rasa Aman	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Lokasi	53
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	54
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Minat Nasabah Menabung.....	55
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Keseluruhan Variabel	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Jaminan Rasa Aman.....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Lokasi.....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Minat Nasabah Menabung	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	62
Tabel 4.16 Hasil Uji Linieritas Jaminan Rasa Aman.....	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Linieritas Lokasi.....	63
Tabel 4.18 Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan	63
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.20 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	65
Tabel 4.21 Hasil Uji Autokorelasi	66

Tabel 4.22 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	67
Tabel 4.23 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	68
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh jaminan rasa aman, lokasi dan kualitas pelayanan di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang, dengan variabel bebas adalah jaminan rasa aman (X1), lokasi (X2), kualitas pelayanan (X3) dan variabel terikat adalah minat nasabah menabung (Y). Berdasarkan fenomena yang ada bahwa BSM cabang Palembang setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah nasabah.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan menggunakan metode kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer yang dibantu oleh program SPSS versi 16. Pengumpulan data diambil dari hasil penyebaran kuisioner kepada 180 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Accidental sampling* dan penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda.

Setelah diteliti, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jaminan rasa aman (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung, sedangkan variabel lokasi (X2) dan variabel kualitas pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri cabang Palembang.

Kata Kunci : Jaminan Rasa Aman, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Minat Nasabah Menabung

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of security assurance, location and service quality in Bank Syariah Mandiri branch of Palembang, with the independent variable is a guarantee of security (X1), location (X2), service quality (X3) and the dependent variable is interest in saving customers (Y). Based on the existing phenomenon that Bank Syariah Mandiri branch of Palembang every years there are increasing many customers.

This research includes field research that uses quantitative method. The type of data used in this study is primary data. The primary data assisted by the SPSS program version 16. Data collection was taken from the results of questionnaires spread to 180 respondents. The sampling technique used is the accidental sampling method and used multiple linier regression data analysis technique.

After the research, the results showed that the variable security assurance (X1) is partially does not affect the interest of customers save, while the variable location (X2) and variable service quality (X3) is partially positively and significantly affect the interest of customers saving in Bank Syariah Mandiri branch of Palembang.

Key words : Guarantee of security, Location, Service Quality, Interest in Saving Customers

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Minat diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati kepada sesuatu.¹ Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih apa yang akan dijalankannya. Pengaruh kondisi individual juga dapat mempengaruhi minat seseorang maka dapat dikatakan minat bersifat fluktuatif. Saat ini bank terus berupaya dalam menarik dan mempertahankan minat nasabah ataupun calon nasabah. Hal ini mengingat banyak faktor yaitu faktor eksternal seperti faktor budaya, dan faktor sosial, juga faktor internal seperti faktor pribadi dan faktor psikologi.

Pada dunia perbankan menabung membutuhkan minat calon nasabah agar berkeinginan menggunakan layanan jasa sebuah bank. Untuk dapat menimbulkan minat calon nasabah maka bank harus menciptakan ketertarikan baik secara langsung maupun tidak langsung dan mampu meyakinkan calon nasabah dengan pelayanan yang berkualitas. Ketersediaan fasilitas yang lengkap, pelayanan memuaskan, jaminan keamanan dan kemudahan calon nasabah dalam menjangkau lokasi keberadaan bank dapat mempengaruhi minat calon nasabah. Minat dapat dijadikan sebagai motivasi yang mampu mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan. Setiap minat yang dijalankan pastinya akan memuaskan suatu kebutuhan.

¹Poerwadarminta. W.J.S, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006)hal.769

Usaha menumbuhkan minat calon nasabah untuk terdorong menabung di bank, tentulah bank harus memiliki jaminan keamanan dana nasabah. Keamanan adalah salah satu faktor penting dalam menabung di bank. Bank memiliki sistem keamanan yang berlapis, baik yang bersifat fisik maupun nonfisik. Secara nonfisik dalam menjamin keamanan uang, bank bekerja sama dengan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Apabila dikemudian hari terjadi masalah pada bank, maka tabungan nasabah tetap utuh dan bisa dikembalikan karena jaminan LPS.

Lembaga Penjamin Simpanan ini sudah di atur oleh Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan yang telah ditetapkan pada tanggal 22 September Tahun 2004 bahwa setiap bank yang melakukan kegiatan usaha di wilayah Republik Indonesia wajib menjadi peserta penjaminan LPS, kecuali Badan Kredit Desa dan membayar premi sebagaimana diatur dalam Pasal 12 sampai dengan Pasal 15 UU. Serta memenuhi ketentuan yang diatur dalam Pasal 9 UU.²

Selain *security guarantees*/jaminan rasa aman, lokasi keberadaan bank juga akan mempengaruhi kelancaran dari nasabah untuk menjangkau bank tersebut. Sebagai contoh lokasi bank yang strategis berada di pusat kota, jalan raya dan pusat perbelanjaan. Penentuan lokasi bank menjadi perhatian dalam meningkatkan minat nasabah menabung. Bank yang terletak di lokasi strategis memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.³

Faktor lainnya yaitu kualitas pelayanan yang juga erat dengan minat dan keputusan nasabah dalam memilih bank yang tepat untuk bertransaksi secara

²Lembaga Penjamin Simpanan, diakses pada 9 April 2018 pukul 18.28, www.lps.go.id

³Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010)hal.145

aman dan nyaman. Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat dengan bank. Dalam jangka panjang, memungkinkan bank memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan nasabah. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan nilai simpanan nasabah di bank dengan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan.⁴

Kualitas pelayanan menjadi tolok ukur dalam upaya menarik minat calon nasabah untuk menabung di sebuah bank. Perkembangan pelayanan dalam bisnis jasa perbankan tumbuh dengan pesat, ditunjang dengan kemajuan teknologi yang semakin memudahkan kehidupan manusia. Tentunya bank tetap berkewajiban memperhatikan kualitas pelayanannya. Pengertian kualitas pelayanan itu sendiri adalah tingkat keunggulan yang diharapkan nasabah dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah, dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan bank yaitu harapan nasabah (*expectation*) dan kinerja yang dirasakan nasabah (*performance*).

Bank harus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan yang memberikan banyak kemudahan dan keuntungan untuk menciptakan kepuasan nasabahnya. Dengan tercapainya kepuasan nasabah pendapatan perusahaan akan mengalami peningkatan. Dalam jangka panjang perusahaan dapat terus berkembang sejalan dengan kepercayaan dari para nasabahnya. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jadi, jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan

⁴Tri Astuti, *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah, Skripsi*, (Jogjakarta: UNY, 2013)hal.5

merasa tidak puas, sebaliknya jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan merasa amat puas akan kinerja bank tersebut.

Persaingan kualitas bank yang semakin kompetitif, membuat bank berusaha memberikan pelayanan terbaik dan menawarkan berbagai produk yang dapat memberikan kemudahan kepada nasabah. Dalam melakukan aktivitas transaksi perbankan tentunya dengan tetap memperhatikan kehalalannya. Melalui perkembangan dunia perbankan, di Indonesia khususnya perbankan syariah akan terus bersaing dengan menunjukkan prestasi yang baik.

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah salah satu bank syariah di Indonesia yaitu Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah kedua yang berdiri di Indonesia sejak tahun 1999 sampai dengan saat ini. Tentulah Bank Syariah Mandiri memiliki aset yang tidak sedikit. Bank Syariah Mandiri akan terpacu untuk terus meningkatkan jumlah nasabah agar dapat unggul bersaing dengan bank lainnya, guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah. Studi kasus dalam penelitian ini berfokus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang yang berada di kota Palembang. Berikut merupakan tabel perkembangan jumlah nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang dalam lima tahun terakhir:

Tabel 1.1
Data Perkembangan Jumlah Nasabah Menabung di BSM KC Palembang

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase Peningkatan
1	2013	1.296	-
2	2014	1.392	7,40 %
3	2015	1.488	6.89 %
4	2016	1.632	9.67 %
5	2017	1.800	10.29 %

Sumber : Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang (2018)

Data tersebut menjelaskan bahwa setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah nasabah. Hal ini juga disampaikan melalui wawancara dengan salah satu karyawan predikat terbaik di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang, beliau menjelaskan bahwa setiap tahunnya mengalami peningkatan, terutama nasabah pensiun dan nasabah yang menabung haji baik dari usia muda sampai usia tua.⁵ Artinya terdapat peningkatan terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang.

Keberhasilan Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan tersebut bukan tanpa alasan, tidak hanya berdasarkan data namun juga dilihat dari pengetahuan karyawan bank yang mampu menyelesaikan pekerjaan dengan benar sesuai standar kerja yang telah ditetapkan, ramah kepada setiap pengunjung bank, dapat berperilaku sopan dan memiliki sifat jujur sehingga dapat menimbulkan rasa percaya nasabah. Bank juga harus menentukan penempatan lokasi yang strategis serta memperhatikan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada nasabah. Maka, semakin tinggi kepercayaan nasabah maka minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang juga akan mengalami peningkatan.

Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi jumlah nasabah menabung, yaitu jaminan rasa aman, lokasi bank serta kualitas pelayanan. Penentuan tiga faktor yang mempengaruhi minat menabung tersebut didasarkan pada berbagai fenomena yang ditemukan berikut:

⁵Muzzamil, Head Teller BSM Cabang Palembang, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang, 19 April 2018

Menurut Yuliati dan Ignatius, hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis 3 tidak diterima, karena t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-1.701 < 1,65694$) dengan probabilitas 0,091 lebih besar dari taraf signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan rasa aman belum mampu menarik minat menabung nasabah BMT Al Ikhwan Cabang Condong Catur.⁶

Sedangkan menurut Yohana dan Edwin, menyatakan hasil yang bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliati dan Ignatius. Penelitiannya menyatakan bahwa jaminan rasa aman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Artinya bahwa ketika nasabah merasa terdapat jaminan rasa aman yang semakin baik mempengaruhi minat menabung.⁷

Tabel 1.2

Research Gap Jaminan Rasa Aman Terhadap Minat Nasabah Menabung

Peneliti	Kesimpulan Penelitian
1. Yuliati dan Ignatius(2017)	Tidak terdapat pengaruh antara jaminan keamanan terhadap minat nasabah menabung.
2. Yohana dan Edwin (2014)	Terdapat pengaruh positif antara jaminan keamanan terhadap minat nasabah menabung.

Sumber : Yuliati dan Ignatius (2017), Yohana dan Edwin (2014)

Selanjutnya, *research gap* pengaruh lokasi terhadap minat nasabah menabung berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan oleh Mery Anggriani, diketahui bahwa lokasi tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat nasabah, artinya lokasi tidak mempengaruhi minat nasabah secara

⁶Yuliati dan Ignatius Soni Kurniawan, *Pengaruh Periklanan, Jaminan Rasa Aman, dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah BMT Al-Ikhwan, Jurnal*, (Manajemen, Vol 7, No.1, 2017)hal.11

⁷Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japarianto, *Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya, Jurnal* (Manajemen Pemasaran, Vol.2, No.1, 2014)hal.5

signifikan.⁸ Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra Ramadona Harahap, hasil penelitiannya menyatakan bahwa lokasi yang strategis dan mudah dijangkau sangat mempengaruhi minat nasabah. Artinya terdapat pengaruh positif antara lokasi terhadap minat nasabah menabung.⁹

Tabel 1.3
Research Gap Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menabung

Peneliti	Kesimpulan Penelitian
1. Mery Anggriani (2017)	Tidak terdapat pengaruh antara lokasi terhadap minat nasabah menabung.
2. Indra Ramadona Harahap (2017)	Terdapat pengaruh positif antara lokasi terhadap minat nasabah menabung.

Sumber : Mery Anggriani (2017), Indra Ramadona Harahap (2017)

Selanjutnya, berdasarkan penelitian oleh Heni Husni Muasyaroh menyimpulkan bahwa variabel layanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini berarti semakin baiknya kualitas layanan yang diberikan pihak PT. BNI Syariah belum tentu bisa membuat nasabah berminat menggunakan produknya.¹⁰ Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ali Mahmudi, bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah di BMT Tumang Cabang Salatiga. Hal ini mengindikasikan

⁸Mery Anggriani, *Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Palembang, Skripsi*, (Palembang: UIN Raden Fatah Palembang, 2017)hal.116

⁹Indra Ramadona Harahap, *Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggadaikan Emas di Pegadaian Cabang Lubuk Pakam, Jurnal*, (Manajemen Informatika dan Teknik Komputer, Vol.2 No.2 Oktober 2017)hal.4

¹⁰Heni Husni Muasyaroh, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan E-Banking PT. BNI Syariah Yogyakarta, Skripsi*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014)hal.85

bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan bank kepada nasabahnya, maka akan semakin meningkatkan minat menabung.¹¹

Tabel 1.4
***Research Gap* Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung**

Peneliti	Hasil Penelitian
1. Heni Husni Muasyaroh (2014)	Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung.
2. Ali Mahmudi (2015)	Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung

Sumber : Heni husni Muasyaroh (2014), Ali Mahmudi (2015)

Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini dapat diperkuat dengan adanya *research gap* yang diambil dari penelitian terdahulu. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang.**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh jaminan rasa aman terhadap minat nasabah menabung di BSM Cabang Palembang ?
2. Bagaimanakah pengaruh lokasi terhadap minat nasabah menabung di BSM Cabang Palembang ?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung di BSM Cabang Palembang ?

¹¹Ali Mahmudi, *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di BMT Tumang Cabang Salatiga*, Skripsi, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2015)hal.105

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh jaminan rasa aman terhadap minat nasabah menabung di BSM Cabang Palembang.
2. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat nasabah menabung di BSM Cabang Palembang.
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung di BSM Cabang Palembang.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang didapatkan dari penelitian yang telah penulis buat adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini peneliti memperoleh pengalaman sebelum terjun ke dunia kerja dan sebagai sarana menambah ilmu pengetahuan terkait perbankan syariah yang selama ini dipelajari secara teori.

