

**PENGARUH PRODUK DEPOSITO *ISLAMIC BANKING*
HASANAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH
PADA PT BNI SYARIAH PALEMBANG**



Oleh :

Faradilla Putri Ramadhani

14180076

TUGAS AKHIR

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah
Palembang
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Perbankan Syariah (AMd)**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI D3 PERBANKAN SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
2017**



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

Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir E.4

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIII PERBANKAN SYARIAH**

Nama : Faradilla Putri Ramadhani
Nim/Jurusan : 14180076 D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : **Pengaruh Produk Deposito *Islamic Banking* Hasanah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT BNI Syariah Palembang**

Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal 02 Mei 2017

PANITIA UJIAN TUGAS AKHIR

Tanggal Pembimbing Utama : **Maya Panorama, SE, M.Si., Ph.D**
t.t :

Tanggal Pembimbing Kedua : **Hj. Siti Mardiyah, SHI, MSh**
t.t :

Tanggal Penguji Utama : **Dr. Listiawati, M.H.I**
t.t :

Tanggal Penguji Kedua : **Zuul Fitriani Umari, M.H.I**
t.t :

Tanggal Ketua : **Drs.. Sunaryo, M.H.I**
t.t :

Tanggal Sekretaris : **Dra. Munjiati, M.Si**
t.t :

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Faradilla Putri Ramadhani
NIM : 14180076
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Produk Deposito Islamic Banking Terhadap
Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT BNI Syariah Palembang

Menyatakan bahwa Tugas Akhir saya merupakan hasil karya sendiri didampingi Pembimbing dan bukan hasil penjiplakan / *plagiat*. Apabila ditemukan unsur penjiplakan dalam Tugas Akhir ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Univesitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang sesuai aturan yang berlaku. Kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa ada paksaan dari siapapun.

Palembang, April 2017

Menyatakan



Faradilla Putri Ramadhani
NIM 14180076

**PENGARUH PRODUK DEPOSITO *ISLAMIC BANKING* HASANAH
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA PT BNI
SYARIAH PALEMBANG**

Faradilla Putri Ramadhani

NIM : 14180076

Program Studi DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasi sikap dan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan menjadi nasabah yaitu suatu keputusan pembelian seseorang dalam memilih produk deposito iB Hasanah. Produk deposito iB Hasanah yaitu investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan akad *mudharabah*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen (produk deposito iB Hasanah) terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah) di PT. BNI Syariah Palembang. Penelitian ini dilakukan di PT BNI Syariah Palembang. Penelitian ini termasuk pada jenis penelitian lapangan dengan menggunakan metode kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer, yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 92 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling purposive*. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji hipotesis, diperoleh t_{hitung} sebesar 3,970 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,970 > 1,986$). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel produk deposito iB Hasanah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT BNI Syariah Palembang.

Kata Kunci: Produk Deposito , Keputusan Nasabah, Bank Syariah.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Hidup ini singkat maka jangan membuatnya lebih singkat lagi dengan sesuatu yang sia-sia”

Kupersembahkan Kepada

- ❖ *Allah SWT dan Rasulullah SAW*
- ❖ *Teruntuk Almh Oma Tercinta yang selalu mendoakan dan mendukung dalam proses perkuliahan*
- ❖ *Kedua Orang Tuaku Umi dan Ibuk yang tidak pernah lelah membimbing dan mendoakanku selalu*
- ❖ *Adikku Tersayang Shaqira Putri Aprilia yang selalu mendengarkan keluh kesahku dan mendoakan untuk kesuksesanku dan keluarga besarku tercinta*
- ❖ *Dosen-dosenku yang telah memberikan banyak ilmu yang sangat bermanfaat selama saya mengikuti perkuliahan di UIN Raden Fatah Palembang*
- ❖ *Sahabat Seperjuangan Gustin Rima Lamban dan Eflia Sari Julianti yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini*
- ❖ *Teman-teman D3 Perbankan Syariah Angkatan 2014*
- ❖ *Almamaterku dan Agamaku*

TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

A. Huruf Konsonan

أ	=	'	ز	=	z	ق	=	q
ب	=	b	س	=	s	ك	=	k
ت	=	t	ش	=	sy	ل	=	l
ث	=	ś	ص	=	ṣ	م	=	m
ج	=	j	ض	=	dh	ن	=	n
ح	=	h	ط	=	ṭ	و	=	w
خ	=	kh	ظ	=	zh	ه	=	h
د	=	d	ع	=	'	ء	=	'
ذ	=	z	غ	=	gh	ي	=	y
ر	=	r	ف	=	f			

B. *Ta` Marbûthah*

1. Ta` marbûthah sukun ditulis h contoh بِعِبَادَةٍ ditulis *bi 'ibâdah*.
2. Ta` marbûthah sambung ditulis ṭ contoh بِعِبَادَةِ رَبِّهِ ditulis *bi 'ibâdat rabbih*.

C. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal

- a. Fathah (--) = a
- b. Kasrah (--) = i
- c. Dhammah (--) = u

2. Vokal Rangkap

- a. (اي) = ay
- b. (ي--) = îy
- c. (او) = aw
- d. (و--) = ûw

3. Vokal Panjang

- a. (ل--) = â
- b. (ي--) = î
- c. (و--) = û

D. Kata Sandang

Penulisan *al qamarīyyah* dan *al syamsīyyah* menggunakan *al-*:

1. *Al qamarīyah* contohnya: ”الحمْد“ ditulis *al-hamd*
2. *Al syamsīyah* contohnya: ”النمل“ ditulis *al-naml*

E. Daftar Singkatan

H	=	Hijriyah
M	=	Masehi
h.	=	halaman
swt.	=	<i>subhānahu wa ta‘ālā</i>
saw.	=	<i>sall Allāh ‘alaih wa sallam</i>
QS.	=	al-Qur`ān Surat
HR.	=	Hadis Riwayat
terj.	=	terjemah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur kita senantiasa panjatkan kepada ALLAH SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul Pengaruh Produk Deposito iB Hasanah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT BNI Syariah Palembang. Sholawat beriring salam tetap tercurahkan kepada Nabi besar kita Muhammad SAW beserta keluarga sahabat dan para pengikutnya yang telah membawa kita dari zaman jahilliyah ke zaman yang modern ini, dari zaman kegelapan menuju zaman terang bederang seperti yang kita rasakan saat ini.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

1. Teruntuk kedua orang tuaku tercinta yang tidak pernah lelah membimbing dan mendoakanku selalu dan almh oma tercinta yang selalu mendoakan dan mendukung dalam proses perkuliahan.
2. Prof. Drs. H. M. Sirozi, M.A., .Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Dr. Qodariah Barkah, M.H.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

4. Bapak Dinnul Alfian Akbar, SE., M.Si selaku Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah dan Ibu Raden Ayu Ritawati, SE., M.H.I selaku sekretaris Prodi D3 Perbankan Syariah.
5. Ibu Maftukhatuksolikhah, M.Ag selaku Penasehat Akademik penulis.
6. Ibu Maya Panorama, SE, M.Si., Ph.D dan Ibu Hj. Siti Mardiah, S.Hi., M.Sh, selaku Pembimbing I dan II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
8. PT BNI Syariah yang telah mengizinkan penulis melaksanakan penelitian.
9. Sahabat Seperjuangan Eflia Sari Julianti dan Gustin Rima Lamban yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dan teman-teman D3 Perbankan Syariah angkatan 2014

Semoga ALLAH SWT, senantiasa membalas semua amal baik mereka serta sebagai bekal dan mendapatkan pahala di sisi-Nya. Amin ya Robbal ‘Alamin. Akhirnya saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan dalam tugas akhir ini agar menjadi lebih baik dan sempurna. Demikianlah tugas akhir ini saya buat kurang dan salah saya mohon maaf semoga dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Palembang, April 2017
Peneliti,

Faradilla Putri Ramadhani
NIM 14180076

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
FORMULIR E4.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR SKEMA.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Produk.....	8
B. Deposito.....	11
C. Keputusan Menjadi Nasabah	20
D. Penelitian Terdahulu	29
E. Kerangka Pemikiran	32
F. Pengembangan hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Definisi Operasional Variabel	34
B. Jenis dan Sumber Data	37
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data	40

E. Instrumen Penelitian	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Deskripsi Responden	45
B. Uji Instrumen Penelitian.....	54
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Skala Likert.....	41
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.2 Umur Responden.....	46
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	47
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel Produk Deposito iB	
Hasanah (X)	49
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Menjadi	
Nasabah (Y)	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Produk Deposito iB	
Hasanah (X)	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi	
Nasabah (Y)	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Sederhana	57
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	58
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi (R^2).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Teoritis	32
---------------------------------------------	----

DAFTAR SKEMA

Skema 2.1 Deposito <i>Mudharabah</i>	13
Skema 2.2 Pembiayaan <i>Mudhabarah</i>	15

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada awalnya dalam kehidupan perekonomian bangsa Indonesia eksistensi lembaga keuangan konvensional lebih dikenal dibanding lembaga keuangan syariah. Sekian dekade lamanya kiprah lembaga keuangan konvensional begitu merajai kehidupan perekonomian masyarakat Indonesia. Namun pada akhir-akhir ini lembaga keuangan konvensional beserta segala sistem yang berada didalamnya dianggap mengandung banyak kekurangan. Lembaga keuangan konvensional dianggap menguntungkan atau merugikan salah satu pihak dengan proporsi yang tidak tepat, tidak melindungi kaum lemah dan dibangun diatas sistem yang rapuh. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting di dalam perekonomian suatu negara.¹

Sebagai lembaga intermediasi, bank berperan dalam memobilisasi dana masyarakat yang digunakan untuk membiayai kegiatan investasi serta memberikan fasilitas pelayanan dalam lalu lintas pembayaran.² Sebagaimana disebutkan dalam pasal 1 ayat (13) UUP memberikan batasan pengertian prinsip syariah sebagai aturan Perjanjian berdasarkan Hukum Islam antara Bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya.³ Dengan diberlakukannya Undang-Undang Perbankan Syariah No.21

¹ Arifin Zainul, *Memahami Bank Syariah*, (Jakarta : Alvabet, 2000) hal.25

² Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010) hal.187

³ Ichsan, Hasan. *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Referensi, 2014), hal. 120

Tahun 2008 adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Syariah, yang menyangkut kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.⁴ Dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah: 266⁵

أَيُّدُ أَحَدِكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِّنْ نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ ضُعَفَاءُ فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ
كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴿٢٦٦﴾

Melalui ayat di atas dapat terlihat bahwa Allah memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman atau taqwa) maupun secara ekonomi harus di pikirkan langkah-langkah perencanaannya salah satu langkah perencanaannya adalah dengan menabung. Dan dalam hadis Nabi SAW banyak disebutkan tentang sikap hemat, Nabi SAW memuji sikap yang diwarisi oleh para Nabi sebelumnya. Hal yang perlu diperhatikan adalah bahwa bersikap hemat tidak berarti harus kikir dan bakhil.

Perbankan Syariah salah satu lembaga keuangan yang memiliki Pengaruh besar dalam roda perekonomian masyarakat. Bank adalah sebuah lembaga bagi masyarakat untuk menyimpan uang dan juga dapat menjadi tempat peminjaman uang disaat masyarakat yang membutuhkan. Seiring dengan berjalannya waktu, bank telah menjadi sebuah kebutuhan hidup manusia. Bank yang di harapkan bisa

⁴Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana, 2011) hal. 33

⁵ *Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya.*

menjadi solusi bagi masalah perekonomian masyarakat yang ternyata yang memiliki sisi negatif.⁶

Dalam islam produk deposito termasuk produk penghimpunan dana dimana penghimpunan dana adalah suatu kegiatan usaha yang dilakukan bank untuk mencari dana kepada pihak deposan yang nantinya akan disalurkan kepada pihak kreditur dalam rangka menjalankan fungsinya sebagai intermediasi antara pihak deposan dengan pihak kreditur.⁷ Peranan PT BNI Syariah untuk mendukung perekonomian Indonesia semakin strategis dengan munculnya inisiatif untuk melayani seluruh lapisan masyarakat berbagai jenis fasilitas penyimpanan dana di PT. BNI Syariah Palembang dalam bentuk simpananan adalah produk deposito iB Hasanah.

Berbagai produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah pada produk deposito syariah juga merupakan salah satu produk yang disediakan oleh PT. BNI Syariah Palembang, yang juga menerapkan dengan akad *mudharabah*. *Mudharabah* ialah pembiayaan kerjasama antara pihak bank dan nasabah, dimana pemilik dana (bank) sebagai *shahibul maal* dan (nasabah) sebagai pelaksana usaha (*Mudharib*). Pembagian keuntungan di sesuaikan dengan nisbah yang telah disepakati. Landasan hukum pengaturan pembiayaan mudharabah adalah *Fatwa* Dewan Syariah Nasional Nomor 07/*DSN* /MUI/IV/2000. Dalam prakteknya pada lembaga keuangan syariah⁸ Produk Deposito iB Hasanah adalah investasi berjangka dimana dalam mata uang rupiah dan USD, yang dikelola berdasarkan

⁶*Ibid*, hal 100

⁷ *Ibid*,

⁸ *Ibid*, hal.21

prinsip syariah. Serta ditujukan untuk perorangan dan perusahaan atau badan usaha.

Sejauh ini ketertarikan nasabah dalam memilih produk deposito iB Hasanah dan dipengaruhi keputusan menjadi nasabah dan keinginan serta keperluan yg berbeda dengan satu nasabah dengan nasabah lain nya, untuk memilih. Definisi keputusan pembelian menurut Nugroho adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat disampaikan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.⁹

Diantara banyaknya produk yang dimiliki oleh PT BNI Syariah, produk deposito merupakan produk yang di minati di PT BNI Syariah Palembang. Produk tersebut merupakan produk yang begitu banyak manfaat serta dapat diterima semua lapisan masyarakat. Mekanisme dari produk deposito ini tergolong mudah dan cepat. Hal ini dapat meningkatkan minat/keputusan nasabah dalam menggunakan produk deposito sehingga memberikan hasil yang dapat mempengaruhi kemajuan PT BNI Syariah Palembang dalam meningkatkan jumlah nasabahnya.

⁹<http://www.kajianpustaka.com/2014/03/keputusan-pembelian.html>

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis merasa perlu mengetahui bagaimana atau seberapa besar pengaruh produk deposito terhadap keputusan nasabah. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan memilih judul “*Pengaruh Produk Deposito iB Hasanah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT BNI Syariah Palembang*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh produk deposito iB hasanah terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT BNI Syariah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai pada penulisan ini adalah untuk mengetahui untuk mengukur seberapa besar pengaruh produk deposito iB hasanah terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT BNI Syariah Palembang.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini di harapkan dapat digunakan, anantara lain sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan serta lebih mangerti dan memahami teori-teori yang didapat selama proses perkuliahan.

2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Bagi almamater, penelitian ini dapat menambah referensi yang ada dan dapat digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan penerapan ilmu yang telah penulis dapat selama masa perkuliahan Jurusan D3 Perbankan Syariah.
- b. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk menambah khasanah keilmuan, pengetahuan, dan wawasan tentang Produk Deposito iB Hasanah pada PT. BNI Syariah Palembang.
- c. Bagi PT. BNI Syariah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan sekaligus pemikiran dalam meningkatkan jumlah nasabah.
- d. Bagi masyarakat, setelah membaca hasil penelitian ini, diharapkan masyarakat akan lebih memahami tentang Produk Deposito iB Hasanah pada PT.BNI Syariah Palembang.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika dari penulisan penelitian ini terdiri dari 5 bab yang masing-masing dirincikan beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab satu berisi pendahuluan yang pembahasannya meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Bab dua ini berisi teori tentang produk deposito iB hasanah, keputusan menjadi nasabah, dan penelitian terdahulu.

BAB III Metode Penelitian

Bab tiga ini berisi tentang definisi operasional variabel, ruang lingkup penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian untuk memperoleh informasi agar dapat di analisis.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab empat berisi tentang gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, analisis data, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Kesimpulan

Bab lima berisi kesimpulan, dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Produk

a. Pengertian Produk

Pengertian produk (product) menurut Kothler dan Amstrong adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian pembeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.¹⁰ Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas segala sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk bila dapat di definisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Dalam karakteristik lembaga bisnis syariah yang berbeda dengan konvensional, maka produk-produk dari bisnis syariah yang diperhatikan adalah prinsip yang digunakan bukan nama produknya. Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka.¹¹

Pengertian dari sumber lain mengenai produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diriba atau tidak dapat diriba, termasuk kemasan warna,

¹⁰ Philip Kothler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip manajemen, Jilid 1 Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Oleh Sihombing, MBA*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal.246

¹¹ M. Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hal.8

harga, persentase perusahaan, pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.¹² Menurut pemasaran syariah produk konsumen adalah yang berdaya guna, materi dapat dikonsumsi yang bermanfaat, bernilai guna yang menghasilkan berbagai material, spritual, bagi pelanggan. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang oleh syariah, bukan produk dalam pengertian pemasaran syariah. Dalam pemasaran konvensional, produk adalah yang dapat dipertukarkan, tetapi produk dalam pemasaran syariah adalah produk yang dipertukarkan itu berbudaya guna secara agama.¹³

Menurut Kothler yang dikutip oleh Muhammad Fauzi mengatakan bahwa model setiap atribut yang menggambarkan rancangan yang berharga untuk mengetahui hubungan diantara pengetahuan produk yang dimiliki konsumen dan sikap terhadap produk berkenaan dengan ciri atau atribut produk yang meliputi obyek, fisik, pelayanan, orang, tempat organisasi dan gagasan.¹⁴

Sedangkan atribut produk adalah faktor yang melekat pada produk. Oleh karena itu, atribut produk merupakan titik tolak penilaian bagi konsumen tentang terpenuhi atau tindakan kebutuhan dan keinginan konsumen yang diharapkan dari suatu produk yang diharapkan dari suatu produk yang sebenarnya, maka dapat diidentifikasi atribut-atribut yang menyertai suatu produk.

Menurut Joseph S. Martinich dalam dimensi produk, kemudian beberapa karakteristik lain juga dikemukakan oleh Josph S. Martinich yang

¹² E. Catur Rismiati dan LG. Bondan Suratno, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta: Kanisus, 2001), hal.198

¹³ Hasan Ali, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Gralia Indonesia, 2010), hal.15

¹⁴ Philip Kothler dan Amstrong, *Ibid*, hal.44

menspesifikasikan kedalam dimensi produk lebih relevan dengan pelanggan.

Dimensi produk tersebut dapat dikelompokkan dalam lima dimensi, yaitu:¹⁵

1) *Perfomance* (kualitas)

Hal yang paling penting bagi pelanggan adalah apakah kualitas produk menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau apakah pelayanan diberikan dengan cara yang benar.

2) *Range and Type of Features* (keistimewaan)

Selain fungsi utama dari suatu produk dan pelayanan, pelanggan seringkali tertarik pada kemampuan atau keistimewaan yang dimiliki produk dan pelayanan.¹⁶

3) *Reliability and Durability* (kehandalan)

Kehandalan produk dalam penggunaan secara norma dan berapa lama produk dapat digunakan hingga perbaikan diperlukan.

4) *Maintainability and Serviceability* (kemudahan)

Kemudahan untuk pengoperasian produk dan kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti.

5) *Sensory Characteristics* (penampilan)

Penampilan, corak, rasa, daya tarik, bau, selera, dan beberapa faktor lainnya mungkin menjadi aspek penting dalam kualitas.

¹⁵ Zulian Yamit. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* (Yogyakarta: Ekonista, 2005) hal.10

¹⁶ *Ibid*, hal.11

B. Deposito

a. Pengertian Deposito

Deposito merupakan produk bank sejenis jasa tabungan yang biasa ditawarkan oleh bank kepada masyarakat. Dana dalam deposito dijamin oleh pemerintah melalui Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) dengan persyaratan tertentu. Adapun yang dimaksud dengan deposito syariah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah.¹⁷

Dalam hal ini, dewan syariah nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip mudharabah.¹⁸ Deposito biasanya memiliki jangka waktu tertentu dimana uang didalamnya tidak boleh ditarik nasabah. Deposito baru bisa dicairkan sesuai tanggal jatuh temponya, biasanya deposito mempunyai jatuh tempo 1,3,6,12 atau 24 bulan. Bila deposito dicairkan sebelum tanggal jatuh tempo, maka akan kena pinalti.

b. Macam-Macam Deposito sebagai berikut¹⁹:

1. Deposito Berjangka adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu sesuai perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan. Artinya, didalam bilyet deposito tercatat nama seseorang atau lembaga si pemilik deposito berjangka dan penarikan deposito ini dapat dilakukan jika sudah jatuh tempo.