2. Bagi Syariah Mandiri

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk pengembangan bank kedepan dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memantapkan strategi yang telah digunakan oleh bank dalam meningkatkan minat nasabah.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi bagi mahasiswa ataupun penelitian lebih lanjut yang dilakukan peneliti serupa.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEBANGAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Menurut Prof Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang.¹² Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Terdapat tiga batasan minat yaitu pertama, suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seseorang ke arah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu/ kelompok. Ketiga, bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu.

b. Karakteristik Minat

Karakteristik dapat dikatakan sebagai suatu ciri khas yang melekat atau suatu sifat yang sudah tertanam di dalam diri seseorang, dibentuk melalui faktor-faktor tertentu. Ada beberapa macam karakteristik minat, antara lain:

- 1) Minat menimbulkan sikap positif terhadap suatu objek.

¹²Iskandarwasid dan Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosda, 2011)hal.113

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

c. Perilaku Nasabah

Irviana, dkk (2008) menjelaskan bahwa perilaku nasabah adalah perilaku-perilaku yang ditunjukkan oleh nasabah yang meliputi proses perencanaan, tindakan dan pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa layanan bank dan evaluasi paska menggunakan layanan bank.¹³ Berdasarkan pada pendapat ini, perilaku nasabah dinilai sebagai aktivitas yang menyeluruh karena menyangkut proses perencanaan sampai dengan evaluasi setelah keputusan menggunakan jasa layanan bank dilakukan. Bahkan hasil evaluasi perilaku setelah memutuskan menggunakan jasa layanan bank juga masih termasuk dalam lingkup perilaku nasabah.

Mayasari, dkk (2011) menjelaskan bahwa dalam pengambilan keputusan, maka seorang nasabah melalui serangkaian proses yang diawali *input*. *Input* ini adalah semua stimulus atau rangsangan sehingga nasabah melakukan tindakan tertentu. Stimulus ini bersifat eksternal, artinya bahwa semua rangsangan berasal dari luar diri nasabah, misalnya daya tarik produk-produk bank maupun daya tarik fasilitas bank yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan tertentu.

¹³Yohana dan Edwin, *Op.Cit*, hal.3

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah¹⁴

- 1) Faktor *Marketing mix*, seperti produk, harga distribusi, promosi.
- 2) Faktor Budaya, seperti budaya dan kelas sosial.
- 3) Faktor Sosial, seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
- 4) Faktor Pribadi, seperti usia dan tahap siklus hidup, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
- 5) Faktor Psikologis, seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

2. Jaminan Rasa Aman

a. Definisi Jaminan Rasa Aman

Jaminan/*Assurance* menurut Parasuraman dalam Tjiptono dan Chandra (2005) menyatakan bahwa karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman kepada pelanggan. Jadi, dengan adanya kepercayaan yang diberikan tentulah pelanggan akan merasa puas dengan layanan yang diberikan.¹⁵

Kebutuhan rasa aman merupakan kebutuhan tingkat kedua setelah kebutuhan dasar. Ini merupakan kebutuhan perlindungan keamanan bagi fisik manusia. Seperti manusia membutuhkan perlindungan dari gangguan kriminalitas, sehingga ia bisa tetap hidup dengan rasa aman dan nyaman ketika berada di rumah maupun ketika

¹⁴Roni Andespa, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah, Jurnal*, (Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol. 2, No.2, Januari-Juni, 2017)hal.45

¹⁵Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Yogyakarta: ANDI, 2005)

berpergian. Keamanan secara fisik akan menyebabkan diperolehnya rasa aman secara psikis, karena konsumen tidak akan merasa was-was dan khawatir serta terancam jiwanya di manapun dan kapanpun dia berada.¹⁶

Dalam lembaga keuangan, jaminan rasa aman di perlukan oleh nasabah yang menyimpan dananya di lembaga keuangan. Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) adalah suatu lembaga independen yang berfungsi menjamin simpanan nasabah perbankan di Indonesia (Undang-undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2004 tentang LPS). Namun saat ini belum ada lembaga penjamin simpanan bagi lembaga keuangan berbentuk koperasi seperti BMT.

Nasabah dalam menabung menghadapi ketidakpastian, baik itu ketidakpastian spekulatif maupun ketidakpastian murni yang selalu menimbulkan kerugian, ketidakpastian ini disebut dengan resiko.¹⁷ Aman berarti bebas dari ancaman, bahaya, terhindar dari rasa takut dan terlindungi. Sedangkan rasa aman merupakan kondisi dimana seseorang mengalami perasaan bebas dari risiko dan cedera fisik merasa tenang dan dalam kondisi yang aman.

b. Indikator Jaminan Rasa Aman

Menurut Parasuraman jaminan/*assurance*, dimensi pembentukan jaminan rasa aman adalah pengetahuan, ramah, sopan, dan sifat dapat

¹⁶Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran*, (Kudus: Nora,2008)hal.65

¹⁷Zainal Asikin, *Dasar-Dasar hukum Perburuhan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993)hal.77

dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keraguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan risiko.¹⁸

3. Lokasi

a. Definisi Lokasi

Menurut Kotler (1997) dalam penelitian Musnaini (2010), Lokasi adalah tempat penyampaian produk ke konsumen. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam penentuan lokasi bank adalah dekat dengan kawasan industri atau pabrik, dekat dengan perumahan, dekat dengan pasar, dekat dengan perumahan atau masyarakat.¹⁹

Damayanti Maysaroh menyatakan dalam penelitiannya bahwa faktor budaya, lokasi, promosi, psikologi, pribadi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.²⁰ Faktor lokasi juga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah, semakin strategis letak lokasi suatu bank maka semakin memberikan akses mudah bagi nasabah dalam bertransaksi. Dimana yang dikatakan dengan lokasi bank adalah tempat diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian kegiatan perbankan.²¹

¹⁸Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009)hal.51

¹⁹Musnaini, *Perilaku Nasabah Dalam Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Produk Bank Syariah, Jurnal*, (ISSN:2085-0972, Vol.2 No.1, Januari-Juni:25-35)

²⁰Damayanti Maysaroh, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah, Skripsi*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014)hal.95

²¹*Ibid*, hal.54

Lokasi menurut Lupiyoadi (2009), berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu :

- 1) Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan): apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.
- 2) Pemberi jasa mendatangi konsumen: dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- 3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung: berarti penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua pihak terlaksana dengan baik.²²

Kesimpulan secara sederhananya lokasi usaha diartikan sebagai tempat didirikannya bangunan yang mengakibatkan berjalannya suatu usaha di dalamnya dan pemilihan tempat lokasi tersebut berdasarkan perencanaan keputusan yang baik.

²²Pengertian Lokasi, diakses pada 27 Maret 2018 pukul 14:48, www.landasanteori.com

b. Indikator Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono, pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi, berada dekat dengan pemukiman dan berada di pusat keramaian atau lokasi kerja anda.
- 2) Visibilitas, misalnya bank mudah terlihat jelas dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas, misalnya banyak orang yang lalu-lalang.
- 4) Tempat parkir, tersedianya tempat parkir yang luas dan aman.
- 5) Ekspansi, tersedianya tempat yang luas untuk perluasan usaha.
- 6) Lingkungan, daerah di sekitar bank mendukung bank untuk senantiasa berkembang dan nyaman.²³

Lokasi sendiri sebenarnya juga menjadi titik penentu yang dapat mengakibatkan keputusan dari minat yang telah dipikirkan bagi calon nasabah. Lokasi juga memegang peranan yang penting dalam melakukan suatu usaha. Karena berkaitan dengan dekatnya lokasi usaha dengan pusat keramaian, mudah dijangkau, aman dan tersedianya tempat parkir yang luas, pada umumnya lebih disukai konsumen. Lokasi yang strategis membuat konsumen/calon nasabah lebih mudah dalam bertransaksi dengan nyaman, aman dan mudah dijangkau.

²³Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jawa Timur: Bayu Media Publishing, 2012)hal.147

4. Kualitas Pelayanan

a. Definisi Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas adalah seberapa jauh dan seberapa tepat suatu produk dapat memenuhi keinginan konsumen. Kualitas barang dan jasa adalah akibat dari dua kegiatan yang terpisah antara desain barang dan jasa serta sistem operasional yang membuat produk atau penyedia jasa tersebut.²⁴ Kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.²⁵

Sekarang ini pelanggan semakin pintar, mereka sangat kritis, sehingga para pelaku bisnis harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan. Sedikit saja penyimpangan, misalnya pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan, para pelanggan akan menilai jelek.²⁶ Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah yaitu pelayanan yang cepat dan efisien, sumber daya manusia yang profesional dan transparan, sikap dan perilaku karyawan yang ramah dan sopan, adanya jaminan keamanan dan nasabah.²⁷

Setiap bank selalu ingin dianggap yang terbaik dimata nasabahnya. Dan nasabah juga ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Oleh karena itu, *customer service*/karyawan harus membuat

²⁴Terry Hill, *Manajemen Operasi*, (Jakarta: ANDI, 2000)hal.119

²⁵Fandy Tjiptono, *Op.cit*, hal.74

²⁶Atep Adya Barata, *Dasar dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2003)hal.36

²⁷Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005)hal.15

nasabah betah berurusan dengan bank dengan cara-cara sebagai berikut:²⁸

- 1) Tersedianya karyawan yang baik
- 2) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga akhir
- 3) Mampu melayani secara cepat dan tepat
- 4) Mampu berkomunikasi
- 5) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- 6) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- 7) Berusaha memahami kebutuhan nasabah
- 8) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Keberhasilan suatu bank tercemin dari kemampuannya memberikan pelayanan yang baik, kemampuan dalam memberikan pelayanan yang baik ini akan menanamkan citra atau *image* baik di mata masyarakat. Berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak di tentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Layanan yang berkualitas adalah layanan yang secara ekonomis akan menguntungkan dan sedangkan secara prosedural mudah dan menyenangkan. Jika kualitas pelayanan yang dilakukan baik maka layanan yang diterima nasabah akan dipersepsikan dengan baik pula.

²⁸*Ibid*, hal.16

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Layanan yang berkualitas dapat diwujudkan melalui kinerja aspek-aspek *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Reliability* dan *Assurance* untuk membangun kepuasan nasabah. Ada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1) Tangible/berwujud

Jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat. Misalkan desain dan *layout* gedung bank syariah yang modern dan tertata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas jasa yang dapat digunakan oleh bank menjadi pertimbangan nasabah dalam menentukan kualitas jasa perbankan yang dinikmati.

2) Empathy/simpati

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganah. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen atas (*top management*) sampai dengan level terbawah (staf) harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Setiap karyawan terutama *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang tulus kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman dalam berinteraksi dengan perusahaan.

3) *Responsiveness*/cepat tanggap

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari konsumen harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan konsumen.

4) *Reliability*/kehandalan

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen.

5) *Assurance*/jaminan kepastian

Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Karyawan harus mampu menunjukkan kepada konsumen bahwasanya perusahaan mampu merealisasikan setiap janji yang telah ditawarkan kepada konsumen.

Apabila kelima elemen TERRA diatas diperhatikan, diharapkan akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan adalah fungsi dari *perceived performance* (kinerja) dan *expectation* (harapan).²⁹

²⁹M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabetha, 2010)hal.193

5. Minat Nasabah

a. Definisi Minat Nasabah

Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam penelitian Tri Astuti (2013), minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat juga sebagai keputusan pemakaian atau pembelian sebuah jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian menjadi suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang menentukan apa yang akan dibeli atau tidak akan dibeli dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.³⁰

Minat juga merupakan aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar pula minatnya.³¹

³⁰Tri Astuti, *Op.Ci*, hal.13

³¹Budi Gautama Siregar, *Pengaruh Promosi, Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsimpuan, Jurnal* (ISSN:2442-7004, Vol.2, No.2, Desember)hal.24

Crow dan Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.³²

Sedangkan pengertian nasabah bank dilihat dalam kamus karya tulis ilmiah menyatakan bahwa sebagai pihak yang menggunakan jasa bank.³³ Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian pihak bank dengan nasabah yang bersangkutan.³⁴

Secara umum pengertian minat adalah keinginan, kehendak dan kesukaaan seseorang. Sedangkan untuk mengetahui apakah bank dapat menarik minat seseorang terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, maka terlebih dahulu bank harus mengadakan penentuan pasar supaya apa yang diinginkan oleh nasabah sesuai dengan apa yang diberikan oleh bank. Diharapkan bank dapat menjadi lebih tahu atas apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga bank dapat menerapkan kepada produk mereka yang bergerak di bidang jasa, karena jasa harus menciptakan pelayanan penuh yang dapat

³²Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012)hal.121

³³Komaruddin dkk, *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006)hal.275

³⁴Ety Roehaety dan Ratih Trisnaty, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005)hal.229

memuaskan nasabah, sehingga dengan demikian nasabah memiliki minat yaitu kemauan ataupun keinginan untuk menjadi nasabah.³⁵

Minat nasabah menabung dalam hal ini di asumsikan sebagai minat beli. Minat beli menurut Engel dkk (2009) dalam Nih Luh Julianti (2014) berpendapat bahwa minat beli sebagai kekuatan pendorong atau sebagai motif yang bersifat instrinsik yang mampu mendorong seseorang untuk menaruh perhatian secara spontan, wajar, mudah, tanpa paksaan dan selektif pada satu produk untuk kemudian mengambil keputusan membeli.³⁶

Badudu dan Zain mengartikan menabung sebagai kegiatan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau di bank³⁷ atau menurut KKBI menabung adalah menyimpan uang (di celengan, pos, bank dan sebagainya).³⁸

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat nasabah menabung adalah keinginan yang datang dari individu ataupun kelompok secara murni tanpa adanya paksaan untuk melakukan penyimpanan atas uang mereka di bank atau sebagainya dengan tujuan tertentu.