¹⁷ *Ibid*, hal.79

¹⁸ Ismail. *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: Kencana. 2012) hal.79

¹⁹ *Ibid*,hal.80

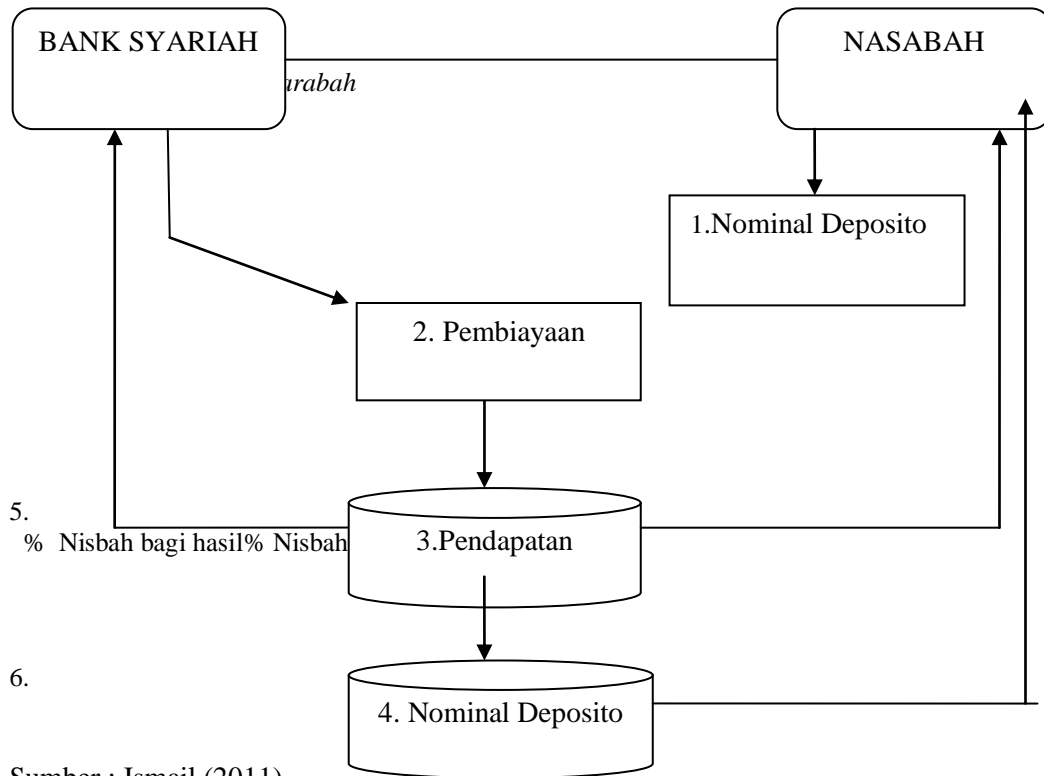
2. Deposito *on call* adalah simpanan depositan yang tetap berada di bank yang bersangkutan, penarikannya harus terlebih dahulu diberitahukan kepada bank bersangkutan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati kedua belah pihak.
3. Sertifikat Deposito adalah sama seperti deposito berjangka, sertifikat deposito merupakan deposito yang diterbitkan berdasarkan jangka waktu tertentu. Bedanya, kalau sertifikat deposito dapat diterbitkan atas unjuk dalam bentuk sertifikat serta dapat diperjualbelikan atau dipindahtangankan kepada pihak lain.²⁰

Berdasarkan undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang dimaksud Deposito Berjangka adalah simpanan yang penarikannya hanya bisa dilakukan pada waktu- waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpanan dengan bank yang bersangkutan.²¹ Produk Deposito iB Hasanah yaitu investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan akad *mudharabah*.

²⁰ *Ibid*, hal 81

²¹ Karim, Asiwarmam. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2010)

Skema 2.1 Skema Deposito *Mudharabah*



Sumber : Ismail (2011)

Keterangan:

1. Nasabah investor menempatkan dana nya bentuk deposito *mudharabah*.
2. Bank syariah menyalurkan dana nasabah investor dalam bentuk pembiayaan.
3. Bank syariah memperoleh pendapatan atas penempatan dananya dalam bentuk pembiayaan.
4. Bank syariah akan menghitung bagi hasil atas dasar *revenue sharing*, yaitu pembagian bagi hasil atas dasar pendapatan sebelum dikurangi biaya.

5. Pada tanggal valuta, yaitu tanggal penempatan deposito, nasabah akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah diperjanjikan.
6. Pada saat jatuh tempo, maka dana nasabah akan dikembalikan seluruhnya.

c. Akad *Mudharabah*

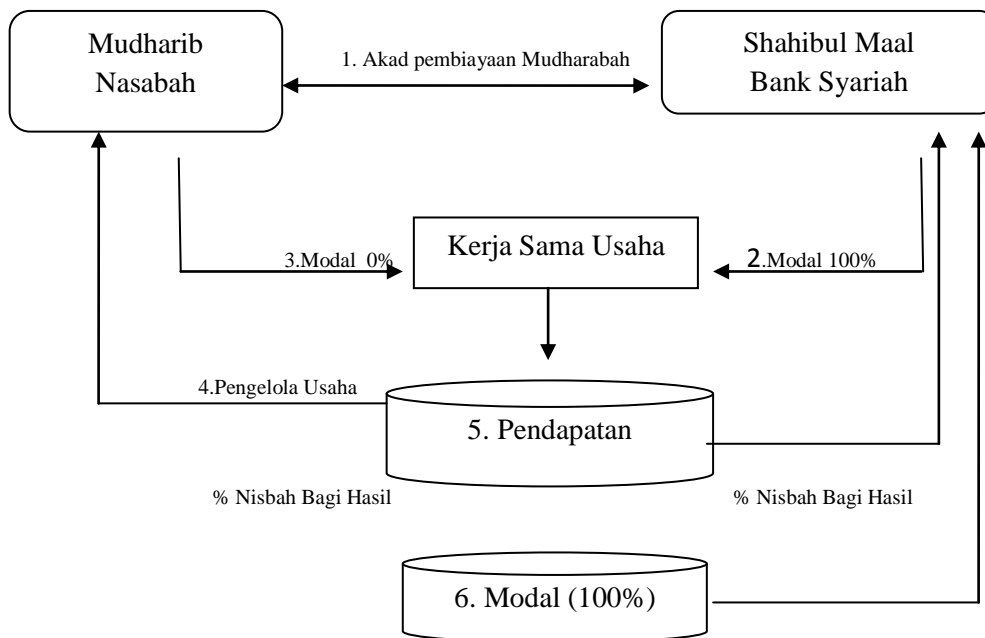
Deposito Syariah menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 03/DSN-MUI/IV/2000 adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini dewan syariah nasional MUI telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa deposito yang yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip *mudharabah*. Menurut BI dalam kodifikasi produk perbankan syariah, disebutkan bahwa deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah dengan bank dengan sistem akada yang disebut *mudharabah*.²²

Mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama menyediakan seluruh (100 persen) modal, sedangkan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi, ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian tersebut bukan akibat kelalaian sipengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian sipengelola, maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

²² Ismail, *manajemen Perbankan*. (Jakarta: Kencana. 2012) hal.80

Pola transaksi *mudharabah* biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan. Pada sisi penghimpunan dana *al-mudharabah* diterapkan pada tabungan dan deposito. Sedangkan pada sisi pembiayaan, *al-mudharabah* diterapkan untuk pembiayaan modal kerja.²³

Skema 2.2 Skema Pembiayaan *Mudharabah*



Sumber : Ismail (2011)

Keterangan :

1. Bank syariah (*shahibul maal*) dan nasabah (*Mudharib*) menandatangani akad-akad pembiayaan *mudharabah*
2. Bank syariah menyerahkan dana 100% dari kebutuhan proyek usaha
3. Nasabah tidak menyerahkan dana sama sekali, namun melakukan pengelolaan proyek yang dibiayai 100% oleh bank

²²Nina Slamet, "Bank dan Sistem Keuangan Syariah", <http://ninaslamet.com/artikel.html>. (Diakses, 22 Februari 2017)

4. Pengelola proyek usaha dijalankan oleh *mudharib*. Bank Syariah tidak ikut campur dalam manajemen perusahaan.
5. Hasil usaha dibagi sesuai dengan nisbah yang telah di perjanjikan dalam akad pembiayaan *mudharabah*.
6. Persentase tertentu menjadi hak bank syariah, dan sisanya diserahkan kepada nasabah.

Menurut Bank Indonesia dalam kodifikasi produk perbankan syariah, disebutkan bahwa deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah dengan bank dengan akad yang disebut *mudharabah*.²⁴

a. Jenis-Jenis *Mudharabah* sebagai berikut²⁵:

1. *Mudharabah Muthlaqoh*

Mudharabah Muthlaqoh adalah kerjasama antara pemilik modal (*shahibul maal*) dengan pengelola (*mudharib*), dimana pemilik modal memberi otoritas penuh kepada pengelola untuk mengelolah uangnya yang tidak terbatas dengan spesifikasi usaha, waktu, dan daerah bisnis. Prinsip *Mudharabah Muthlaqoh* pada bank syariah diaplikasikan pada produk Tabungan *Mudharabah* dan Deposito *Mudharabah* dalam menghitung bagi hasil *Mudharabah Muthlaqoh* basis perhitungannya adalah hari bagi hasil sebenarnya, termasuk tanggal tutup buku, namun

²⁴ *Ibid*,

²⁵ *Ibid*.hal.86

tidak termasuk tanggal pembukaan deposito *mudharabah muthlaqoh* dan tanggal jatuh tempo.

Ketentuan *mudharabah muthlaqoh* sebagai berikut:

- a. Pendapatan atau keuntungan tersebut dibagi berdasarkan nisbah (bagi hasil) yang telah disepakati dari awal.
- b. Pemilik modal tidak boleh ikut serta dalam pengelolaan usaha tetapi diperbolehkan membuat usulan atau melakukan pengawasan. *Mudharib* mempunyai kekuasaan penuh untuk mengelolah modal.
- c. Penerapan *mudharabah muthlaqah* dapat berupa tabungan dan deposito, sehingga terdapat dua jenis himpunan dana, yaitu tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*.
- d. Pemilik modal (Tabungan *Mudharabah*) dapat mengambil dananya, apabila sewaktu-waktu dibutuhkan sesuai dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak diperkenankan mengalami saldo negatif. Deposito *Mudharabah* hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati 1, 3, 6, 12, dan 24 bulan.

2. *Mudharabah Muqoyyadah*

Mudharabah Muqoyyadah adalah kerjasama antara pemilik modal dengan pengelola, dimana pemilik modal memberikan syarat-syarat tertentu (seperti jenis investasi, tempat melakukan investasi, pihak-pihak yang terlibat dalam investasi) kepada pengelola dalam

mengelola dananya. Dalam dunia perbankan syariah prinsip *Mudharabah Muqoyyadah* diaplikasikan pada jenis penyaluran dana yang lazim disebut *special investment*.

Ketentuan *Mudharabah Muqoyyadah* sebagai berikut²⁶:

- a. Bank bertindak sebagai manager investasi bagi nasabah institusi (baik pemerintah atau lembaga keuangan lainnya) atau nasabah korporasi untuk menginvestasikan dana mereka pada unit-unit usaha atau proyek-proyek tertentu yang mereka sepakati.
 - b. Rekening dioperasikan berdasarkan prinsip *mudharabah muqoyyadah*
 - c. Bentuk investasi dan nisbah (bagi hasil) pembagian keuntungannya biasanya dinegosiasikan secara perkasus.
- b. Faktor – faktor yang harus ada (rukun)dalam akad *mudharabah* adalah:²⁷
1. Pelaku (Pemilik modal maupun pelaksanaan usaha) merupakan Pihak pertama bertindak sebagai pemilik modal (*shaibul maal*), sedangkan pihak kedua bertindak sebagai pelaksana usaha (*mudharib*). Tanpa dua pelaku ini, maka akad *mudharabah* tidak ada.
 2. Objek *mudharabah* (modal dan kerja) merupakan Pemilik modal menyerahkan modalnya sebagai objek *mudharabah*. Modal yang diserahkan bisa berbentuk uang atau barang yang dirinci berapa nilai

²⁶ *Ibid*, hal. 87

²⁷ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*: Jakarta :PT. RajaGrafindo Persada, hal.205

uangnya. sedangkan kerja yang diserahkan bisa berbentuk keahlian, keterampilan, *selling skill*, *management skill*, dan lain-lain. Tanpa objek ini, akad *mudharabah* pun tidak akan ada.

3. Persetujuan kedua belah pihak (*ijab qabul*) merupakan persetujuan kedua belah pihak merupakan konsekuensi dari prinsip *an-taraddin minkum* (sama-sama rela) disini kedua belah pihak harus rela bersepakat untuk mengikatkan diri dalam akad *mudharabah*. Si pemilik dana setuju dengan perannya untuk berkontribusi dana, sementara si pelaksana usaha pun setuju dengan perannya untuk berkontribusi kerja.
4. Nisbah Keuntungan merupakan nisbah yang mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua pihak yang ber *mudharabah*. *Mudharib* mendapatkan imbalan atas kerjanya, sedangkan *shahibul maal* mendapat imbalan atas penyeteran modalnya. Nisbah keuntungan inilah yang akan mencegah terjadinya perselisihan antar kedua belah pihak mengenai cara pembagian keuntungan.

C. Keputusan Menjadi Nasabah

a. Pengertian Keputusan

Keputusan adalah perihal yang berkaitan dengan putusan segala putusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan, diperkirakan, dan lainnya).²⁸

Definisi keputusan pembelian menurut Nugroho adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasi sikap dan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.²⁹ Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk lebih cerdas dalam mempelajari perilaku konsumen. Hal tersebut dikarenakan tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat sehingga dibutuhkan strategi yang baik agar tujuan yang diharapkan oleh perusahaan akan tercapai. Perusahaan yang berhasil tentunya yang benar-benar memahami tuntutan, kebutuhan, dan keinginan konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat disampaikan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang

²⁸*Ibid*, hal 144

²⁹*Ibid*,

mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.³⁰

b. Faktor-aktor yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen

Pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik yang mempengaruhi perilaku konsumen. Karakteristik tersebut adalah budaya, sosial, pribadi, dan psikologi.

1. Faktor Budaya

Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam tingkah laku konsumen. Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang. Pemasar harus mengetahui peran yang dimainkan oleh budaya, subbudaya, dan kelas sosial pembeli³¹.

- a. Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang budaya merupakan kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku yang di pelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga lainnya. Setiap kelompok atau masyarakat mempunyai suatu budaya dan pengaruh budaya pada tingkah laku pembeli bervariasi amat besar dari negara ke negara lain.
- b. Sub budaya adalah kelompok orang yang mempunyai sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman hidup dan situasi. Subbudaya termasuk nasionalitas, agama, kelompok ras, dan wilayah geografi. Banyak subbudaya membentuk segmen pasar penting, dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

³⁰*Ibid,*

³¹ Ratih Hurriyati, 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung:Alfabeta.hal 94

- c. Kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan tingkah laku yang serupa. Kelas sosial yang ditentukan oleh faktor tunggal seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kebudayaan, dan variabel lain.

2. Faktor Sosial

Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.³²

a. Kelompok

- a) Kelompok keanggotaan adalah tingkah laku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Beberapa merupakan kelompok primer yang mempunyai interaksi reguler tapi informal seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja. Beberapa merupakan kelompok sekunder, yang mempunyai interaksi lebih formal dan kurang reguler.
- b) Kelompok acuan berfungsi sebagai titik perbandingan atau acuan langsung atau acuan tidak langsung dalam bentuk sikap atau tingkah laku seseorang. Orang sering kali dipengaruhi oleh kelompok acuan yang dia sendiri tidak menjadi anggotanya. Di dalam kelompok acuan ada pemuka pendapat yaitu orang yang karena keterampilan, pengetahuan, kepribadian, atau karakteristik lain yang spesial memberi pengaruh terhadap yang lain.

³² *Ibid.* hal 96

b. Keluarga

Anggota keluarga dapat amat mempengaruhi tingkah laku konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diteliti secara mendalam.

c. Peran dan status

Seseorang menjadi anggota banyak kelompok keluarga, klub, organisasi. Posisinya dalam setiap kelompok dapat ditentukan dalam bentuk peran dan status. Peran tersendiri dari aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Orang seringkali memilih produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat.

1. Faktor Pribadi

Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian konsep diri pembeli³³.

a. Umur dan tahap daur hidup

Orang merubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makan, pakaian, perabotan, dan rekreasi seringkali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya.

³³ *Ibid.* hal 98

b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pekerjaan kasar cenderung membeli lebih banyak pakaian untuk bekerja, sedangkan pekerja kantor membeli lebih banyak jas dan dasi. Pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata akan produk dan jasa mereka.

c. Situasi ekonomi

Situasi ekonomi akan mempengaruhi pilihan produk. Pemasar produk yang peka terhadap pendapatan pribadi, tabungan, dan tingkah minat.

d. Gaya hidup

Orang yang berasal dari subbudaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang jauh berbeda. Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam psikografiknya. Gaya hidup termasuk pengukuran dimensi AIO utama dari para konsumen, aktivitas (pekerja, hobi, berbelanja, olahraga, kegiatan sosial), minat (makan, mode, keluarga, rekreasi), dan opini (mengenai diri mereka sendiri, isu sosial, bisnis, produk). Gaya hidup mencakup sekedar kelas sosial atau kepribadian seseorang, gaya hidup menampilkan pola beraksi dan berinteraksi seseorang secara keseluruhan di dunia.

e. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian seseorang yang jelas mempengaruhi tingkah laku membelinya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik

yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan diri sendiri. Kepribadian biasanya di uraikan dalam arti sifat-sifat seperti rasa percaya diri, dominasi, kemudahan bergaul, otonomi, mempertahankan diri, kemampuan menyesuaikan diri, dan keagresifan. Dasar pemikiran konsep diri adalah bahwa apa yang dilakukan seseorang memberi kontribusi dan mencerminkan identitas mereka.

4. Faktor Psikologis

Pilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang penting yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.³⁴

a. Motivasi

Seseorang mempunyai banyak kebutuhan pada suatu saat. Ada kebutuhan biologis, yang muncul dari keadaan yang tegang seperti lapar, haus, atau merasa tidak nyaman. Yang lainnya adalah kebutuhan psikologis yang muncul dari kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, rasa memiliki.

b. Persepsi

Persepsi adalah proses yang dilalui orang dalam memilih mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran berarti mengenai dunia. Seseorang yang memotivasi siap untuk bertindak.

³⁴*Ibid.* hal 100

c. Pengetahuan

Dorongan merupakan rangsangan kuat internal yang menyebabkan adanya tindakan. Dorongan menjadi motif kalau di arahkan pada proyek rangsangan. Isyarat adalah rangsangan kecil yang menentukan kapan, dimana, dan bagaimana seseorang akan memberikan respon. Apabila respon tersebut memberikan pengalaman yang menyenangkan, maka respon tersebut akan diberikan dan di perkuat.

d. Keyakinan dan sikap

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Pada keyakinan bahwa orang merumuskan mengenai produk dan jasa spesifik, karena keyakinan ini menyusun citra produk dan merek yang mempengaruhi tingkah laku membeli.

Setiap bagian dari faktor-faktor tersebut memiliki keterkaitan yang dapat mempengaruhi seseorang didalam bersikap untuk memenuhi kebutuhannya, khususnya dalam pengambilan keputusan pembelian.

d. Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk yang mencakup sejumlah tahapan yang biasanya dilalui konsumen ketika akan melakukan pembelian. Konsumen melewati lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan yaitu³⁵:

1) Pengenalan Masalah

³⁵ Morissan, *Periklanan Komunikasi Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010) hal. 85

Tahap pertama dalam proses pengambilan keputusan konsumen adalah pengenalan masalah yang terjadi ketika konsumen melihat suatu masalah yang menimbulkan kebutuhan dan ia termotivasi untuk menyelesaikan masalah dan memenuhi kebutuhan itu. Pengenalan masalah terjadi karena adanya perbedaan antara kondisi atau situasi ideal yang diinginkan konsumen dengan kondisi atau situasi yang sesungguhnya. Pengenalan masalah dapat disebabkan oleh rangsangan internal dalam kasus pertama dari kebutuhan normal seseorang, yaitu rasa lapar, dahaga atau lainnya meningkat hingga suatu tingkat tertentu dan berubah menjadi dorongan.³⁶

2) Pencarian Informasi

Ketika konsumen melihat adanya masalah atau kebutuhan yang hanya dapat dipuaskan melalui pembelian suatu produk, maka mereka akan mulai mencari informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan pembelian. Dalam hal ini, yang harus menjadi perhatian utama pemasar adalah mengetahui sumber-sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh setiap sumber terhadap keputusan pembelian. Suatu informasi konsumen di golongan ke dalam empat kelompok.³⁷

- a. Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan.
- b. Sumber komersial : iklan, wiraniaga, penyalur.
- c. Sumber publik : media massa, organisasi penentu peringkat konsumen.
- d. Sumber pengalaman : penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk.

3) Evaluasi Alternatif

³⁶ *Ibid.* hal. 86

³⁷ *Ibid.* hal. 94

Pada tahap ini, konsumen membandingkan berbagai merek produk yang diharapkan dapat mengatasi masalah yang di hadapi dan memuaskan kebutuhan atau motif yang mengawali proses keputusan pembelian tertentu.³⁸

4) Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap setelah adanya niat atau keinginan membeli.³⁹ Keinginan membeli secara umum didasarkan pada upaya mencocokkan motif pembelian dengan atribut atau karakteristik merek yang dipertimbangkan dengan melibatkan aspek psikologis, seperti sikap, motivasi, persepsi, dan integritas.

5) Keputusan Pasca Pembelian

Proses pengambilan keputusan pembelian berakhir pada tahap pasca pembelian, dimana tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, maka ada peluang melakukan pembelian ulang atau membeli kembali produk lain pada perusahaan sama, dan cenderung merekomendasikan kepada orang lain. Pembeli yang puas merupakan iklan terbaik bagi produk, sementara konsumen yang kecewa akan bereaksi dengan tindakan-tindakan negatif, seperti mendiamkan saja, melakukan complain bukan perusahaan, tetap ke media massa, bahkan merekomendasi negatif kepada orang lain.⁴⁰

³⁸ *Ibid.* hal.111

³⁹ *Ibid.*,hal.118

⁴⁰ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ghalia Indonesia, 2010) hal.66

F. Penelitian Terdahulu

Berikut adalah jurnal penelitian yang berkaitan dengan judul yang saya ambil mengenai pengaruh produk deposito iB hasanah terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT BNI Syariah Palembang:

Muhammad Ainun (2011)⁴¹ meneliti tentang Pengaruh Produk Deposito Thoyyibah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Syariah Palembang, dapat disimpulkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semua variabel independen secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan deposito thoyyibah.