³⁵Budi Gautama Siregar, *Op.cit*, hal.24-25

³⁶Nih Luh Julianti, *Pengaruh Suasana Toko/Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Padina, Jurnal* (Pendidikan Ekonomi, Vol.4, No.1, 2014)

³⁷Badudu JS dan Zain, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan)hal.139

³⁸Pengertian Menabung. diakses pada 18 April 2018 pukul 21.59, <http://kkbi.web.id/tabung.html>

b. Indikator Minat

Menurut Crow dan Crow dikutip dari Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, dan sebagai indikator minat yaitu :

- 1) Dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan.
- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- 3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.³⁹

³⁹Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004)hal.265

B. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung materi dalam penelitian, berikut ini akan dikemukakan beberapa hasil penelitian yang berhubungan dengan variabel yang akan diteliti dalam penelitian.

Tabel 2.1
Rekapitulasi Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
A	B	C	D	E	F
1.	Yohana dan Edwin (2014)	Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya	Dalam kesimpulan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jaminan rasa aman memiliki hubungan yang paling kuat terhadap minat menabung sebesar 0,480 dibandingkan dengan kepercayaan dan aksesibilitas.	Persamaan dari penelitian ini adalah membahas tentang jaminan rasa aman sebagai variabel bebas (X1) terhadap minat menabung sebagai variabel terikat (Y)	Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan <i>teknik purposive sampling</i> sedangkan penulis menggunakan <i>teknik insidental sampling</i> , dan variabel yang tidak dikembangkan oleh penulis adalah kepercayaan dan aksesibilitas
2.	Dita Pertiwi dan Haroni Doli H. Ritonga (2012)	Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat di Kota Kisaran	Variabel lokasi sangat mempengaruhi masyarakat di Kisaran untuk menabung di Bank Muamalat. Kedekatan lokasi Bank Muamalat dengan tempat kegiatan responden dan kemudahan pencapaian Bank.	Persamaan dari penelitian ini adalah membahas minat menabung. Kesamaan variabel yang diteliti dengan penulis adalah variabel bebas salah satunya yaitu lokasi sebagai (X2)	Variabel independen yang tidak diteliti oleh penulis adalah variabel keyakinan, perbedaan objek dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>teknik simple random sampling</i>

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Tabel 2.2
Rekapitulasi Hasil Penelitian Terdahulu

A	B	C	D	E	F
3.	Ika Muarifa (2015)	Pengaruh Tingkat Pendapatan Masyarakat dan Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Minat Menabung Nasabah BNI kab. Pati	Dari hasil regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y=38,793 + 1,119 X1 + 0,512 X2$. Dapat diketahui bahwa masing-masing variabel independen yaitu tingkat pendapatan masyarakat dan kualitas pelayanan karyawan terhadap variabel dependen yaitu minat menabung nasabah BNI kab. Pati	Persamaan dari penelitian ini dengan penulis adalah membahas variabel bebas kualitas pelayanan sebagai (X3) terhadap minat menabung	Terdapat perbedaan dari segi objek yaitu Objek peneliti terdahulu minat menabung nasabah BNI kab. Pati dan variabel independen yang tidak diteliti yaitu tingkat pendapatan masyarakat
4.	Yuliati dan Ignatius (2017)	Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jamina n Rasa Aman, dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah BMT Al-Ikhwan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis 3 tidak diterima, karena t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-1.701 < 1,65694$) dengan probabilitas 0,091 lebih besar dari taraf signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan rasa aman belum mampu menarik minat menabung nasabah BMT	Persamaan dari penelitian ini adalah kesamaan dalam membahas variabel jaminan rasa aman dan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu minat menabung	Penulis tidak meneliti variabel periklanan dan variabel hubungan masyarakat sebagai variabel bebas, peneliti terdahulu tidak menggunakan uji autokorelasi, perbedaan objek yaitu minat menabung nasabah BMT Al-Ikhwan

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Tabel 2.3
Rekapitulasi Hasil Penelitian Terdahulu

A	B	C	D	E	F
5	Tri Astuti (2013)	Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus BRI Cabang Sleman)	Berdasarkan hasil kesimpulan menunjukkan persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung nasabah di BRI Cabang Sleman. Hal ini dibuktikan dari t-hitung masing-masing variabel dan hasil uji F sebesar 26,374	Persamaannya adalah menggunakan analisis data regresi linier berganda yaitu sebanyak tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Terdapat kesamaan satu variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan variabel terikat yaitu minat menabung nasabah	Perbedaan penelitian adalah peneliti tidak menggunakan tingkat suku bunga dan promosi sebagai variabel bebas, perbedaan objek dan penelitian terdahulu tidak menggunakan uji asumsi klasik seperti uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas seperti yang penulis gunakan

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Tabel di atas menjelaskan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Yohana dan Edwin (2014), menemukan bukti bahwa berdasarkan hasil penilaian nasabah terhadap jaminan rasa aman layanan di Bank Danamon dengan nilai rata-rata sebesar 3,765. Nilai ini bisa dikatakan cukup tinggi karena nilai rata-rata di atas tiga (tiga adalah nilai tengah dari jawaban responden di kuisioner antara 1 sampai dengan 5).⁴⁰

Sedangkan menurut Dita Pertiwi dan Haroni Doli H. Ritonga (2012), dalam pengambilan minat untuk menabung, ada tiga faktor yang mempengaruhi yaitu faktor pelayanan, baik pelayanan sarana maupun pelayanan bertransaksi, faktor keyakinan serta faktor lokasi (jarak). Dilihat dari ketiga faktor yang diteliti

⁴⁰Yohana dan Edwin, *Op.Cit*, hal.5

mengenai pengaruh terhadap pengambilan minat menabung pada Bank Muamalat di Kota Kisaran faktor keyakinan dan sesuai syariah yang lebih dominan sebagai faktor pendorong masyarakat Kisaran menabung di Bank Muamalat dengan frekuensi pada keyakinan 51% dan sesuai syariah 51% dari total frekuensi yang ada.⁴¹

Sedangkan menurut Ika Muarifa (2015), dalam penelitiannya membahas bahwa hasil regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y=38,793 + 1,119 X_1 + 0,512 X_2$. Dapat diketahui bahwa masing-masing variabel independen yaitu Tingkat Pendapatan Masyarakat dan Kualitas Pelayanan Karyawan mempunyai pengaruh positif Terhadap variabel dependen yaitu Minat Menabung Nasabah BNI kabupaten Pati.⁴²

Sedangkan menurut Yuliati dan Ignatius Soni Kurniawan (2016), dalam penelitiannya membahas bahwa hasil penelitian mengungkapkan dari t-tabel nilai $(-1.701 < 1,65694)$ dengan probabilitas 0,091 lebih besar dari taraf signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan rasa aman belum mampu menarik minat menabung nasabah BMT Al-Ihwan Kantor Cabang Condong Catur. Indikator jaminan rasa aman dalam bertransaksi memiliki nilai rata-rata tertinggi (4,02). Keyakinan perusahaan dapat menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi; keyakinan perusahaan dapat menyimpan data dengan baik dan akurat; keyakinan bahwa perusahaan akan menjaga keamanan dana simpanan nasabah; dan staf bank dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada

⁴¹Dita Pertiwi dan Haroni Doli H. Ritonga, *Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat di Kota Kisaran, Jurnal*, (Ekonomi dan Keuangan, Vol.1, No.1, Desember, 2012)hal.8

⁴²Ika Muarifa, *Pengaruh Tingkat Pendapatan Masyarakat dan Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Minat Menabung Nasabah BNI Kab. Pati, Jurnal*, (Surakarta: UMS, 2015)hal.10

nasabah pada BMT Al-Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur belum dapat menciptakan minat menabung.⁴³

Sedangkan menurut Tri Astuti (2013), dalam penelitiannya membahas bahwa perhitungan hasil kesimpulan menunjukkan persepsi nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Cabang Sleman. Hal ini dibuktikan dari t-hitung masing-masing variabel dan hasil uji F sebesar 26,374 serta nilai koefisien determinasi (R^2) = 0,452.⁴⁴

C. Kerangka Berpikir

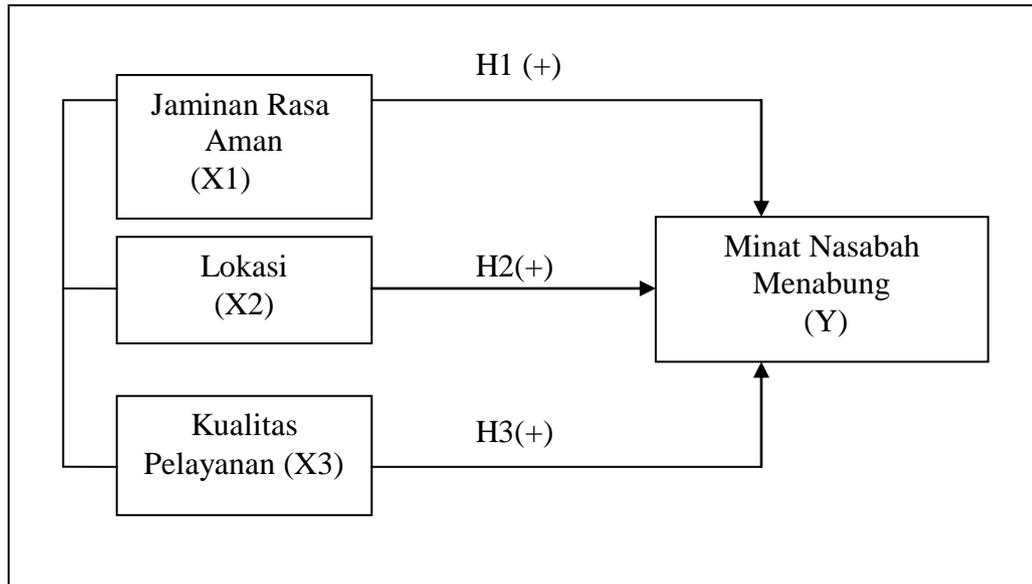
Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal/masalah yang penting.⁴⁵ Dalam penelitian ini dibuat suatu kerangka pikir yang dapat menjadi pedoman dalam penulisan yang pada akhirnya dapat diketahui variabel mana yang dominan untuk mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel terikat/*dependent variable* yaitu Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang dan variabel bebas/*independent variable* yaitu jaminan rasa aman, lokasi dan kualitas pelayanan. Adapun kerangka pemikiran yang dimaksud dapat digambarkan sebagai berikut:

⁴³Yuliati dan Ignatius, *Op.Cit*, hal.11

⁴⁴Tri Astuti, *Pengaruh Persepsi Nabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*, Skripsi, (Jogjakarta: UNY, 2013)hal.85

⁴⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016)hal.60

Gambar 2.1
Gambar Kerangka Pemikiran



Sumber : Dikembangkan dalam penelitian ini (2018)

D. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Jaminan Rasa Aman Terhadap Minat Nasabah Menabung

Minat nasabah dalam mempercayakan dananya untuk disimpan pada lembaga keuangan bukan hanya disebabkan iklan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Pengaruh jaminan rasa aman yang diberikan lembaga keuangan terhadap nasabah turut mempengaruhi minat nasabah menabung. Dengan adanya jaminan rasa aman, nasabah akan percaya bahwa dananya aman jika di simpan pada lembaga tersebut.⁴⁶

Penelitian terdahulu oleh Yohana dan Edwin (2014), menyatakan bahwa jaminan rasa aman secara parsial berpengaruh signifikan terhadap

⁴⁶Yuliati dan Ignatius, *Op.Cit*, hal.21

minat nasabah menabung.⁴⁷ Demikian juga penelitian terdahulu oleh Sisca Damayanti (2016), menyatakan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat, meningkatnya keamanan yang diberikan maka akan semakin meningkatkan minat nasabah dalam menabung.⁴⁸ Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu di atas, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel jaminan rasa aman terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menabung

Lokasi menurut Kotler (1997) dalam penelitian Musnaini (2010) lokasi merupakan tempat penyampaian produk kepada konsumen. Menurut Muhammad (2008) dalam penelitian Riries Mia Reshita (2015), lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual, konsumen semakin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal.⁴⁹ Lokasi yang berpengaruh positif terhadap minat menunjukkan bahwa lokasi memberikan kontribusi yang cukup terhadap minat menabung. Artinya, semakin luas area lokasi yang disediakan akan berpengaruh pada minat menabung. Begitupun sebaliknya, semakin

⁴⁷Yohana dan Edwin, *Op.Cit*, hal.5

⁴⁸Sisca Damayanti, *Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X, Jurnal*, (Manajemen dan Pemasaran Jasa, Vol.9, No.1, 2016)hal.28

⁴⁹Riries Mia Reshita, *Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank BNI di Sidoarjo, Jurnal*, (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2015)hal.4-5

sempit area lokasi yang tersedia tidak cukup memadai akan berpengaruh terhadap minat menabung.⁵⁰

Menurut penelitian terdahulu oleh Chusnul Chotimah (2014), menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap masyarakat memilih bank syariah dan lokasi yang strategis, mudah dijangkau sangat mempengaruhi minat nasabah.⁵¹ Demikian juga penelitian terdahulu oleh Muh Rizki (2015), menyatakan lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah bertransaksi. Kedekatan lokasi menjadi pemicu untuk bertransaksi dan sangat mempengaruhi minat nasabah dalam bertransaksi.⁵² Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu di atas, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel lokasi terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung

Menurut Lovelock dalam Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen.⁵³ A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml dan Leonard L. Berry mengembangkan model untuk

⁵⁰*Ibid*, hal.5

⁵¹Chusnul Chotimah, *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta, Jurnal*, (Surakarta: UMS, 2014)hal.9

⁵²Muh Rizky Adi Hirmawan, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah, Jurnal*, (Surakarta: UMS, 2015)hal.12

⁵³Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: ANDI, 2000)hal.58

mengukur kualitas pelayanan yang dinamakan SERVQUAL atau singkatan dari *service quality* ada lima elemen yang harus diperhatikan guna memberikan kepuasan terhadap konsumen, yaitu *tangible* atau berwujud, *empathy* atau empati, *responsiveness* atau daya tanggap, *reliability* atau keandalan dan *assurance* atau jaminan.⁵⁴ Jika kelima elemen tersebut diberikan kepada nasabah atau calon nasabah dan sesuai dengan harapan nasabah maka minat nasabah untuk menabung akan semakin tinggi.⁵⁵

Menurut penelitian terdahulu oleh Asih Fitri Cahyani, Saryadi dan Sendhang (2013), menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan minat menabung nasabah.⁵⁶ Demikian juga penelitian terdahulu oleh Riries (2015), menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah.⁵⁷ Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu di atas hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H3 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang.