Rahmat Hermawan (2012)⁴² menjelaskan tentang Pengaruh Produk Bank Mandiri Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Jakarta, dapat disimpulkan bahwa variabel produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri, sehingga pengaruh produk terhadap keputusan menjadi nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan pada Bank Syariah Mandiri Jakarta.

Nur Maya (2013)⁴³ menjelaskan tentang Pengaruh Produk Deposito Haniah Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Syariah, dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh antara produk deposito

⁴¹Muhammad Ainun, *Pengaruh Produk Deposito Thoyyibah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Syariah Palembang*. Program Diploma III Ekonomi, Universitas Sriwijaya Palembang : Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.

⁴²Rahmat Hermawan, *Pengaruh Produk Bank Mandiri Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Jakarta*. Program Perbankan, UIN Syarif Hidayatullah: Skripsi Tidak Diterbitkan.

⁴³Nur Maya, *Pengaruh Produk Deposito Haniah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Syariah*, uin syarif hidayatullah: Jurnal Tidak Diterbitkan.

haniah terhadap keputusan menabung nasabah memiliki pengaruh yang signifikan pada PT Bank Sumsel Babel Syariah.

Rani Puspita (2014)⁴⁴ menjelaskan tentang Analisis Perbandingan Produk Deposito iB Hasanah dan Produk Giro iB Hasanah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang dapat disimpulkan bahwa variabel produk deposito (X1) dan produk giro (X2) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan karena memiliki perbedaan antara dari akad antara produk deposito iB Hasanah dan Giro iB Hasanah pada PT Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Semarang.

Diga Damar Kinanta(2013)⁴⁵ menjelaskan tentang Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Jakarta, dapat disimpulkan bahwa promosi dan pengetahuan tentang produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri Jakarta.

Dari penelitian terdahulu diatas, maka penulis menyatakan bahwa tidak adanya persamaan dengan yang diteliti oleh penulis, penulis meneliti tentang pengaruh produk deposito iB hasanah terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT BNI Syariah Palembang

⁴⁴ Rani Puspita, *Analisis Perbandingan Produk Deposito iB Hasanah dan Produk Giro iB Hasanah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Syariah KC Semarang* (Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan.

⁴⁵ Diga Damar Kinanta, *Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri*.Program Perbankan, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Jurnal Tidak Diterbitkan.

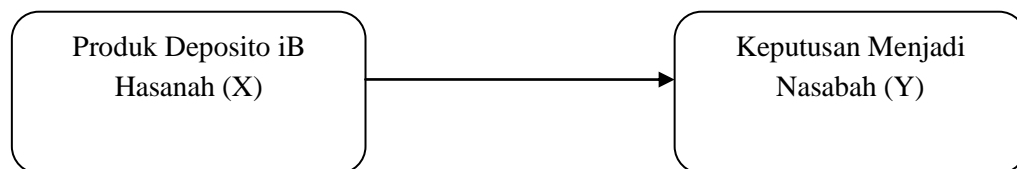
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Ainun Universitas Sriwijaya Palembang (2011)	Menggunakan metode penelitian kuantitatif dan memiliki dua variabel yang sama yaitu deposito dan keputusan menjadi nasabah.	Penelitian ini lebih membahas ke variabel produk depositonya dengan akad mudharabah muthlaqoh.
2.	Rahmat Hermawan IAIN Walisongo Semarang (2012)	Menggunakan metode penelitian kuantitatif, menggunakan regresi sederhana dan sama meneliti tentang produk dan keputusan menjadi nasabah.	Penelitian ini lebih membahas ke variabel produk yakni keseluruhan produk yang ada di bank syariah.
3.	Nur Maya UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2013)	Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dan memiliki satu variabel yang sama yaitu produk deposito.	Peneliti ini lebih membahas tentang berpengaruh atau tidaknya deposito terhadap keputusan menabung nasabah. Dan memiliki perbedaan satu variabel yaitu keputusan menabung nasabah.
4.	Rani Puspita IAIN Walisongo Semarang (2014)	Menggunakan metode penelitian kuantitatif dan memiliki satu variabel yang sama yaitu produk deposito.	Penelitian ini lebih membahas tentang perbandingan kedua jenis produk deposito dan giro menggunakan metode penelitian regresi berganda.
5.	Diga Damar Kinanta UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2013)	Menggunakan metode penelitian kuantitatif dan memiliki dua variabel yang sama yaitu produk dan keputusan menjadi nasabah.	Penelitian ini lebih membahas promosi berpengaruh terhadap pengetahuan produk, dan memiliki lebih dari satu variabel bebas, sehingga menggunakan analisis regresi berganda.

G. Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini terdapat dua variabel, satu variabel independen, yaitu produk deposito iB hasanah dan satu variabel dependen, yaitu keputusan menjadi nasabah. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk melakukan analisis ini diperlukan adanya alat ukur yang merupakan indikator dari variabel-variabel tersebut.

Berikut akan diuraikan kerangka pemikiran mengenai pengaruh produk deposito iB hasanah terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT BNI Syariah Palembang, yaitu:



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran
Sumber : Dikembangkan dalam penelitian ini

Dari telaah pustaka diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan sebagai jawaban sementara atas permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

(X) = Produk Deposito iB Hasanah

(Y) = Keputusan Menjadi Nasabah

H. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.⁴⁶ Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan

Muhammad Ainun (2011)⁴⁷ meneliti tentang Pengaruh Produk Deposito Thoyyibah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Syariah Palembang, dapat disimpulkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semua variabel independen secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan deposito thoyyibah.

Dari uraian diatas maka penulis telah menyusun hipotesis sebagai berikut:

Ho: Produk Deposito iB Hasanah (X) Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Ha: Produk Deposito iB Hasanah (X) Berpengaruh Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

⁴⁶Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal 64

⁴⁷Muhammad Ainun, *Pengaruh Produk Deposito Thoyyibah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Syariah Palembang*. Program Diploma III Ekonomi, Universitas Sriwijaya Palembang : Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dari kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu di dasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.⁴⁸

A. Definisi Operasional Variabel

Variabel operasional variabel akan memberikan arah kepada peneliti untuk memenuhi unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dalam penelitian ini, terdapat satu variabel bebas yaitu, produk deposito iB hasanah (X) dan satu variabel terikat yaitu, keputusan menjadi nasabah (Y).

1. Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel bebas adalah variabel yang kemunculannya diasumsikan menjadi sebab munculnya variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Produk Deposito iB Hasanah (X)

Produk deposito iB Hasanah yaitu investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan akad *mudharabah*.

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kwantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal 2

Adapun indikator dari produk deposito, yaitu :

1. Kualitas
2. Keistimewaan
3. Kehandalan
4. Kemudahan
5. Penampilan

2. Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat adalah variabel yang kemunculannya diasumsikan sebagai akibat dari adanya variabel sebab.⁴⁹ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Keputusan menjadi nasabah yaitu suatu keputusan pembelian seseorang dalam memilih produk deposito iB Hasanah pada PT BNI Syariah Palembang dengan pengetahuan manfaat serta fasilitas yang di dapat dari produk tersebut bagi nasabah.

Adapun indikator dari keputusan menjadi nasabah, yaitu :

1. Pengenalan Masalah
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan Pembelian
5. Keputusan Pasca Pembelian

⁴⁹*Ibid*

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala Ukur
Produk Deposito iB Hasanah (X)	Produk deposito iB Hasanah yaitu investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan akad <i>mudharabah</i> .	a. <i>Perfomance</i> (Kualitas)	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih menguntungkan • Terdapat pilihan mata uang Rupiah dan US Dollar 	Ordinal
		b. <i>Range and Type of features</i> (Keistimewaan)	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan akad <i>mudharabah</i> • Terdapat pilihan jangka waktu: 1,3,6,12 bulan 	
		c. <i>Reliability and Durability</i> (Kehandalan)	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan layanan dengan tepat waktu • Mampu menyelesaikan permasalahan 	
		d. <i>Maintainabiliy and serviceability</i> (Kemudahan)	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas ARO (<i>Automatic Roll Over</i>) 	
		e. <i>Sensory characteristics</i> (Penampilan)	<ul style="list-style-type: none"> • Berpenampilan menarik 	

Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	Keputusan menjadi nasabah yaitu suatu keputusan pembelian seseorang dalam memilih produk deposito iB Hasanah pada PT BNI Syariah Palembang dengan pengetahuan manfaat serta fasilitas yang di dapat dari produk tersebut bagi nasabah.	a. Pengenalan Masalah	<ul style="list-style-type: none"> • Mampu memenuhi kebutuhan 	Ordinal
		b. Pencarian Informasi	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi yang didapat • Pencarian informasi berbagai cara 	
		c. Evaluasi Alternatif	<ul style="list-style-type: none"> • Membandingkan produk lainnya 	
		d. Keputusan Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan produk kemauan sendiri • Tidak ada keraguan 	
		e. Keputusan Pasca Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan • Penggunaan produk dengan waktu yang relatif lama 	

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Kuantitatif. Data Kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka-angka, dan analisisnya menggunakan statistik, baik secara langsung digali dari hasil penelitian maupun hasil pengolahan data kualitatif menjadi data kuantitatif.⁵⁰ Data kuantitatif dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner sebagai instrumen penelitian.

⁵⁰*Ibid*, hal 7

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis atau macam data yang dikumpulkan oleh penulis berdasarkan sumbernya adalah :

a) Data Primer, yaitu sejumlah keterangan atau fakta yang langsung diperoleh dari sumber pertama atau dari hasil penelitian di lapangan.⁵¹

Dalam hal ini penulis mendapatkan data primer berupa hasil kuesioner yang diperoleh dari responden yaitu nasabah Deposito pada PT BNI Syariah Palembang.

b) Data Sekunder, yaitu suatu data yang diperoleh secara tidak langsung.

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia, dan menggunakan penelitian kepustakaan untuk memperoleh teoritis dan hasil penelitian terdahulu seperti tugas akhir dan skripsi terdahulu, agar dapat menunjang materi pembahasan penelitian serta penulis menggunakan data sekunder berupa arsip-arsip atau dokumen yang di dapat langsung dari PT BNI Syariah Cabang Palembang.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi pada dasarnya merupakan sumber data secara keseluruhan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah produk deposito di PT BNI Syariah Palembang, yaitu sebanyak 1.183 orang.

⁵¹*Ibid*, hal 137

2. Sampel

Sampel ialah bagian yang mewakili populasi, yang diambil dengan menggunakan teknik-teknik tertentu.⁵²

a. Penentuan Ukuran Sampel

Ukuran sampel adalah banyaknya individu, subjek, atau elemen elemen- elemen dari suatu populasi yang diteliti untuk diambil sampelnya. Untuk mengetahui jumlah sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin⁵³, yaitu :

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

Di mana:

n = Jumlah elemen / anggota sampel.

N = Jumlah elemen / anggota populasi.

E = Error level (tingkat kesalahan) umumnya digunakan 0,1.

Jumlah nasabah (populasi) di PT BNI Syariah Palembang adalah 1.183 orang, maka :

$$n = \frac{1183}{1+(1183 \times 0.1^2)}$$

$$n = \frac{1183}{1+(11,83)}$$

$$n = \frac{1183}{12,83}$$

n = **92,20** dibulatkan menjadi **92**

⁵² *Ibid*, hal. 90

⁵³ Muhammad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal.181

b. Penentuan Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang sama bagi semua anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang tepatnya digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Sampling Purposive*. *Sampel Purposive* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu atau khusus sehingga layak dijadikan sampel.⁵⁴

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel tersebut berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian dan dapat dijadikan sebagai sampel, yaitu apabila orang yang ditemui tersebut merupakan nasabah deposito di PT BNI Syariah Palembang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penulisan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berupa pertanyaan

⁵⁴ *Ibid*, hal.85

tertutup, pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia.⁵⁵

Skala pengukuran jawaban responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Daniel J. Mueller, skala likert digunakan untuk mengukur sikap dalam suatu penelitian. Biasanya sikap dalam skala likert di ekspresikan mulai dari yang paling negatif, netral, sampai ke yang paling positif.⁵⁶

Tabel. 3.2 Skala Likert

Pernyataan		Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

⁵⁵ *Ibid*, hal. 142

⁵⁶ Jonathan Sarwono & Tutty Martsdiredja, *Riset Bisnis Untuk Pengambilan Keputusan*, (Yogyakarta: Andi,2008), hal. 82

E. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validasi ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah betul-betul dapat mengukur apa yang hendak di ukur.⁵⁷

Uji validitas yang digunakan dengan menggunakan uji factor atau R kritis, syarat yang digunakan adalah *pearson correlation* lebih besar dari r kritis 0,3, jika kurang dari 0,3 maka poin instrumen *r correlationnya* dianggap gugur atau tidak dipakai.⁵⁸

Sedangkan untuk mengetahui skor masing–masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut :

- a) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
- b) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid.
- c) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ tetapi bertanda negatif, maka H_0 akan tetap ditolak dan H_a diterima.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen sudah baik.⁵⁹

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberi hasil.

Pengukuran angka konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang

⁵⁷Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multiverat Dengan Program SPSS*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hal 49

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal 153

⁵⁹*Ibid*, hal 178

terhadap gejala yang sama dengan alat pengukuran yang sama. Uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang valid. Untuk menguji reliabilitas di gunakan teknik *croanchach alpa* > 0,60.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Analisis Regresi Sederhana

Model regresi yang hanya memiliki satu variabel independen seperti yang terdapat dalam penelitian ini adalah model regresi sederhana (*Simpel regression*)⁶⁰ oleh karena itu, analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana, untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan pengaruh produk deposito terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT BNI Syariah Palembang. Peneliti menggunakan program SPSS 16.0 untuk mendapatkan hasil yang terarah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Y : Variabel Terikat (KeputusanMenjadi Nasabah) X : Variabel Bebas (Produk Deposito iB Hasanah) a : Nilai <i>Intercep</i> (Konstan) b : Koefisien Arah Regresi

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu analisis untuk menguji pengaruh produk deposito terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT BNI Syariah Palembang menggunakan uji T dan uji R.⁶¹

1) Uji T

Pada tahapan ini dilakukan pengujian pengaruh masing-masing variabel bebas yang terdapat pada model yang terbentuk untuk mengetahui

⁶⁰ Erwan Agus Purwanto, Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial), (Yogyakarta : Gaya Media, 2011), hal 187

⁶¹ *Ibid*, hal 58

apakah semua variabel bebas yang ada pada model secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan pada model secara individual. Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai probabilitas (P value) < alpha 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara parsial.

2) Koefisien Determinasi atau Uji R^2

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel independent nilai koefisien determinasi ini adalah antara non dan satu.⁶² Koefisien determinasi ini menentukan besar hubungan variabel terkait yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas dengan adanya regresi linier Y atas X. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

⁶² Algifari, *Analisis Regresi*, (Yogyakarta:BPEF UGM, 2000), hal. 45

BAB IV

PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Deskripsi Responden

1. Analisis profil responden

Masalah pada penelitian ini ditekankan untuk mengetahui pengaruh produk deposito iB Hasanah terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT BNI Syariah Palembang. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah PT BNI Syariah di Palembang. Sedangkan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik Sampling menurut Slovin dengan jumlah sampel sebanyak 92 orang responden. Jumlah kuesioner yang disebarakan sebanyak 92 eksamplar dan semua kuesioner kembali serta responden telah mengisi kuesioner dengan benar dan sesuai dengan petunjuk pengisian. Selanjutnya dalam profil responden diperinci menurut jenis kelamin, umur, pendidikan, dan pekerjaan. Salah satu tujuan dari pengelompokan responden adalah untuk mengetahui rincian profil responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun gambaran profil responden dari hasil penyebaran kuesioner dapat disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	37	40,2%
Perempuan	55	59,8%
Total	92	100%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2017

Profil responden berdasarkan tabel 4.1 jenis kelamin menjelaskan bahwa jenis kelamin yang terbesar dalam penelitian ini adalah perempuan yakni sebanyak 55 orang atau 59,8%, sedangkan laki-laki sebanyak 37 orang atau 40,2%, sehingga dari perbandingan persentase profil responden menurut jenis kelamin maka dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah dalam penelitian ini pada PT BNI Syariah Palembang adalah perempuan.

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan umur responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Profil Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
20-29 tahun	32	34,8%
30-39 tahun	45	48,9%
40-49 tahun	10	10,8%
>50 tahun	5	5,4%
Total	92	100%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 4.2 yakni profil responden berdasarkan umur menjelaskan bahwa umur responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah antara 20-29 yakni sebanyak 32 orang atau 34,8%, kemudian yang berumur 40-39 tahun yakni sebanyak 45 orang atau 48,9%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah produk deposito iB Hasanah pada PT BNI Syariah Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang memiliki umur antara 30-39 yakni sebanyak 45 orang atau 48,9% tahun.

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan pendidikan terakhir yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Umur	Frekuensi	Persentase
SMA/SMK	15	16,3%
Diploma	39	42,3%
S1	28	30,4%
S2	10	10,8%
Total	92	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 yakni profil responden berdasarkan pendidikan terakhir bahwa pendidikan terakhir responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah Diploma sebanyak 39 orang atau 42,3%, kemudian S1 sebanyak 28 orang atau 30,4%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah produk deposito iB Hasanah pada

PT BNI Syariah Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang pendidikan terakhirnya Diploma.

Tabel 4.4
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
PNS/TNI/POLRI	32	34,7%
Pegawai Swasta	23	25%
Wiraswasta	28	30,4%
Pelajar/ Mahasiswa	9	9,7%
Total	92	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 yakni profil responden berdasarkan pekerjaan bahwa pekerjaan responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah PNS/TNI/POLRI sebanyak 32 orang atau 34,7%, kemudian Wiraswasta sebanyak 28 orang atau 30,4%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah produk deposito iB Hasanah pada PT BNI Syariah Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang pekerjaannya PNS/TNI/POLRI.

2. Deskripsi Variabel Independen Produk Deposito iB Hasanah (X)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel produk deposito iB Hasanah (X) dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Mengenai Produk Deposito iB Hasanah(X)

No	Indikator	Frekuensi						Persentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Keuntungan	14	52	18	5	3	92	15,2%	56,5%	19,6%	5,4%	3,3%	100%
2	Produk	14	63	14	1	0	92	15,2%	68,5%	15,2%	1,1%	0%	100%
3	Akad	8	53	27	4	0	92	8,7%	57,6%	29,3%	4,3%	0%	100%
4	Waktu	15	51	23	2	1	92	16,3%	55,4%	25,0%	2,2%	1,1%	100%
5	Pelayanan	25	51	15	1	0	92	27,2%	55,4%	16,3%	1,1%	0%	100%
6	Masalah	11	53	22	6	0	92	12,0%	57,6%	23,9%	6,5%	0%	100%
7	Fasilitas	9	52	26	5	0	92	9,8%	56,5%	28,3%	5,4%	0%	100%
8	Penampilan	7	39	40	6	0	92	7,6%	42,4%	43,5%	6,5%	0%	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Dari indikator keuntungan berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 52 responden atau 56,5% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap saya memilih produk deposito iB Hasanah lebih menguntungkan dibandingkan produk lainnya yang ada di PT BNI Syariah Palembang (X1).

Dari indikator produk berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 63 responden atau 68,5% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap saya memilih produk deposito iB Hasanah karena memiliki pilihan mata uang rupiah dan US dollar (X2).

Dari indikator akad berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 53 responden atau 57,6% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap saya memilih produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang karena menggunakan akad *mudharabah* (X3).

Dari indikator waktu berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 51 responden atau 55,4% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap saya memilih produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah karena terdapat pilihan jangka waktu 1,3,6,12 bulan (X4).

Dari indikator pelayanan berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 51 responden atau 55,4% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap pegawai PT BNI Syariah Palembang mampu memberikan layanan dengan tepat waktu (X5).

Dari indikator masalah berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 53 responden atau 57,6% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap pegawai PT BNI Syariah Palembang mampu menyelesaikan permasalahan nasabahnya (X6).

Dari indikator fasilitas berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 52 responden atau 56,5% hal ini menunjukkan bahwa responden

menganggap saya memilih produk deposito iBHasanah diPT BNI Syariah karena memiliki fasilitas ARO (perpanjangan otomatis jika deposito jatuh tempo belum dicairkan) sehingga memberikan kemudahan (X7).

Dari indikator penampilan berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah netral sebesar 40 responden atau 42,4% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap pegawai PT BNI Syariah Palembang berpenampilan menarik tetapi tetap dalam syariat islam (X8).

3. Deskripsi Variabel Dependen Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel keputusan menjadi nasabah (Y) dapat di uraikan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

No	Indikator	Frekuensi						Persentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Kebutuhan	29	49	14	0	0	92	31,5%	53,3%	15,2%	0%	0%	100%
2	Informasi	10	52	17	13	0	92	10,9%	56,5%	18,5%	14,1%	0%	100%
3	Pencarian	10	69	12	1	0	92	10,9%	75,0%	13,0%	1,1%	0%	100%
4	Proses	11	66	14	1	0	92	12,0%	71,7%	15,2%	1,1%	0%	100%
5	Produk	22	58	12	0	0	92	23,9%	63,0%	13,0%	0%	0%	100%
6	Kemauan	14	53	22	3	0	92	15,2%	57,6%	23,9%	3,3%	0%	100%
7	Keraguan	14	54	23	1	0	92	15,2%	58,7%	25,0%	1,1%	0%	100%
8	Kepuasan	13	49	29	1	0	92	14,1%	53,3%	31,5%	1,1%	0%	100%
9	Penggunaan	8	62	13	9	0	92	8,7%	67,4%	14,1%	9,8%	0%	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Dari indikator kebutuhan berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 49 responden atau 53,5% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap saya memilih produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang karena mampu memenuhi kebutuhan saya (Y1).