⁵⁴Parasuraman, dkk, *Journal of Marketing, A Conceptual Model of Service Quality* (Vol.49, 1985)hal.44-48

⁵⁵Shofia Mauizotun Hasanah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Konsumen dan Periklanan Program Faedah (Fasilitas Serba Mudah) Tabungan BRI Syariah Terhadap Minat Menabung Nasabah, Skripsi*, (Yogyakarta:UIN Sunan Kalijaga, 2014)hal.86

⁵⁶<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/> (Diponegoro Journal Of Social and Politic, Tahun 2013) hal.1-8

⁵⁷Riries Mia Reshita, *Op.Cit*, hal.13

BAB III

METODE PENELITIAN

A. *Setting* Penelitian

Lokasi penelitian di lakukan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang. Jl. Demang Lebar Daun No 8, kel. Lorok Pakjo, kec. Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan. No Telp : (0711) 421919, 415986. BSM Call Center 14040 atau (021) 2953 4040. Website : www.syariahamandiri.co.id.

B. Desain Penelitian

Pada penelitian yang berjudul Pengaruh Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang ini menggunakan metode penelitian lapangan (*Field Research*). Yaitu penelitian yang langsung mendatangi tempat yang dijadikan objek penelitian.

C. Jenis dan Sumber Data Penelitian

1. Jenis Data Kuantitatif

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Metode kuantitatif adalah dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis

data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵⁸

2. Sumber Data Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁵⁹ Penelitian ini menggunakan sumber data primer atau data yang diperoleh secara langsung berupa jawaban kuisisioner dari responden atau calon nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁰ Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah calon nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang. Populasi ini bersifat *infinity* artinya yang jumlahnya tidak terbatas.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena

⁵⁸Sugiyono, *Op.Cit*, hal.8

⁵⁹Sugiyono, *Op.Cit*, hal.225

⁶⁰Sugiyono, *Op.Cit*,hal.80

keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁶¹ Karena sampel merupakan bagian dari populasi maka sampel yang diambil dari populasi harus *representatif/mewakili*. Dalam buku metode penelitian bisnis karapan Sugiyono, pedoman penentuan jumlah sampel sebaiknya antara 30 hingga 500 elemen.⁶² Penentuan jumlah sampel yang *representatif* menurut Hair *et.al* dalam Prawira (2010:46) adalah dikali 5 dari item indikator. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{jumlah item indikator} \times 5 \\ &= 36 \times 5 \\ &= 180.\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas di dapatkan untuk sampel minimum menggunakan 180 sampel responden.

Penelitian ini menggunakan teknik *sampling insidental*. *Insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁶³ Alasan diatas diambil karena sesuai dengan populasi minat calon nasabah yang jumlahnya tidak terbatas (*Infinity*).

⁶¹Sugiyono, *Op.Cit*, hal.81

⁶²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 1999)hal.73

⁶³Sugiyono, *Op.cit*, hal.85

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.⁶⁴

Dalam pengumpulan data yang dipakai oleh penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data seperti:

1. **Kuisisioner** yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam hal ini kuisisioner di berikan kepada calon nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang. Kuisisioner yang digunakan berdasarkan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang pentingnya menabung. Dan pengukuran dengan skala likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan jawaban sebagai berikut:⁶⁵

- SS (Sangat Setuju) = diberi nilai 5
- S (Setuju) = diberi nilai 4
- N (Netral) = diberi nilai 3
- TS (Tidak Setuju) = diberi nilai 2
- STS (Sangat Tidak Setuju) = diberi nilai 1.

⁶⁴Sugiyono, *Op.Cit*, hal.224

⁶⁵Sugiyono, *Op.Cit*, hal.93-94

F. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁶⁶ Variabel independen dalam penelitian ini adalah Jaminan Rasa Aman (X1), lokasi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3).

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁶⁷ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Nasabah Menabung (Y) di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang.

⁶⁶Sugiyono, *Op.cit*, hal.39

⁶⁷*Ibid*

3. Definisi Operasioanal Variabel Penelitian

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
Jaminan Rasa Aman (X1)	Jaminan Rasa Aman merupakan persepsi calon nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang tentang bagaimana cara karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan dengan pengetahuannya dan mampu menciptakan rasa aman dengan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan - Ramah - Sopan - Dapat dipercaya
Lokasi (X2)	Lokasi merupakan persepsi calon nasabah BSM Cabang Palembang tentang tempat dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Lokasi suatu bank akan mempengaruhi kelancaran dari usaha perbankan tersebut. Lokasi hendaknya memudahkan calon nasabah untuk menjangkau bank dan memberikan kemudahan untuk memarkirkan kendaraan	<ul style="list-style-type: none"> - Akses - Visibilitas - Lalu Lintas - Tempat Parkir - Ekspansi - Lingkungan
Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan merupakan elemen penting yang menjadi pertimbangan dan juga penilaian bagi calon nasabah BSM Cabang Palembang dalam melakukan pembelian suatu produk. Jika kualitas pelayanan yang dilakukan baik maka layanan yang diterima nasabah akan dipersepsikan dengan baik pula	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tangible</i> - <i>Empathy</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Reliability</i> - <i>Assurance</i>
Minat Nasabah Menabung (Y)	Minat menabung yaitu persepsi calon nasabah BSM Cabang Palembang yang mendorong orang untuk mengeluarkan sedikit uang dari penghasilan untuk di simpan sendiri ataupun di simpan di Bank. Menabung memerlukan minat calon nasabah untuk menggunakan jasa bank dengan strategi seperti menimbulkan ketertarikan dan perhatian calon nasabahnya	<ul style="list-style-type: none"> - Dorongan dari individu - Motif Sosial - Faktor Emosional

Sumber : Dikembangkan dalam penelitian ini (2018)

G. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuai instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.⁶⁸ Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya sesuatu kuisioner. Uji signifikan di lakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r kurang < r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian juga sebaliknya.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berhubungan dengan masalah kepercayaan. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi jika tes tersebut dapat memberikan hasil yang tetap. Maka pengertian reliabilitas tes, berhubungan dengan masalah ketetapan hasil tes. Atau seandainya hasilnya berubah-ubah, perubahan yang terjadi dapat dikatakan tidak berarti.⁶⁹

Uji reliabilitas instrumen dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. *Cronbach alpha* digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem atau menguji kekonsistenan

⁶⁸Suharsimi Arikunto, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2002)hal.33

⁶⁹Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012)hal.100

responden dalam merespon seluruh item. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *cronbach alpha* lebih besar 0,60. Ketidak konsistenan dapat terjadi mungkin karena perbedaan persepsi responden atau kurang pahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.⁷⁰

H. Teknik Analisis Data

1. Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.⁷¹

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual keliatan normal, maka untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, dilakukan perhitungan uji normalitas sebaran dengan uji *statistic* Kolmogorov Smirnov (K-S). Menurut Hadi data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$ sebaliknya jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka

⁷⁰Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005)hal.129

⁷¹Imam Ghozali, *Model Persamaan Structural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS ver. 5.0*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2008)hal.113

sebarannya dinyatakan tidak normal. Hipotesis yang dikemukakan adalah:

H_0 = Data residual berdistribusi normal ($Asymp.sig > 0,05$)

H_a = Data residual tidak berdistribusi normal ($Asymp.sig < 0,05$)

b) Uji Linieritas

Lineritas adalah untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang 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 signifikansi 0.05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi *linearity* kurang dari 0,05.⁷²

c) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilakukan sebagai berikut:

- (1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi empiris sangat tinggi tetapi tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- (2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi cukup tinggi (umumnya

⁷²Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: MediaKom, 2011)hal.71-73

di atas 0,90) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.

- (3) Dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (*VIF*). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 berarti tidak ada korelasi antar variabel bebas dan nilai *VIF* kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.⁷³

d) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana terdapat faktor yang memiliki varians variabel dalam model regres tidak sama (konstan) antara pengamatan satu dengan pengamatan yang lain. Ada beberapa uji statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu metode *glejser* dengan cara mengkorelasi nilai absolut residual dengan masing-masing variabel independen (X_1 , X_2 dan X_3).⁷⁴ Jika nilai signifikan hitung lebih besar dari $\alpha = 5\%$, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas. Tetapi jika nilai signifikan hitung kurang dari $\alpha = 5\%$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresinya terjadi heteroskedastisitas.⁷⁵

e) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika

⁷³*Ibid*, hal.105

⁷⁴Pengertian Uji Heteroskedastisitas, diakses 24 April 2018 pukul 7.39, <http://www.statistikian.com>

⁷⁵Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005)hal.175

terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang beruntun sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.⁷⁶ Uji autokorelasi dilakukan dengan metode *Durbin-Watson*. Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Dasar Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Kriteria	Keputusan
$d < d_l$ atau $d > 4-d_l$	Terdapat autokorelasi
$d_u < d < 4-d_u$	Tidak terdapat autokorelasi
$d_l < d < d_u$ atau $4-d_u < d < 4-d_l$	Tidak ada kesimpulan

Sumber : Dikembangkan dalam penelitian ini (2018)

2. Analisis Data Regresi Berganda

Alat Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi berganda/*multiple regression analysis*. Alasan dipilihnya model regresi berganda karena untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel

⁷⁶Imam Ghozali, *Ibid*, hal.93

dependen (Y). Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.⁷⁷ Berikut adalah model regresi linier berganda:

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

Keterangan simbol:

Y = Minat Nasabah Menabung a = Konstanta

X1 = Jaminan Rasa Aman b1-3 = Kemiringan

X2 = Lokasi

X3 = Kualitas Pelayanan

I. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji T ini digunakan untuk menguji apakah Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Mandiri Syariah Cabang Palembang. Caranya adalah dengan membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, namun jika sebaliknya maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H_0 = Secara parsial, Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang.

⁷⁷Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011)hal.60

Ha = Secara parsial, Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan dalam menjelaskan variasi variabel terikat (Minat Nasabah Menabung) amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.⁷⁸

⁷⁸*Ibid*, hal.34

J. Analisis Deskriptif

Penelitian ini juga melakukan analisis deskriptif. Sebagaimana yang diketahui bahwa analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁷⁹

Kemudian, berkaitan dengan analisis deskriptif tersebut alat yang digunakan pada penelitian ini adalah kuisioner yang penilaian jawaban respondennya menggunakan skala likert 1-5. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan.

Kemudian nilai-nilai dari hasil jawaban diproses dan diolah untuk digunakan sebagai alat ukur variabel yang diteliti dengan menggunakan perhitungan statistik disajikan dalam bentuk tabel dan dianalisis. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan perhitungan statistika deskriptif atas variabel independen dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan.

Untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor jawaban yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut:

⁷⁹ Sugiyono, *Op.Cit*, hal.147

Skor minimum adalah 1, skor maksimum adalah 5.

$$\text{Lebar skala} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:⁸⁰

Tabel 3.3
Kategori Skala

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Tidak Baik
1,81	2,60	Tidak Baik
2,61	3,40	Kurang Baik
3,41	4,20	Baik
4,21	5,00	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono, (2016)

Tabel 3.4
Garis Kontinum

Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Kurang Baik	Baik	Sangat Baik	
1,00	1,80	2,60	3,40	4,20	5,00

Sumber : Sugiyono, (2016)

⁸⁰Sugiyono, *Op.Cit*, hal.99

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang mengetahui Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang. Jumlah sampel yang digunakan adalah 180 responden/orang. Sedangkan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *Insidental Sampling*. Pada penelitian ini penulis tidak menyertakan nama dan instansi responden. Responden diperinci berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan dan pekerjaan. Tujuan di kelompokkan responden adalah untuk mengetahui karakteristik atau rincian profil responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini. Keseluruhan kuisisioner yang diberikan kepada responden diolah dengan bantuan aplikasi SPSS versi 16. Adapun karakteristik responden adalah sebagai berikut:

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	73	40,6%
Perempuan	107	59,4%
Total	180	100 %

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.1 di atas, menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki adalah sebesar 40,6% atau sebanyak 73 orang responden sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan adalah

sebesar 59,4% atau sebanyak 107 orang responden. Hal ini menunjukkan jumlah responden perempuan lebih banyak.

2. Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Presentase
20-25 tahun	49	27,2%
26-30 tahun	34	18,9%
31-35 tahun	24	13,3%
36-40 tahun	31	17,2%
41-50 tahun	42	23,3%
Total	180	100%

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.2 di atas, menunjukkan bahwa umur responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah antara 20-25 tahun yaitu sebanyak 49 orang responden atau sebesar 27,2%, kemudian yang berumur 41-50 tahun sebanyak 42 orang responden atau sebesar 23,3%.

3. Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMP	37	20,6%
SMA	60	33,3%
Diploma	16	8,9%
S1	56	31,1%
S2	11	6,1%
Total	180	100%

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.3 di atas, menunjukkan profil responden berdasarkan pendidikan yaitu mayoritas responden yang pendidikan

SMA sebanyak 60 Orang responden atau sebesar 33,3% dan responden yang pendidikan S1 sebanyak 56 orang responden atau sebanyak 31,1%.

4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Mahasiswa	31	17,2%
Ibu Rumah Tangga	40	22,2%
Wiraswasta	34	18,9%
PNS	13	7,2%
Lainnya	61	33,9%
Total	180	100%

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan keterangan tabel 4.4 di atas, profil responden menerangkan bahwa pekerjaan responden terbesar dalam penelitian ini adalah lainnya seperti petani, pegawai swasta, polri, guru dan buruh sebanyak 61 orang responden atau sebesar 33,9%, kemudian ibu rumah tangga sebanyak 40 orang responden atau sebesar 22,2%, Pekerja wiraswasta sebanyak 34 orang responden atau sebesar 18,9%, mahasiswa sebanyak 31 orang responden atau sebesar 17,2% dan kemudian jumlah yang terkecil pekerjaan responden adalah PNS yaitu sebanyak 13 orang responden atau sebesar 7,2% pada penelitian ini.