Dari indikator informasi berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 52 responden atau 56,5% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap saya memilih produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang karena berbagai informasi yang saya dapatkan (Y2).

Dari indikator pencarian berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 69 responden atau 75,6% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap saya mencari informasi mengenai produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang dengan berbagai cara (Y3).

Dari indikator proses berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 66 responden atau 71,7% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap saya memilih produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang karena prosesnya lebih mudah dan cepat (Y4).

Dari indikator produk berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 58 responden atau 63,0% hal ini menunjukkan bahwa responden

menganggap menurut saya produk deposito iB Hasanah lebih baik dibandingkan dengan produk lain yang tersedia (Y5).

Dari indikator kemauan berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 53 responden atau 57,6% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap saya memilih produk deposito iB Hasanah karena kemauan sendiri dan bukan paksaan dari pihak lain (Y6).

Dari indikator keraguan berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 54 responden atau 58,7% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap saya tidak ragu untuk memilih produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang (Y7).

Dari indikator kepuasan berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 49 responden atau 53,3% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap saya merasa puas terhadap produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang (Y8).

Dari indikator penggunaan berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 62 responden atau 67,4% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap saya akan tetap menggunakan produk deposito iB Hasanah di masa yang akan datang (Y9).

B. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

a. Variabel Produk Deposito iB Hasanah (X)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0,2050. Berikut pengujian validitas pada variabel Produk Deposito iB Hasanah (X). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Produk Deposito iB Hasanah (X)

No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil Validitas
1.	X1	0,406	0,2050	Valid
2.	X2	0,537	0,2050	Valid
3.	X3	0,537	0,2050	Valid
4.	X4	0,567	0,2050	Valid
5.	X5	0,471	0,2050	Valid
6.	X6	0,672	0,2050	Valid
7.	X7	0,593	0,2050	Valid
8.	X8	0,439	0,2050	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.7 diatas hasil pengolahan data variabel Produk Deposito iB Hasanah (X) Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

b. Variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari 0,2050. Berikut pengujian validitas pada variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Produk Deposito iBHasanah (Y)

No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil Validitas
1.	Y1	0,529	0,2050	Valid
2.	Y2	0,752	0,2050	Valid
3.	Y3	0,582	0,2050	Valid
4.	Y4	0,596	0,2050	Valid
5.	Y5	0,519	0,2050	Valid
6.	Y6	0,612	0,2050	Valid
7.	Y7	0,528	0,2050	Valid
8.	Y8	0,562	0,2050	Valid
9.	Y9	0,675	0,2050	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.8 diatas hasil pengolahan data variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y) Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

2. Uji Realibitas

Realibilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dalam alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Dimana Kuisisioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari $> 0,60$ sedangkan apabila nilai *Cronbach Alpha* (α) $< 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Hasil uji Reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha (α)	Nilai Alpha	Hasil Realibilitas
1.	Produk Deposito iB Hasanah(X)	0,715	0,60	Reliabel
2.	Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	0,747	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.9 diatas bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha* melebihi nilai *Alpha*. Karena nilai seluruh *Cronbach Alpha* lebih besar pada 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana ini digunakan untuk mengetahui Produk Deposito iB Hasanah (X) dan Keputusan Menjadi Nasabah (Y) Pada PT BNI Syariah Palembang. Hasil analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.362	.390	6.057	.000
	Produk Deposito	.406	.102	.386	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel dengan bantuan program SPSS diperoleh persamaan regresi sederhana dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Dimana :

Y = Keputusan Menjadi Nasabah

a = Konstanta

b = Nilai X

X = Produk Deposito iB Hasanah

a = 2,362

b = 0,406

$$Y = 2,362 + 0,406 X$$

Bilangan Konstanta mempunyai nilai sebesar 2,362 (positif) menyatakan bahwa jika mengabaikan Produk Deposito iB Hasanah maka skor Keputusan Menjadi Nasabah (Y) adalah 2,362 Artinya masih tetap ada Keputusan Menjadi Nasabah walaupun nilai X terhadap Y bernilai nol (0).

Koefisien regresi X sebesar 0,406 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan skor Produk Deposito iB Hasanah akan meningkatkan skor Keputusan Menjadi Nasabah sebesar 0,406. Jika ada penurunan terhadap Produk Deposito (X) akan menurunkan Keputusan Menjadi Nasabah (Y).

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji T

Uji T bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Produk Deposito iB Hasanah secara individu/parsial berpengaruh terhadap variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.362	.390		6.057	.000
	Produk Deposito	.406	.102	.386	3.965	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Uji T dikatakan berpengaruh jika nilai T_{hitung} lebih besar dari $T_{tabel} > 1,986$ sedangkan apabila nilai T_{hitung} lebih kecil dari $T_{tabel} < 1,986$ maka uji T dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.12 diatas, maka dapat dijelaskan variabel Produk Deposito iB Hasanah secara individu/parsial berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT BNI Syariah Palembang sebagai berikut :

Pengaruh variabel Produk Deposito iB Hasanah (X) secara individu/parsial terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Berdasarkan tabel 4.12 diatas, maka dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel produk deposito iB Hasanah (X) sebesar = 3,965 terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) sebesar = 1,986 hal ini berarti $t_{hitung} 3,965 > t_{tabel} 1,986$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan produk deposito iB Hasanah (X) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y).

b. Uji Koefisien Determinasi / Uji R^2

Uji Koefisien Determinasi ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan Koefisien Determinasi dapat dilihat pada output *Model Summary*. Pada kolom R Square dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Adapun tabel yang disajikan dibawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.386 ^a	.149	.140	3.366

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.13 hasil output di atas menunjukkan bahwa pada kolom R Square diketahui jumlah persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas adalah sebesar 0,149 atau 14,9%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (variabel produk deposito iB Hasanah) terhadap variabel terikat (Keputusan Menjadi Nasabah) adalah sebesar 14,9%, sedangkan sisanya 85,1% (100% – 14,9%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel tersebut.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil dari uji validitas dan realibilitas menunjukkan bahwa uji validitas dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih besar dari $R_{tabel} > 0,2050$ dilihat dari pengujian diatas menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari R_{tabel} , artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Sedangkan hasil dari uji realibilitas menunjukkan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *murabahah* semua nilai *cronbach alpha* sudah melebihi nilai > 60 yang telah ditentukan.

Dari hasil analisis data variabel (X) Produk Deposito iB Hasanah dengan indikator keuntungan, produk, akad *mudharabah*, pilihan jangka waktu, pelayanan, masalah, fasilitas dan penampilan. Maka, kelompok produk deposito iB Hasanah mempunyai pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah dengan hubungan positif dan pengaruh signifikan sebesar 0,458%. Sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Ainun tahun 2011 meneliti tentang Pengaruh Produk Deposito Thoyyibah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Syariah Palembang, dapat disimpulkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semua variabel independen secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan deposito thoyyibah.

Dalam pengaruh Produk Deposito iB Hasanah(X) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Peneliti menguji dengan uji T. Yaitu dilihat dari tabel (*Coefficients*) bahwa T hitung lebih besar dari T tabel dengan taraf signifikansi Produk Deposito iB Hasanah (X) = 0.000. Maka dapat dijelaskan bahwa variabel antara produk deposito iB Hasanah (X) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) berpengaruh signifikan.

Hasil dari Uji Koefisien Determinasi R^2 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel bebas (variabel produk deposito iB Hasanah) terhadap variabel terikat (keputusan menjadi nasabah) adalah sebesar 0.149 atau 14,9%, sedangkan sisanya 85,1% (100% – 14,9%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ainun tahun 2011 meneliti tentang Pengaruh Produk Deposito Thoyyibah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Variabel yang digunakan yaitu Produk Deposito Thoyyibah. Adapun metode pengumpulan data yaitu dengan menggunakan observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis yang dipakai adalah regresi linear sederhana dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh produk deposito thyyibah secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Hermawan tahun 2012 menjelaskan tentang Pengaruh Produk Bank Mandiri Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Jakarta, dapat disimpulkan bahwa variabel produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri, sehingga pengaruh produk terhadap keputusan menjadi nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan pada Bank Syariah Mandiri Jakarta. Adapun metode pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang dipakai adalah regresi linear sederhana dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh produk Bank Mandiri Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan, Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Maka dari kesimpulan dua penelitian diatas menunjukkan bahwa ada dukungan dari penelitian ini untuk penulis mengkajinya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Produk Deposito iB Hasanah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y) pada PT BNI Syariah Palembang. Variabel Produk deposito iB Hasanah berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) pada PT BNI Syariah Palembang. Sehingga semakin baik Produk Deposito iB Hasanah maka akan semakin tinggi jumlah nasabah dalam pengambilan keputusan menjadi nasabah pada PT BNI Syariah Palembang dengan demikian hipotesis yang menyatakan “terdapat pengaruh produk deposito terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT BNI Syariah Palembang” terbukti.

B. Saran

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

1. Dari sisi akademis

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mahasiswa dalam melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang lebih

banyak (jumlah variabel bebas) serta dalam melakukan penelitian hendaknya dilakukan di berbagai tempat.

2. Dari sisi perusahaan (PT BNI Syariah Palembang)

Untuk perkembangan dalam PT BNI Syariah Palembang sendiri ini sangat diperlukan, karena tidak ada batas teritorial dalam perdagangan, dengan demikian kegiatan operasional pada PT BNI Syariah Palembang akan berjalan dengan lancar. Serta tingkatkan produk deposito iB Hasanah untuk menjadi daya tarik nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, *Analisis Regresi*, (Yogyakarta:BPEF UGM, 2000)
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ghalia Indonesia, 2010)
- Arifin Zainul, *Memahami Bank Syariah*, (Jakarta : Alvabet, 2000)
- Diga Damar Kinanta, *Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri*.Program Perbankan, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Jurnal Tidak Diterbitkan.
- E. Catur Rismiati dan LG. Bondan Suratno, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta: Kanisus, 2001)
- Erwan Agus Purwanto, Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif (Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial)*, (Yogyakarta : Gaya Media, 2011)
- Hasan Ali, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Gralia Indonesia, 2010), hal.15
- Ichsan, Hasan. *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Referensi, 2014)
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multiverat Dengan Program SPSS*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006)
- Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana, 2011)
- Ismail. *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: Kencana. 2012)
- Jonathan Sarwono & Tutty Martsdiredja, *Riset Bisnis Untuk Pengambilan Keputusan*, (Yogyakarta: Andi,2008)
- Karim, Adiwarmarman. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Grafindo Persada,2010)

- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010)
- Muhammad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008)
- Muhammad Ainun, *Pengaruh Produk Deposito Thoyyibah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Syariah Palembang*.
Program Diploma III Ekonomi, Universitas Sriwijaya Palembang : Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.
- Morissan, *Periklanan Komunikasi Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010)
- M. Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005)
- Nur Maya , *Pengaruh Produk Deposito Haniah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Sumsel Babel Syariah*, uin syarif hidayatullah:
Jurnal Tidak Diterbitkan.
- Philip Kothler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip manajemen, Jilid 1 Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Oleh Sihombing, MBA*, (Jakarta: Erlangga, 2001)
- Rahmat Hermawan, *Pengaruh Produk Bank Mandiri Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Jakarta*.
Program Perbankan, UIN Syarif Hidayatullah: Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Rani Puspita, *Analisis Perbandingan Produk Deposito iB Hasanah dan Produk Giro iB Hasanah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank*

Negara Indonesia Syariah KC Semarang (Fakultas Syariah IAIN

Walisongo Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan.