B. Deskripsi Tanggapan Responden

1. Deskripsi Variabel Jaminan Rasa Aman atau Variabel Independen

(X1)

Untuk melihat hasil jawaban responden terhadap indikator-indikator variabel Jaminan Rasa Aman (X1) dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Mengenai Jaminan Rasa Aman (X1)

Pernyataan	Jawaban					Total	Presentase				
	SS	S	N	TS	STS		SS	S	N	TS	STS
X1.1	32	129	19	0	0	180	17,8%	71,7%	10,6%	0%	0%
X1.2	38	127	15	0	0	180	21,1%	70,6%	8,3%	0%	0%
X1.3	48	100	32	0	0	180	26,7%	55,6%	17,8%	0%	0%
X1.4	52	96	32	0	0	180	28,9%	53,3%	17,8%	0%	0%
X1.5	53	114	13	0	0	180	29,4%	63,3%	7,2%	0%	0%
X1.6	66	106	8	0	0	180	36,7%	58,9%	4,4%	0%	0%
X1.7	60	91	26	3	0	180	33,3%	50,6%	14,4%	1,7%	0%
X1.8	61	108	11	0	0	180	33,9%	60,0%	6,1%	0%	0%

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, secara umum dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pernyataan paling banyak adalah jawaban setuju sebesar 71,7% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap adanya minat nasabah menabung karena Jaminan Rasa Aman (X1) yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang.

2. Deskripsi Variabel Lokasi atau Variabel Independen (X2)

Untuk melihat hasil jawaban responden terhadap indikator-indikator variabel Lokasi (X2) dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Lokasi (X2)

Pernyataan	Jawaban					Total	Presentase				
	SS	S	N	TS	STS		SS	S	N	TS	STS
X2.1	20	123	36	1	0	180	11,1%	68,3%	20,0%	6%	0%
X2.2	17	121	40	2	0	180	9,4%	67,2%	22,2%	1,1%	0%
X2.3	38	119	23	0	0	180	21,1%	66,1%	12,8%	0%	0%
X2.4	46	108	26	0	0	180	25,6%	60,0%	14,4%	0%	0%
X2.5	33	121	26	0	0	180	18,3%	67,2%	14,4%	0%	0%
X2.6	21	63	77	18	1	180	11,7%	35,0%	42,8%	10,0%	6%
X2.7	28	117	35	0	0	180	15,6%	65,0%	19,4%	0%	0%
X2.8	53	86	37	4	0	180	29,4%	47,8%	20,6%	2,2%	0%
X2.9	25	133	20	2	0	180	13,9%	73,9%	11,1%	1,1%	0%
X2.10	14	139	18	9	0	180	7,8%	77,2%	10,0%	5,0%	0%
X2.11	10	59	101	10	0	180	5,6%	32,8%	56,1%	5,6%	0%
X2.12	20	105	51	1	3	180	11,1%	58,3%	28,3%	6%	1,7%

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, secara umum dapat di lihat bahwa responden yang menjawab pernyataan paling banyak adalah jawaban setuju sebesar 77,2% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap adanya minat nasabah menabung karena Lokasi (X2) pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang.

3. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan atau Variabel Independen (X3)

Untuk melihat hasil jawaban responden terhadap indikator-indikator variabel Kualitas Pelayanan (X3) dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan (X3)

Pernyataan	Jawaban					Total	Presentase				
	SS	S	N	TS	STS		SS	S	N	TS	STS
X3.1	47	125	8	0	0	180	26,1%	69,4%	4,4%	0%	0%
X3.2	54	115	11	0	0	180	30,0%	63,9%	6,1%	0%	0%
X3.3	52	95	33	0	0	180	28,9%	52,8%	18,3%	0%	0%
X3.4	48	101	26	5	0	180	26,7%	56,1%	14,4%	2,8%	0%
X3.5	49	106	24	1	0	180	27,2%	58,9%	13,3%	6%	0%
X3.6	55	104	18	3	0	180	30,6%	57,8%	10,0%	1,7%	0%
X3.7	47	98	31	4	0	180	26,1%	54,4%	17,2%	2,2%	0%
X3.8	49	115	16	0	0	180	27,2%	63,9%	8,9%	0%	0%
X3.9	44	97	38	1	0	180	24,4%	53,9%	21,1%	6%	0%
X3.10	49	111	18	1	1	180	27,2%	61,7%	10,0%	6%	6%

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, secara umum dapat di lihat bahwa responden yang menjawab pernyataan paling banyak adalah jawaban setuju sebesar 69,4% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap adanya minat nasabah menabung karena Kualitas Pelayanan (X2) yang diberikan Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang.

4. Deskripsi Variabel Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang atau Variabel Dependen (Y)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel Minat Nasabah Menabung (Y) dapat di uraikan sebagai berikut:

**Tabel 4.8
Tanggapan Responden Mengenai Minat Nasabah Menabung (Y)**

Pernyataan	Jawaban					Total	Presentase				
	SS	S	N	TS	STS		SS	S	N	TS	STS
Y1	62	106	12	0	0	180	34,4%	58,9%	6,7%	0%	0%
Y2	58	119	3	0	0	180	32,2%	66,1%	1,7%	0%	0%
Y3	57	98	25	0	0	180	31,7%	54,4%	13,9%	0%	0%
Y4	45	115	14	6	0	180	25,0%	63,9%	7,8%	3,3%	0%
Y5	36	104	40	0	0	180	20,0%	57,8%	22,2%	0%	0%
Y6	39	100	33	8	0	180	21,7%	55,6%	18,3%	4,4%	0%

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, secara umum dapat di lihat bahwa responden yang menjawab pernyataan paling banyak adalah jawaban setuju sebesar 66,1% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap adanya minat nasabah menabung (Y) di Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang.

Berikut ini akan ditampilkan analisis deskriptif dari keseluruhan variabel dalam bentuk tabel dari hasil total jawaban responden per variabel dibagi dengan total responden per variabel maka hasil akhirnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Analisis Deskriptif Keseluruhan Variabel

Variabel	Rata-rata	Kategori
Jaminan Rasa Aman (X1)	4,172	Sangat Baik
Lokasi (X2)	3,874	Baik
Kualitas Pelayanan (X3)	4,132	Sangat Baik
Minat Nasabah Menabung (Y)	4,131	Sangat Baik

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas terlihat bahwa rata-rata Jaminan Rasa Aman secara keseluruhan adalah sebesar 4,172. Rata-rata tersebut termasuk ke dalam interval dengan kategori sangat baik. Pada rata-rata Lokasi secara keseluruhan adalah sebesar 3,874. Rata-rata tersebut termasuk ke dalam interval dengan kategori baik. Sedangkan rata-rata Kualitas Pelayanan secara keseluruhan adalah sebesar 4,132. Rata-rata tersebut termasuk ke dalam interval dengan kategori sangat baik. Kemudian rata-rata Minat Nasabah Menabung secara keseluruhan adalah sebesar 4,131. Rata-rata tersebut termasuk ke dalam interval dengan kategori Sangat baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung pada Bank Syariah Kantor Cabang Palembang secara keseluruhan dapat dikategorikan sangat baik jika dilihat dari jawaban responden.

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

a. Variabel Jaminan Rasa Aman (X1)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0,145. Berikut pengujian validitas pada variabel Jaminan Rasa Aman (X1). Hasil selengkapnya dapat di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Jaminan Rasa Aman (X1)

No	Keterangan	<i>Pearson Correlation</i> (r_{hitung})	$r_{tabel} (\alpha = 5\%)$	Hasil Validitas
1	X1.1	.320	0,145	Valid
2	X1.2	.512	0,145	Valid
3	X1.3	.679	0,145	Valid
4	X1.4	.655	0,145	Valid
5	X1.5	.653	0,145	Valid
6	X1.6	.279	0,145	Valid
7	X1.7	.487	0,145	Valid
8	X1.8	.571	0,145	Valid

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan data dari tabel 4.10 di atas, hasil pengolahan data variabel Jaminan Rasa Aman (X1) menggunakan bantuan program SPSS Versi 16 for windows, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r-tabel, artinya seluruh pernyataan tersebut valid. Seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

b. Variabel Lokasi (X2)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0,145. Berikut pengujian validitas pada variabel Lokasi (X2). Hasil selengkapnya dapat di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Lokasi (X2)

No	Keterangan	<i>Pearson Correlation</i> (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil Validitas
1	X2.1	.404	0,145	Valid
2	X2.2	.513	0,145	Valid
3	X2.3	.428	0,145	Valid
4	X2.4	.463	0,145	Valid
5	X2.5	.437	0,145	Valid
6	X2.6	.516	0,145	Valid
7	X2.7	.444	0,145	Valid
8	X2.8	.438	0,145	Valid
9	X2.9	.499	0,145	Valid
10	X2.10	.612	0,145	Valid
11	X2.11	.421	0,145	Valid
12	X2.12	.298	0,145	Valid

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan data dari tabel 4.11 di atas, hasil pengolahan data variabel Lokasi (X2) menggunakan bantuan program SPSS Versi 16 for windows, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r-tabel, artinya seluruh pernyataan tersebut valid. Seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

c. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0,145. Berikut pengujian validitas pada variabel Kualitas Pelayanan (X3). Hasil selengkapnya dapat di lihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3)

No	Keterangan	<i>Pearson Correlation</i> (r_{hitung})	$r_{tabel} (\alpha = 5\%)$	Hasil Validitas
1	X3.1	.472	0,145	Valid
2	X3.2	.523	0,145	Valid
3	X3.3	.668	0,145	Valid
4	X3.4	.673	0,145	Valid
5	X3.5	.646	0,145	Valid
6	X3.6	.420	0,145	Valid
7	X3.7	.523	0,145	Valid
8	X3.8	.519	0,145	Valid
9	X3.9	.363	0,145	Valid
10	X3.10	.362	0,145	Valid

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan data dari tabel 4.12 di atas, hasil pengolahan data variabel Kualitas Pelayanan (X3) menggunakan bantuan program SPSS Versi 16 for windows, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r-tabel, artinya seluruh pernyataan tersebut valid. Seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

d. Variabel Minat Nasabah Menabung (Y)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0,145. Berikut pengujian validitas pada variabel Minat Menabung Nasabah (Y). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Minat Nasabah menabung (Y)

No	Keterangan	<i>Pearson Correlation</i> (r_{hitung})	$r_{tabel} (\alpha = 5\%)$	Hasil Validitas
1	Y1	.536	0,145	Valid
2	Y2	.608	0,145	Valid
3	Y3	.781	0,145	Valid
4	Y4	.722	0,145	Valid
5	Y5	.632	0,145	Valid
6	Y6	.594	0,145	Valid

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan data dari tabel 4.13 di atas, hasil pengolahan data variabel Minat Nasabah Menabung (Y) menggunakan bantuan program SPSS Versi 16 for windows, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r-tabel, artinya seluruh pernyataan tersebut valid. Seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur yang menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan. Suatu kuisisioner reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten/stabil dari

waktu ke waktu. Program SPSS 16 memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbac'h Alpha*.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus alpha. Reabilitas kurang dari 0,60 adalah kurang baik/ tidak reliabel, sedangkan 0,70 dapat diterima dan di atas 0,80 adalah baik. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Batasan	Keterangan
Jaminan Rasa Aman	.621	0,60	Reliabel
Lokasi	.656	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	.696	0,60	Reliabel
Minat Nasabah Menabung	.723	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, hasil uji reliabilitas menunjukkan masing-masing nilai alpha variabel berada diatas 0,60. Karena nilai masing-masing variabel tersebut adalah reliabel maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian statistik.

D. Teknik Analisis Data

1. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal ataupun mendekati normal. Untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal

atau tidak dapat diketahui dengan melakukan uji normalitas sebaran dengan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang dihasilkan melalui perhitungan SPSS versi 16. Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogorov Smirnov

Uji Kolmogorov Smirnov	Unstandarize Residual
Nilai Kolmogorov Smirnov	.959
Sig.	.317

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, hasil output menunjukkan nilai Kolmogorov Smirnov Signifikan pada $0,317 > 0,05$ dengan demikian, data residual berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Dasar pengambilan keputusan uji linieritas di lihat jika nilai Signifikan *linearity* $< 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Linieritas Jaminan Rasa Aman Terhadap Minat Nasabah Menabung

	Sig.
Minat Nasabah Menabung*Jaminan Rasa Aman Linearity	.002
<i>Deviation from Linearity</i>	.720

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, hasil uji linieritas diketahui nilai Sig. *linearity* sebesar $0,002 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier dan regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan antara Jaminan Rasa Aman Terhadap Minat Nasabah Menabung.

Tabel 4.17
Hasil Uji Linieritas Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menabung

	Sig.
Minat Nasabah Menabung*Lokasi Linearity	.003
<i>Deviation from Linearity</i>	.009

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, hasil uji linearitas diketahui nilai Sig. *linearity* sebesar $0,003 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear dan regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan antara Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menabung.

Tabel 4.18
Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung

	Sig.
Minat Nasabah Menabung*Kualitas Pelayanan Linearity	.000
<i>Deviation from Linearity</i>	.185

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 4.18 di atas, hasil uji linieritas diketahui nilai Sig. *linearity* sebesar $0,00 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear dan regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung.

c. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF. Berdasarkan nilai *tolerance* yaitu apabila *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya apabila *tolerance* $< 0,10$. Sedangkan berdasarkan nilai VIF apabila $VIF < 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas dan begitu juga sebaliknya. Berikut hasil uji multikolinearitas yang terdapat pada masing-masing variabel seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 4.19
Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Tolerance</i>	VIF
.849	1.178
.982	1.018
.840	1.191

Sumber : Data primer diolah peneliti, (2018)

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, hasil dari variabel Jaminan Rasa Aman X1 *tolerance* sebesar $0,849 > 0,10$ dan hasil VIF sebesar $1.178 < 10,00$, maka kesimpulannya tidak terjadi multikolinearitas, hasil dari variabel Lokasi X2 *tolerance* sebesar $0,982 > 0,10$ dan hasil VIF sebesar $1.018 < 10,00$, maka kesimpulannya tidak terjadi multikolinearitas dan hasil dari variabel Kualitas

Pelayanan *tolerance* sebesar $0,840 > 0,10$ dan hasil VIF sebesar $1.191 < 10,00$, maka kesimpulannya tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas digunakan untuk melihat apakah di dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji glejser dengan nilai Sig. > 0.05 maka tidak ada masalah heterokedastisitas. Berikut adalah tabel hasil uji glejser:

Tabel 4.20
Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Hasil Uji Heterokedastisitas	Sig.
Jaminan Rasa Aman (X1)	.885	$>0,05$
Lokasi (X2)	.097	$>0,05$
Kualitas Pelayanan (X3)	.871	$>0,05$

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan hasil data dari tabel 4.20 di atas, untuk model regresi yaitu Pengaruh Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. $>$ dari 0,05.

e) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada

periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Berikut adalah tabel hasil uji autokorelasi:

Tabel 4.21
Hasil Uji Autokorelasi *Durbin-Watson*

Nilai Durbin-Watson	dl	du	4-dl	4-du
1.820	1.7224	1.7901	2.2776	2.2099

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan hasil data dari tabel 4.21 di atas, diperoleh nilai *Durbin Watson* sebesar 1.820, nilai dl adalah 1.7224 dan nilai du adalah 1.7901, nilai dl dan du diperoleh dari tabel *Durbin-Watson* dengan melihat jumlah variabel adalah $X = 3$, jumlah responden adalah $N = 180$. Artinya, karena nilai $du < d < 4-du$ atau $(1.7901 < 1.820 < 2.2099)$ maka artinya adalah tidak terdapat autokorelasi pada penelitian ini.

2. Analisis Data Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen atau variabel bebas yaitu variabel Jaminan Rasa Aman, variabel Lokasi dan variabel Kualitas Pelayanan sedangkan variabel dependen atau variabel terikat yaitu variabel Minat Nasabah Menabung. Oleh karena variabel bebas lebih dari 1 variabel maka penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Berikut adalah tabel hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 4.22
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
	B
<i>(Constant)</i>	6.234
Jaminan Rasa Aman (X1)	.082
Lokasi (X2)	.103
Kualitas Pelayanan (X3)	.266

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 4.22 diatas, diperoleh persamaan garis regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 6.234 + 0,082X1 + 0,103X2 + 0,266X3$$

Interpretasi persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Ketika variabel independen (Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan) nilainya 0 maka minat nasabah menabung sebesar 6.234
- b. Nilai koefisien regresi jaminan rasa aman sebesar 0,082 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap peningkatan jaminan rasa aman 1% akan meningkatkan minat nasabah menabung sebesar 0,082. Jika ada penurunan jaminan rasa aman akan menurunkan minat nasabah menabung.
- c. Nilai koefisien regresi lokasi sebesar 0,103 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap peningkatan lokasi 1% akan meningkatkan minat nasabah menabung sebesar 0,103 dengan catatan variabel lain dianggap tetap.
- d. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,266 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan 1% akan meningkatkan minat nasabah menabung sebesar 0,266 dengan catatan variabel lain dianggap tetap.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel bebas (Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan) berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Minat Nasabah Menabung). Besarnya angka t-tabel dapat dilihat pada tabel *statistic* pada signifikansi $0,05/2=0,025$ dengan $df = n - k - 1$. n adalah sebagai jumlah responden dan k adalah banyaknya variabel bebas, $df = 180 - 3 - 1$ jadi df adalah 176. Hasil diperoleh t tabel adalah sebesar 1,97353. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap Minat Nasabah Menabung. Berikut adalah tabel dari hasil pengolahan data regresi linier berganda menggunakan program SPSS versi 16:

Tabel 4.23
Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Variabel	T	Sig.
Jaminan Rasa Aman (X1)	1.161	.247
Lokasi (X2)	2.319	.022
Kualitas Pelayanan (X3)	4.873	.000

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan ringkasan tabel 4.23 di atas, diketahui hasil t-hitung untuk variabel Jaminan Rasa Aman (X1) adalah sebesar 1.161 dengan taraf signifikan sebesar 0,247 atau di atas 0,05, variabel Lokasi (X2) adalah sebesar 2.319 dengan taraf signifikan sebesar 0,022 atau di bawah 0,05 dan variabel Kualitas Pelayanan

(X3) adalah sebesar 4.873 dengan taraf signifikan sebesar 0,000 atau di bawah 0,05.

Dari hasil perhitungan tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Pengaruh Jaminan Rasa Aman Terhadap Minat Nasabah Menabung

Hasil uji signifikan parsial (uji t) diperoleh nilai t-hitung = 1.161 yang artinya $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ($1.161 < 1,97353$) dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar $0,247 >$ dari signifikan 0,05. Maka kesimpulannya, H_0 diterima dan H_a ditolak yaitu secara parsial Jaminan Rasa Aman tidak berpengaruh terhadap Minat Nasabah Menabung.

2) Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menabung

Hasil uji signifikan parsial (uji t) diperoleh nilai t-hitung = 2.319 yang artinya $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ($2.319 < 1,97353$) dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar $0,022 <$ dari signifikan 0,05. Maka kesimpulannya, H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara parsial Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung

Hasil uji signifikan parsial (uji t) diperoleh nilai t-hitung = 4.873 yang artinya $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($4.873 > 1,97353$) dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar $0,000 <$ dari signifikan 0,05. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan atau kecocokan antar variabel dari regresi linier berganda, dari koefisien determinasi ini dapat diketahui berapa besar kontribusi variabel independen (Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependen (Minat Nasabah Menabung). Berdasarkan pengolahan data menggunakan program SPSS versi 16 diperoleh hasil pengujian korelasi dan koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.24
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R Square	Adjusted R Square
1	.201	.187

Sumber : Data primer diolah peneliti (2018)

Berdasarkan tabel 4.24 di atas, terdapat hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa variabel independen (Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan) dapat mempengaruhi variabel dependen (Minat Nasabah Menabung) sebesar 18,7% sedangkan sisanya 81,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil tersebut memberikan makna bahwa masih banyak terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi Minat Nasabah yang dalam hal ini adalah Minat Nasabah Menabung.

E. Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Jaminan Rasa Aman Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang

Variabel jaminan rasa aman tidak berpengaruh secara parsial terhadap terhadap minat nasabah menabung yaitu nilai t-hitung = 1.161 yang artinya $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ($1.161 < 1,97353$) dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar $0,247 >$ dari signifikan $0,05$. Maka kesimpulannya, H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Nilai koefisien regresi variabel jaminan rasa aman (X_1) bernilai positif yaitu $0,082$. Hal ini dapat diartikan bahwa jaminan keamanan yang mendukung, maka akan semakin meningkatkan minat nasabah menabung.

Berdasarkan analisis deskriptif pada variabel Jaminan Rasa Aman diperoleh nilai $4,172$. Hal ini menandakan bahwa rata-rata jawaban dari 180 responden adalah sebesar $4,172$. Rata-rata tersebut termasuk dalam interval dengan kategori sangat baik. Hal ini artinya Jaminan Rasa Aman secara keseluruhan dapat dikategorikan sangat baik jika di lihat dari jawaban responden.

Selain itu hasil pengujian hipotesis yang didapatkan oleh penulis sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliati dan Ignatius (2017) yang berjudul Pengaruh Periklanan, Jaminan Rasa Aman dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah BMT Al-Ikhwan. Penelitian tersebut menyatakan bahwa secara parsial Jaminan Rasa Aman tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung.

Jaminan Rasa Aman yang tidak berpengaruh terhadap Minat Nasabah Menabung dikarenakan belum adanya ketertarikan yang mendalam. Namun jika di lihat berdasarkan hasil kuisioner sebesar 71,7% responden menganggap sudah adanya minat menabung karena jaminan rasa aman yang memadai dan ditunjang dengan jaminan LPS.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang

Variabel Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah menabung. Hasil uji signifikan parsial (uji t) diperoleh nilai t-hitung = 2.319 yang artinya $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ $2.319 < 1,97353$) dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar $0,022 <$ dari signifikan $0,05$. Maka kesimpulannya, H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Nilai koefisien regresi variabel lokasi (X_2) bernilai positif yaitu 0,103. Hal ini dapat diartikan lokasi bank yang strategis, maka akan semakin meningkatkan minat nasabah menabung.

Berdasarkan analisis deskriptif pada variabel Lokasi diperoleh nilai 3,874. Hal ini menandakan bahwa rata-rata jawaban dari 180 responden adalah sebesar 3,874. Rata-rata tersebut termasuk dalam interval dengan kategori baik. Hal ini artinya Lokasi secara keseluruhan dapat dikategorikan baik jika di lihat dari jawaban responden.

Selain itu hasil pengujian hipotesis yang didapatkan oleh penulis sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra Ramadona Harahap (2017) yang berjudul Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap

Minat Nasabah Menggadaikan Emas di Cabang Lubuk Pakam. Penelitian tersebut menyatakan bahwa secara parsial Lokasi berpengaruh positif terhadap Minat Menabung. Demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Muh Rizki (2015) yang berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah. Penelitian tersebut menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah dalam bertransaksi.

Lokasi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung menunjukkan bahwa lokasi dapat memberikan kontribusi yang cukup terhadap minat menabung. Berdasarkan hasil kuisioner sebesar 77,2% responden menyetujui bahwa lokasi Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang mudah untuk dijangkau, dekat dengan lalu lintas dan termasuk ramai oleh kendaraan umum. Sehingga memudahkan calon nasabah untuk mendatangi secara langsung lokasi bank. Dari hasil kuisioner, responden juga menganggap adanya minat menabung karena lokasi yang sudah strategis dengan tempat parkir yang bebas biaya luas dan aman, hal tersebut mampu membuat nasabah tertarik atau berminat untuk menabung.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang

Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah menabung. Hasil uji signifikan parsial (uji t) diperoleh nilai $t\text{-hitung} = 4.873$ yang artinya $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($4.873 > 1,97353$) dengan

tingkat probabilitas signifikansi sebesar $0,000 <$ dari signifikansi $0,05$. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima Menabung.

Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_3) bernilai positif yaitu $0,013$. Hal ini dapat diartikan semakin baik kualitas yang diberikan, maka akan semakin meningkatkan minat nasabah menabung.

Berdasarkan analisis deskriptif pada variabel Kualitas Pelayanan diperoleh nilai $4,132$. Hal ini menandakan bahwa rata-rata jawaban dari 180 responden adalah sebesar $4,132$. Rata-rata tersebut termasuk dalam interval dengan kategori sangat baik. Hal ini artinya Kualitas Pelayanan secara keseluruhan dapat dikategorikan sangat baik jika dilihat dari jawaban responden.

Selain itu hasil pengujian hipotesis yang didapatkan oleh penulis sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ali Mahmudi (2015) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di BMT Tumang Cabang Salatiga. Penelitian tersebut menyatakan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Riries (2015) yang berjudul Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank BNI di Sidoarjo. Penelitian tersebut menyatakan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah.

Kualitas Pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang, maka akan semakin meningkatkan minat menabung.

Berdasarkan hasil kuisisioner sebesar 69,4% responden menganggap adanya minat menabung karena kualitas pelayanan yang mampu memenuhi keinginan nasabah baik dari segi syariah maupun dari segi pelayanannya. Hal tersebut mampu membuat nasabah tertarik atau berminat untuk menabung.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai Pengaruh jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang yang penulis sajikan dalam bab IV, maka penulis menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel Jaminan Rasa Aman (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Nasabah Menabung (Y) di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang. Kemudian Jaminan Rasa Aman dapat dikategorikan sangat baik dengan nilai rata-rata jawaban 180 responden adalah sebesar 4,172.
2. Variabel Lokasi (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung (Y) di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang. Kemudian Lokasi dapat dikategorikan baik dengan nilai rata-rata jawaban 180 responden adalah sebesar 3,874.
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung (Y) di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang. Kemudian Kualitas Pelayanan dapat dikategorikan sangat baik dengan nilai rata-rata jawaban 180 responden adalah sebesar 4,132.

B. Saran

1. Bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang diharapkan dapat terus meningkatkan jaminan rasa aman serta kualitas pelayanan dengan terus aktif melakukan pendekatan seperti seminar atau sosialisasi kepada masyarakat guna menumbuhkan pengetahuan tentang keunggulan produk bank syariah. Mengingat bahwa hasil dari analisa deskriptif yang dilakukan oleh penulis memperoleh nilai yang termasuk dalam kategori sangat baik untuk masing-masing variabel yang diteliti. Nilai tertinggi dari jawaban responden yang berminat menabung paling banyak adalah dikarenakan Jaminan Rasa Aman yang sangat baik dan mendukung dengan nilai rata-rata sebesar 4,172 sedangkan nilai tertinggi kedua adalah kualitas pelayanan sebesar 4,132.
2. Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam melaksanakan penelitian ini. Oleh karena itu untuk penelitian lebih lanjut diharapkan bisa menggunakan variabel lainnya atau menambah jumlah variabel yang dimungkinkan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menabung. Hal ini dikarenakan pada nilai R^2 (koefisien determinasi) hanya sebesar 18,7% yang berarti masih ada 81,3% yang merupakan pengaruh dari variabel lainnya yang tidak menjadi variabel independen yang penulis teliti.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku :

- Adya, Atep Barata. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Asikin, Zainal. 1993. *Dasar-Dasar hukum Perburuhan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Djaali. 2012. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Firdaus, Muhammad. 2011. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ghozali, Imam. 2005. (a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2008. (b). *Model Persamaan Structural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS ver. 5.0*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Hill, Terry. 2000. *Manajemen Operasi*. Jakarta : ANDI.
- Iskandarwasid dan Dadang Sunendar. 2011. *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Bandung : Rosda.
- Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- JS, Badudu dan Zain. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Kasmir. 2005. (a). *Etika Customer Service*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- _____. 2010. (b). *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana.
- Komaruddin dkk. 2006. *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah*. Jakarta : Bumi Aksara.

- Nur, M. Rianto, 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta.
- Parasuraman, dkk. 1985. *A Conceptual Model of Service Quality* (Journal of Marketing, Vol.49)
- Priyatno, Duwi. 2011. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta : MediaKom.
- Rahman, Abdul Shaleh dan Muhib Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana
- Rahayu, Ekawati Ningsih. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Kudus : Nora
- Rianto, M. Nur. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta
- Rochayety, Ety dan Ratih Trisnaty. 2005. *Kamus Istilah Ekonomi*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Rochayety, Ety. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 1999. (a). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV. Alfabeta
- _____.2016. (b). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2002. (a). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2006. (b). *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur : Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta : ANDI.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- W.J.S, Poerwadarminta. 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.

Referensi Jurnal/Skripsi :

- Andespa, Roni. 2017. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*. (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol.2, No.2, Januari-Juni)
- Anggriani, Mery. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Palembang*. Palembang : Skripsi tidak diterbitkan.
- Astuti, Tri. 2013. *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*. Jogjakarta : Skripsi tidak diterbitkan.
- Chotimah, Chusnul. 2014. *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta* : Jurnal.
- Damayanti, Sisca. 2016. *Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X*. (Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, Vol.9, No.1).
- Husni, Heni Muasyaroh. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan E-Banking PT. BNI Syariah*. Yogyakarta : Skripsi tidak diterbitkan.
- Gautama, Budi Siregar. 2016. *Pengaruh Promosi, Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsimpunan*. (Jurnal ISSN : 2442-7004, Vol.2, No.2 Des).
- Luh, Nih Julianti. 2014. *Pengaruh suasana Toko/Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Padina*. (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol.4, No.1).
- Mahmudi, Ali. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di BMT Tumang Cabang Salatiga*. Salatiga : Skripsi tidak diterbitkan.
- Mauizotun, Shofia Hasanah. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengetahuan Konsumen dan Periklanan Program Faedah Tabungan BRI Syariah Terhadap Minat Menabung Nasabah*. Yogyakarta : Skripsi tidak diterbitkan.

- Maysaroh, Damayanti. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah*. Yogyakarta : Skripsi tidak diterbitkan.
- Mia, Riries Reshita. 2015. *Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank BNI*. Surabaya : Jurnal.
- Muarifa, Ika. 2015. *Pengaruh Tingkat Pendapatan Masyarakat dan Kualitas Pelayanan Laryawan Terhadap Minat Menabung Nasabah BNI Kab. Pati* : Skripsi tidak diterbitkan.
- Musnaini. *Perilaku Nasabah Dalam Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Produk Bank Syariah*. (Jurnal ISSN:2085-0972, Vol.2 No.1, Januari-Juni:25-35).
- Neysa, Yohana Setyawan dan Edwin Japarianto. 2014. *Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya*. (Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.2, No.1).
- Nurjannah, Leni. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Jaminan Rasa Aman terhadap Minat Menabung Pada BPD DIY Syariah*. Yogyakarta : Skripsi tidak diterbitkan.
- Pertiwi, Dita dan Haroni Doli H. Ritonga. 2012. *Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat di Kota Kisaran*. (Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol.1, No.1, Desember).
- Ramadona, Indra Harahap. 2017. *Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggadaikan Emas di Pegadaian Cabang Lubuk Pakam*. Lubuk Pakam : Jurnal.
- Rizky, Muh Adi Hirmawan. 2015. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah*. Surakarta : Jurnal.
- Yuliati dan Ignatius Soni Kurniawan. 2017. *Pengaruh Periklanan, Jaminan Rasa Aman, dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah BMT Al-Ikhwan*. (Jurnal Manajemen, Vol.7, No.1).

Referensi Internet :

www.landasanteori.com

www.lps.go.id

<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index/.php/>

<http://www.statistikian.com>

<http://kkbi.web.id/tabung.html>

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

A. Hasil Output dari Uji Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin :

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	73	40.6	40.6	40.6
	Perempuan	107	59.4	59.4	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur :

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25 Tahun	49	27.2	27.2	27.2
	26-30 Tahun	34	18.9	18.9	46.1
	31-35 Tahun	24	13.3	13.3	59.4
	36-40 Tahun	31	17.2	17.2	76.7
	41-50 Tahun	42	23.3	23.3	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan :

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	37	20.6	20.6	20.6
	SMA	60	33.3	33.3	53.9
	Diploma	16	8.9	8.9	62.8
	S1	56	31.1	31.1	93.9
	S2	11	6.1	6.1	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan :

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	31	17.2	17.2	17.2
	Ibu Rumah Tangga	40	22.2	22.2	39.4
	Wiraswasta	34	18.9	18.9	58.3
	PNS	13	7.2	7.2	65.6

Lainnya	61	33.9	33.9	99.4
54	1	.6	.6	100.0
Total	180	100.0	100.0	

B. Hasil Output dari Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Variabel Jaminan Rasa Aman (X1)

Correlations

	X1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	TotalX1
X1.1 Pearson Correlation	1	.207**	.189*	.024	-.054	-.004	.087	.007	.320**
Sig. (2-tailed)		.005	.011	.746	.471	.962	.244	.923	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x1.2 Pearson Correlation	.207**	1	.270**	.132	.335**	.144	.079	.123	.512**
Sig. (2-tailed)	.005		.000	.077	.000	.053	.291	.101	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x1.3 Pearson Correlation	.189*	.270**	1	.427**	.320**	.149*	.216**	.201**	.679**
Sig. (2-tailed)	.011	.000		.000	.000	.045	.004	.007	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x1.4 Pearson Correlation	.024	.132	.427**	1	.491**	.097	.102	.384**	.655**
Sig. (2-tailed)	.746	.077	.000		.000	.193	.175	.000	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x1.5 Pearson Correlation	-.054	.335**	.320**	.491**	1	.376**	.093	.224**	.653**
Sig. (2-tailed)	.471	.000	.000	.000		.000	.216	.003	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x1.6 Pearson Correlation	-.004	.144	.149*	.097	.376**	1	-.237**	-.143	.297**
Sig. (2-tailed)	.962	.053	.045	.193	.000		.001	.055	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x1.7 Pearson Correlation	.087	.079	.216**	.102	.093	-.237**	1	.518**	.487**
Sig. (2-tailed)	.244	.291	.004	.175	.216	.001		.000	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x1.8 Pearson Correlation	.007	.123	.201**	.384**	.224**	-.143	.518**	1	.571**
Sig. (2-tailed)	.923	.101	.007	.000	.003	.055	.000		.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180
Total X1 Pearson Correlation	.320**	.512**	.679**	.655**	.653**	.297**	.487**	.571**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

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

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

2. Variabel Lokasi (X2)

Correlations

	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	x2.9	x2.10	x2.11	x2.12	TotalX2
x2.1 Pearson Correlation	1	.522**	.244**	.103	.019	-.100	.083	.196**	.037	.129	.024	-.030	.404**
Sig. (2-tailed)		.000	.001	.167	.799	.182	.269	.008	.618	.083	.749	.693	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x2.2 Pearson Correlation	.522**	1	.296**	.118	.103	.170*	.128	.010	.057	.221**	.281**	-.156*	.513**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.114	.168	.022	.086	.895	.451	.003	.000	.036	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x2.3 Pearson Correlation	.244**	.296**	1	.295**	.255**	.030	.064	.100	.113	.134	.111	-.111	.428**
Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.001	.686	.394	.183	.129	.074	.137	.137	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x2.4 Pearson Correlation	.103	.118	.295**	1	.829**	.207**	-.008	-.071	.133	.195**	-.103	-.005	.463**
Sig. (2-tailed)	.167	.114	.000		.000	.005	.919	.346	.075	.009	.169	.952	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x2.5 Pearson Correlation	.019	.103	.255**	.829**	1	.204**	-.042	-.005	.100	.167*	-.061	-.016	.437**
Sig. (2-tailed)	.799	.168	.001	.000		.006	.572	.947	.181	.025	.414	.832	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x2.6 Pearson Correlation	-.100	.170*	.030	.207**	.204**	1	.202**	.121	.288**	.297**	.128	.084	.516**
Sig. (2-tailed)	.182	.022	.686	.005	.006		.007	.107	.000	.000	.086	.261	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x2.7 Pearson Correlation	.083	.128	.064	-.008	-.042	.202**	1	.247**	.267**	.255**	.263**	-.007	.444**
Sig. (2-tailed)	.269	.086	.394	.919	.572	.007		.001	.000	.001	.000	.923	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x2.8 Pearson Correlation	.196**	.010	.100	-.071	-.005	.121	.247**	1	.204**	.087	.122	.358**	.438**
Sig. (2-tailed)	.008	.895	.183	.346	.947	.107	.001		.006	.246	.103	.000	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x2.9 Pearson Correlation	.037	.057	.113	.133	.100	.288**	.267**	.204**	1	.486**	.042	-.015	.499**
Sig. (2-tailed)	.618	.451	.129	.075	.181	.000	.000	.006		.000	.576	.839	.000
N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180

x2.10	Pearson Correlation	.129	.221**	.134	.195**	.167*	.297**	.255**	.087	.486**	1	.178*	.171*	.612**
	Sig. (2-tailed)	.083	.003	.074	.009	.025	.000	.001	.246	.000		.017	.022	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x2.11	Pearson Correlation	.024	.281**	.111	-.103	-.061	.128	.263**	.122	.042	.178*	1	.291**	.421**
	Sig. (2-tailed)	.749	.000	.137	.169	.414	.086	.000	.103	.576	.017		.000	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x2.12	Pearson Correlation	-.030	-.156*	-.111	-.005	-.016	.084	-.007	.358**	-.015	.171*	.291**	1	.298**
	Sig. (2-tailed)	.693	.036	.137	.952	.832	.261	.923	.000	.839	.022	.000		.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
Total X2	Pearson Correlation	.404**	.513**	.428**	.463**	.437**	.516**	.444**	.438**	.499**	.612**	.421**	.298**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180

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

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

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Correlations

	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	x3.7	x3.8	x3.9	x3.10	TotalX3	
x3.1	Pearson Correlation	1	.390**	.352**	.203**	.120	.070	.231**	.112	.097	.057	.472**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.006	.110	.348	.002	.136	.195	.451	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x3.2	Pearson Correlation	.390**	1	.482**	.184*	.244**	.236**	.113	.055	.117	.028	.523**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.013	.001	.001	.131	.464	.117	.712	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x3.3	Pearson Correlation	.352**	.482**	1	.475**	.339**	.255**	.240**	.193**	.042	.079	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.001	.009	.572	.294	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x3.4	Pearson Correlation	.203**	.184*	.475**	1	.487**	.162*	.240**	.348**	.153*	.134	.673**
	Sig. (2-tailed)	.006	.013	.000		.000	.030	.001	.000	.040	.074	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x3.5	Pearson Correlation	.120	.244**	.339**	.487**	1	.365**	.180*	.405**	.119	.062	.646**
	Sig. (2-tailed)	.110	.001	.000	.000		.000	.016	.000	.112	.406	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180

x3.6	Pearson Correlation	.070	.236**	.255**	.162*	.365**	1	.019	-.054	.064	.020	.420**
	Sig. (2-tailed)	.348	.001	.001	.030	.000		.802	.474	.392	.795	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x3.7	Pearson Correlation	.231**	.113	.240**	.240**	.180*	.019	1	.478**	.020	.128	.523**
	Sig. (2-tailed)	.002	.131	.001	.001	.016	.802		.000	.787	.086	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x3.8	Pearson Correlation	.112	.055	.193**	.348**	.405**	-.054	.478**	1	.018	.153*	.519**
	Sig. (2-tailed)	.136	.464	.009	.000	.000	.474	.000		.813	.041	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x3.9	Pearson Correlation	.097	.117	.042	.153*	.119	.064	.020	.018	1	.178*	.363**
	Sig. (2-tailed)	.195	.117	.572	.040	.112	.392	.787	.813		.017	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
x3.10	Pearson Correlation	.057	.028	.079	.134	.062	.020	.128	.153*	.178*	1	.362**
	Sig. (2-tailed)	.451	.712	.294	.074	.406	.795	.086	.041	.017		.000
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
Total X3	Pearson Correlation	.472**	.523**	.668**	.673**	.646**	.420**	.523**	.519**	.363**	.362**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180

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

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

4. Variabel Minat Nasabah Menabung (Y)

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	TotalY
y1	Pearson Correlation	1	.421**	.400**	.225**	.150*	.035	.536**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.045	.639	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180
y2	Pearson Correlation	.421**	1	.417**	.338**	.176*	.193**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.018	.009	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180
y3	Pearson Correlation	.400**	.417**	1	.606**	.298**	.313**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180

y4	Pearson Correlation	.225**	.338**	.606**	1	.388**	.219**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.003	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180
y5	Pearson Correlation	.150*	.176*	.298**	.388**	1	.370**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.045	.018	.000	.000		.000	.000
	N	180	180	180	180	180	180	180
y6	Pearson Correlation	.035	.193**	.313**	.219**	.370**	1	.594**
	Sig. (2-tailed)	.639	.009	.000	.003	.000		.000
	N	180	180	180	180	180	180	180
Total Y	Pearson Correlation	.536**	.608**	.781**	.722**	.632**	.594**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	180	180	180	180	180	180	180

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

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

5. Uji Reliabiliti X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.625	.621	8

6. Uji Reliabiliti X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.655	.656	12

7. Uji Reliabiliti X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.693	.696	10

8. Uji Reliabiliti Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.716	.723	6

LAMPIRAN 2

A. Hasil Output dari Uji Normalitas Metode Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		180
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.21026186
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.959
Asymp. Sig. (2-tailed)		.317
a. Test distribution is Normal.		

B. Hasil Output dari Uji Linieritas

1. Variabel X1

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TotalY * TotalX1	Between Groups	(Combined)	112.647	13	8.665	1.466	.135
		Linearity	60.790	1	60.790	10.283	.002
		Deviation from Linearity	51.857	12	4.321	.731	.720
Within Groups			981.331	166	5.912		
Total			1093.978	179			

2. Variabel X2

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TotalY * TotalX2	Between Groups	(Combined)	238.013	18	13.223	2.487	.001
		Linearity	48.483	1	48.483	9.119	.003
		Deviation from Linearity	189.530	17	11.149	2.097	.009

Within Groups	855.964	161	5.317		
Total	1093.978	179			

3. Variabel X3

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TotalY * TotalX3	Between Groups	(Combined)	290.753	17	17.103	3.449	.000
		Linearity	185.312	1	185.312	37.375	.000
		Deviation from Linearity	105.441	16	6.590	1.329	.185
	Within Groups		803.225	162	4.958		
	Total		1093.978	179			

C. Hasil Output dari Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.234	3.108		2.006	.046		
	TotalX1	.082	.071	.085	1.161	.247	.849	1.178
	TotalX2	.103	.044	.158	2.319	.022	.982	1.018
	TotalX3	.266	.055	.358	4.873	.000	.840	1.191

a. Dependent Variable: TotalY

D. Hasil Output dari Uji Heterokedastisitas Metode Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.903	2.023		1.929	.055
	TotalX1	-.007	.046	-.012	-.145	.885
	TotalX2	-.048	.029	-.126	-1.671	.097
	TotalX3	.006	.036	.013	.162	.871

a. Dependent Variable: Abs_Res

E. Hasil Output dari Uji Autokorelasi Metode Durbin Watson

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.448 ^a	.201	.187	2.229	1.820

a. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1

b. Dependent Variable: TotalY

F. Hasil Output dari Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	
1	(Constant)	6.234	
	TotalX1	.082	.071
	TotalX2	.103	.044
	TotalX3	.266	.055

a. Dependent Variable: TotalY

G. Hasil Output dari Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.234	3.108		2.006	.046
	TotalX1	.082	.071	.085	1.161	.247
	TotalX2	.103	.044	.158	2.319	.022
	TotalX3	.266	.055	.358	4.873	.000

H. Hasil Output dari Uji Signifikan Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	219.517	3	73.172	14.727	.000 ^a
	Residual	874.461	176	4.969		
	Total	1093.978	179			

a. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1

b. Dependent Variable: TotalY

I. Hasil Output dari Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.448 ^a	.201	.187	2.229

a. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1

b. Dependent Variable: TotalY

LAMPIRAN 3

A. Hasil Output dari Uji Tanggapan Responden Variabel X1

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	19	10.6	10.6	10.6
	S	129	71.7	71.7	82.2
	SS	32	17.8	17.8	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	15	8.3	8.3	8.3
	S	127	70.6	70.6	78.9
	SS	38	21.1	21.1	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	32	17.8	17.8	17.8
	S	100	55.6	55.6	73.3
	SS	48	26.7	26.7	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	32	17.8	17.8	17.8
	S	96	53.3	53.3	71.1
	SS	52	28.9	28.9	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	13	7.2	7.2	7.2
	S	114	63.3	63.3	70.6
	SS	53	29.4	29.4	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	4.4	4.4	4.4
	S	106	58.9	58.9	63.3
	SS	66	36.7	36.7	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	1.7	1.7	1.7
	N	26	14.4	14.4	16.1
	S	91	50.6	50.6	66.7
	SS	60	33.3	33.3	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	11	6.1	6.1	6.1
	S	108	60.0	60.0	66.1
	SS	61	33.9	33.9	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

B. Hasil Output dari Uji Tanggapan Responden Variabel X2**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	.6	.6	.6
	N	36	20.0	20.0	20.6
	S	123	68.3	68.3	88.9
	SS	20	11.1	11.1	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1.1	1.1	1.1
	N	40	22.2	22.2	23.3
	S	121	67.2	67.2	90.6
	SS	17	9.4	9.4	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	23	12.8	12.8	12.8
	S	119	66.1	66.1	78.9
	SS	38	21.1	21.1	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	26	14.4	14.4	14.4
	S	108	60.0	60.0	74.4
	SS	46	25.6	25.6	100.0

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	26	14.4	14.4	14.4
	S	108	60.0	60.0	74.4
	SS	46	25.6	25.6	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	26	14.4	14.4	14.4
	S	121	67.2	67.2	81.7
	SS	33	18.3	18.3	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.6	.6	.6
	TS	18	10.0	10.0	10.6
	N	77	42.8	42.8	53.3
	S	63	35.0	35.0	88.3
	SS	21	11.7	11.7	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	35	19.4	19.4	19.4
	S	117	65.0	65.0	84.4
	SS	28	15.6	15.6	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	2.2	2.2	2.2
	N	37	20.6	20.6	22.8
	S	86	47.8	47.8	70.6
	SS	53	29.4	29.4	100.0

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	2.2	2.2	2.2
	N	37	20.6	20.6	22.8
	S	86	47.8	47.8	70.6
	SS	53	29.4	29.4	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1.1	1.1	1.1
	N	20	11.1	11.1	12.2
	S	133	73.9	73.9	86.1
	SS	25	13.9	13.9	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	5.0	5.0	5.0
	N	18	10.0	10.0	15.0
	S	139	77.2	77.2	92.2
	SS	14	7.8	7.8	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X2.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	5.6	5.6	5.6
	N	101	56.1	56.1	61.7
	S	59	32.8	32.8	94.4
	SS	10	5.6	5.6	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X2.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	1.7	1.7	1.7
	TS	1	.6	.6	2.2
	N	51	28.3	28.3	30.6

S	105	58.3	58.3	88.9
SS	20	11.1	11.1	100.0
Total	180	100.0	100.0	

C. Hasil Output dari Uji Tanggapan Responden Variabel X3

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	8	4.4	4.4	4.4
S	125	69.4	69.4	73.9
SS	47	26.1	26.1	100.0
Total	180	100.0	100.0	

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	11	6.1	6.1	6.1
S	115	63.9	63.9	70.0
SS	54	30.0	30.0	100.0
Total	180	100.0	100.0	

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	33	18.3	18.3	18.3
S	95	52.8	52.8	71.1
SS	52	28.9	28.9	100.0
Total	180	100.0	100.0	

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	5	2.8	2.8	2.8
N	26	14.4	14.4	17.2
S	101	56.1	56.1	73.3
SS	48	26.7	26.7	100.0
Total	180	100.0	100.0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	.6	.6	.6
	N	24	13.3	13.3	13.9
	S	106	58.9	58.9	72.8
	SS	49	27.2	27.2	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	1.7	1.7	1.7
	N	18	10.0	10.0	11.7
	S	104	57.8	57.8	69.4
	SS	55	30.6	30.6	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	2.2	2.2	2.2
	N	31	17.2	17.2	19.4
	S	98	54.4	54.4	73.9
	SS	47	26.1	26.1	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	16	8.9	8.9	8.9
	S	115	63.9	63.9	72.8
	SS	49	27.2	27.2	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X3.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	.6	.6	.6
	N	38	21.1	21.1	21.7
	S	97	53.9	53.9	75.6
	SS	44	24.4	24.4	100.0

X3.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	.6	.6	.6
	N	38	21.1	21.1	21.7
	S	97	53.9	53.9	75.6
	SS	44	24.4	24.4	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

X3.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.6	.6	.6
	TS	1	.6	.6	1.1
	N	18	10.0	10.0	11.1
	S	111	61.7	61.7	72.8
	SS	49	27.2	27.2	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

D. Hasil Output dari Uji Tanggapan Responden Variabel Y**Y1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	12	6.7	6.7	6.7
	S	106	58.9	58.9	65.6
	SS	62	34.4	34.4	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	3	1.7	1.7	1.7
	S	119	66.1	66.1	67.8
	SS	58	32.2	32.2	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	25	13.9	13.9	13.9
	S	98	54.4	54.4	68.3
	SS	57	31.7	31.7	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	3.3	3.3	3.3
	N	14	7.8	7.8	11.1
	S	115	63.9	63.9	75.0
	SS	45	25.0	25.0	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	40	22.2	22.2	22.2
	S	104	57.8	57.8	80.0
	SS	36	20.0	20.0	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	4.4	4.4	4.4
	N	33	18.3	18.3	22.8
	S	100	55.6	55.6	78.3
	SS	39	21.7	21.7	100.0
	Total	180	100.0	100.0	

KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH JAMINAN RASA AMAN, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG PALEMBANG

Bersama ini, saya meminta kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar kuisioer yang diberikan. Informasi yang Bapak/Ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu, saya ucapkan terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : 20-25 Tahun 31-35 Tahun
]41-50 Tahun
 26-30 Tahun 36-40 Tahun

Pendidikan : SMP Diploma (D1,D2,D3)
S-2
 SMA S-1

Jabatan :

PETUNJUK PENGISIAN

1. Beri tanda (√ atau X) untuk jawaban yang Anda pilih

2. Pilihan jawaban:

SS: Sangat Setuju N : Netral STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju TS: Tidak Setuju

A. Jaminan Rasa Aman (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya percaya pegawai BSM mampu menyelesaikan pekerjaan dengan benar dan tidak menyalahi aturan					
2.	Saya percaya pegawai BSM bekerja secara baik, cermat dan cepat sesuai dengan standar kerja					
3.	Pegawai BSM berperilaku dengan baik dan menyenangkan					
4.	Pegawai BSM selalu menyapa dengan ramah					
5.	Pegawai BSM menerapkan cara etika dengan baik					
6.	Pegawai selalu mengucapkan salam					
7.	Saya tidak merasa khawatir akan menabung di BSM karena dijamin dengan Lembaga Penjamin Simpanan					
8.	BSM sangat menjamin kerahasiaan setiap transaksi					

B. Lokasi (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Lokasi bank mudah dijangkau sarana transportasi					
2.	Akses menuju tempat lokasi mudah					
3.	Lokasi BSM mudah terlihat dari tepi jalan					
4.	BSM mudah dikenali dengan jelas dari tepi jalan					
5.	Posisi BSM dekat dengan lalu lintas					
6.	Arus lalu lintas menuju lokasi BSM lancar					

7.	BSM memiliki tempat parkir yang luas					
8.	Tempat parkir di BSM tidak dikenakan biaya					
9.	BSM mempunyai lahan yang cukup luas untuk perluasan bangunan dikemudian hari					
10.	Lahan di sekeliling bangunan BSM cocok untuk perluasan gedung					
11.	Lokasi bank tidak jauh dari tempat saya bekerja					
12.	Lokasi dekat dengan perumahan masyarakat					

C. Kualitas Pelayanan (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Fasilitas dan bangunan BSM Cabang Palembang sangat memadai					
2.	Ruang tunggu di dalam kantor BSM terasa nyaman					
3.	Pegawai mampu menanggapi keinginan nasabah dengan sangat baik					
4.	Pegawai memberikan perhatian secara individual kepada nasabahnya					
5.	Pegawai memberi pelayanan dengan cepat					
6.	Pegawai mampu memberi pelayanan dengan tepat					
7.	Pegawai dapat diandalkan dalam menangani permasalahan nasabah					
8.	Pegawai BSM sangat menguasai pekerjaannya					

	masing-masing					
9.	Kejujuran petugas administrasi					
10.	Pegawai memiliki keahlian teknis yang baik dan cepat saat menghadapi masalah teknis					

D. Minat Nasabah Menabung (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menyadari pentingnya menabung untuk investasi masa depan					
2.	Keinginan menabung untuk menyimpan sebagian dari hasil gaji					
3.	Minat menabung muncul dari orang-orang yang juga menabung di BSM					
4.	Saya minat menabung di BSM karena keluarga saya					
5.	Saya berminat karena sudah lama mengenal BSM					
6.	Saya berminat karena BSM sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah					



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

Alamat : Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri, KM 3,5 Telepon (0711) 353276, Palembang 30126

NOTA DINAS

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

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

PENGARUH JAMINAN RASA AMAN, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG DI BANK
SYARIAH MANDIRI CABANG PALEMBANG

Yang ditulis oleh :

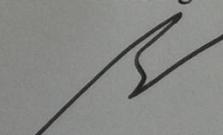
Nama : Anggi Putri Wulandari
NIM : 1516100005
Program : D3 Perbankan Syariah

Saya berpendapat bahwa Tugas Akhir tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk diujikan dalam sidang *munaqosyah* ujian Tugas Akhir.

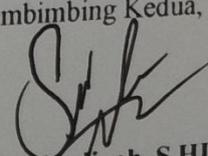
Wassalamu'alaikum wr. wb.

Palembang, April 2018

Pembimbing Utama,


Rika Lidyah, SE., M.Si, Ak., CA
NIP. 1975040820033122001

Pembimbing Kedua,


Hj. Siti Mardiyah, S.HI., M.Sh
NIP. 140601101302

Hal: **Mohon Izin Penjilidan Tugas Akhir**

Kepada Yth.
Ibu Wakil Dekan I
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : Anggi Putri Wulandari
Nim/Jurusan : 1516100005/D3 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Jaminan Rasa Aman, Lokasi dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri
Cabang Palembang

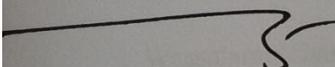
Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap tugas akhirnya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid tugas akhirnya agar dapat mengurus ijazahnya.

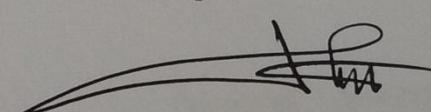
Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Palembang, **21** Mei 2018

Penguji Utama

Penguji Kedua


Dinnul Alfian Akbar, S.E., M.Si.
NIP.197803272003121003


Juwita Angraini, M.H.I
NIP.198405192011012006

Mengetahui
Wakil Dekan I


Dr. Maftukhatulosikhah, M.Ag
NIP.197509282006042001