Ratih Hurriyati. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.*

Bandung:Alfabeta, 2010)

Sugiyono,*Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d,* (Bandung: Alfabeta,

2014)

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan,* (Bandung: Alfabeta, 2010)

Zulian Yamit. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* (Yogyakarta: Ekonista,

2005)

<http://www.kajianpustaka.com/2014/03/keputusan-pembelian.html>

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Nasabah

PT BNI Syariah Palembang

Di

Palembang

Assalamu'alaikum, wr, wb.

Diberitahukan dengan hormat, bahwa saya adalah mahasiswa jurusan Diploma III Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang sedang mengadakan penelitian dengan judul "**Pengaruh Produk Deposito iB Hasanah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT BNI Syariah Palembang**".

Sebab dengan itu saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk berpartisipasi mengisi angket (kuesioner) sebagaimana terlampir. Data tersebut hanya untuk kepentingan penulisan karya ilmiah (Tugas Akhir), bukan untuk kepentingan lainnya dan bukan untuk dipublikasikan. Bapak/Ibu/Saudara bebas menentukan pilihan jawaban pada kuesioner. Peran Bapak/Ibu/Saudara ini sungguh sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian ini. Oleh karena itu dengan tulus kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, wr, wb.

Hormat Saya,

Faradilla Putri Ramadhani

NIM. 14180076

KUESIONER

Pengaruh Produk Deposito iB Hasanah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah
Pada PT BNI Syariah Palembang

I. Karakteristik Responden

Isilah daftar kuesioner, berilah tanda silang (X) pada jawaban yang tersedia:

1. Jenis Kelamin

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

2. Usia Responden

- a. 20-29 tahun
- b. 30-39 tahun
- c. 40-49 tahun
- d. 50 tahun ke atas

3. Pendidikan Terakhir

- a. SMA/SMK Sederajat
- b. Diploma
- c. S1
- d. S2
- e. Lain-lain, Sebutkan:.....

4. Pekerjaan

- a. PNS/TNI/POLRI
- b. Pegawai Swasta
- c. Wiraswasta
- d. Pelajar/ Mahasiswa
- e. Lain-lain, Sebutkan:.....

II. Pertanyaan Penelitian

Petunjuk Pengisian: Berilah tanda *check list* (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan penilaian anda. Kriteria penilaian:

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

PRODUK DEPOSITO IB HASANAH						
A. Kualitas						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memilih produk deposito ib hasanah lebih menguntungkan dibandingkan produk lainnya yang ada di PT BNI Syariah Palembang.					
2.	Saya memilih produk deposito ib hasanah karena memiliki pilihan mata uang rupiah dan US Dollar.					
B. Keistimewaan						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
3.	Saya memilih produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang karena menggunakan akad <i>mudharabah</i> .					
4.	Saya memilih produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah karena terdapat pilihan jangka waktu 1,3,6,12 bulan.					
C. Kehandalan						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
5.	Pegawai PT BNI Syariah Palembang memberikan layanan dengan tepat waktu.					
6.	Pegawai PT BNI Syariah Palembang mampu menyelesaikan permasalahan nasabahnya.					
D. Kemudahan						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
7.	Saya memilih produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang karena memiliki fasilitas ARO (perpanjangan otomatis jika deposito jatuh tempo belum dicairkan) sehingga memberikan kemudahan.					

E. Penampilan						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
8.	Pegawai PT BNI Syariah Palembang berpenampilan menarik tetapi tetap dalam syariat islam.					

KEPUTUSAN MENJADI NASABAH						
A. Pengenalan Masalah						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
9.	Saya memilih produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang Karena mampu memenuhi kebutuhan saya.					
B. Pencarian Informasi						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
10.	Saya memilih produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang karena berbagai informasi yang saya dapatkan.					
11.	Saya mencari informasi mengenai produk deposito iB Hasanah dengan berbagai cara.					
C. Evaluasi Alternatif						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
12.	Saya memilih produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang karena prosesnya lebih mudah dan cepat.					
13.	Menurut saya produk deposito iB Hasanah lebih baik dibandingkan dengan produk lain yang tersedia.					
D. Keputusan Pembelian						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
14.	Saya memilih produk deposito iB Hasanah karena kemauan sendiri dan bukan paksaan dari pihak lain.					
15.	Saya tidak ragu untuk memilih produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang.					
E. Keputusan Pasca Pembelian						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
16.	Saya merasa puas terhadap produk deposito iB Hasanah di PT BNI Syariah Palembang.					
17.	Saya akan tetap menggunakan produk deposito iB Hasanah dimasa yang akan datang.					

No Responden	PRODUK DEPOSITO IB HASANAH (X)											KEPUTUSAN MENJADI NASABAH (Y)									
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	TOTAL X	Rata-Rata	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL Y	Rata-rata
1	4	4	4	5	5	4	4	4	34	4.25	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38	4.22
2	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4.13	4	4	4	4	5	5	5	3	4	38	4.22
3	3	3	4	5	4	4	4	3	30	3.75	3	3	4	4	5	5	4	4	3	35	3.89
4	5	5	4	3	5	4	3	3	32	4.00	3	3	4	4	3	3	3	4	3	30	3.33
5	4	5	5	5	4	4	5	5	37	4.63	4	4	4	5	4	5	5	5	4	40	4.44
6	4	5	5	5	4	4	5	5	37	4.63	4	4	4	5	4	5	5	5	4	40	4.44
7	4	4	4	4	5	4	5	5	35	4.38	5	4	4	4	5	4	4	5	4	39	4.33
8	4	4	4	4	5	4	5	3	33	4.13	5	4	4	4	4	5	3	3	4	36	4.00
9	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3.88	4	5	5	4	4	4	4	5	5	39	4.33
10	3	3	3	4	4	4	4	3	28	3.50	3	4	4	5	5	4	4	3	4	36	4.00
11	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3.88	4	4	4	4	4	5	4	5	4	38	4.22
12	3	3	4	4	5	5	3	3	30	3.75	4	4	4	4	4	5	3	4	4	36	4.00
13	2	4	4	4	4	2	3	3	26	3.25	5	3	4	4	4	4	4	4	3	35	3.89
14	2	4	4	4	4	2	3	3	26	3.25	5	4	3	2	3	4	5	4	4	34	3.78
15	4	4	2	3	4	2	3	3	25	3.13	3	2	4	4	4	3	4	3	2	29	3.22
16	4	4	2	3	4	2	3	3	25	3.13	3	2	4	4	3	3	4	3	2	28	3.11
17	4	4	2	4	4	4	4	4	30	3.75	4	2	3	3	4	3	3	3	2	27	3.00
18	3	4	3	3	5	3	3	3	27	3.38	3	2	3	3	4	3	4	4	2	28	3.11
19	4	4	2	4	4	4	4	3	29	3.63	4	2	3	3	4	3	3	3	2	27	3.00
20	3	4	3	3	5	3	3	3	27	3.38	3	2	3	3	4	3	4	4	2	28	3.11
21	4	4	3	4	4	4	4	4	31	3.88	4	2	4	4	4	4	4	4	2	32	3.56
22	4	4	3	4	3	3	4	5	30	3.75	4	2	4	4	4	4	4	4	2	32	3.56
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4	4	4	4	4	2	3	3	4	32	3.56
24	4	4	4	4	3	3	3	3	28	3.50	5	4	4	3	3	4	3	2	4	32	3.56
25	4	4	4	4	4	3	4	4	31	3.88	4	3	4	4	4	4	4	3	3	33	3.67
26	4	4	3	3	4	3	4	5	30	3.75	4	3	4	4	4	3	4	4	3	33	3.67
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5.00
28	4	4	4	5	5	4	3	4	33	4.13	5	5	5	4	4	4	3	3	5	38	4.22
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	4.11
30	4	3	4	3	4	4	4	3	29	3.63	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	3.89
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4.00
32	4	4	3	3	4	4	4	3	29	3.63	3	3	3	4	4	4	4	4	3	32	3.56
33	1	4	4	4	4	4	4	4	29	3.63	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38	4.22
34	5	3	4	1	3	3	4	3	26	3.25	5	4	4	3	3	4	4	4	4	35	3.89
35	5	5	4	4	5	4	4	3	34	4.25	4	3	4	4	4	4	5	5	3	36	4.00
36	5	5	4	4	5	4	4	3	34	4.25	4	3	4	4	4	4	5	5	3	36	4.00
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4.00
38	5	4	3	2	4	4	5	3	30	3.75	3	2	4	3	4	3	4	3	2	28	3.11
39	4	4	3	4	4	4	4	3	30	3.75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4.00
40	4	4	5	3	3	3	4	4	30	3.75	4	4	4	4	4	3	3	3	4	33	3.67
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4.00
42	4	4	3	3	4	4	3	3	28	3.50	4	4	3	3	4	4	3	3	4	32	3.56
43	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4.25	5	5	5	4	4	5	4	5	5	42	4.67
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4	3	4	4	4	4	4	3	3	33	3.67
45	4	4	4	4	3	3	4	4	30	3.75	4	3	4	4	4	3	3	4	3	32	3.56
46	5	5	4	5	5	5	5	4	38	4.75	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38	4.22
47	5	5	4	3	4	4	3	3	31	3.88	5	4	4	4	5	4	4	3	4	37	4.11
48	4	4	3	4	4	4	3	3	29	3.63	5	4	4	3	3	3	3	3	4	33	3.67
49	3	4	4	5	5	5	4	3	33	4.13	4	4	3	3	4	5	5	3	4	35	3.89
50	2	2	4	3	3	3	4	4	25	3.13	5	5	5	3	3	3	4	4	5	37	4.11
51	3	3	4	4	4	5	5	5	32	4.00	3	3	3	3	4	4	3	4	3	30	3.33
52	5	5	5	4	5	4	3	2	33	4.13	3	3	4	4	3	3	4	4	3	31	3.44
53	5	5	5	5	3	3	3	3	32	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4.00
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	5	4	4	5	5	4	4	4	4	39	4.33
55	3	3	3	3	4	4	3	3	26	3.25	5	4	4	4	5	5	4	4	4	39	4.33
56	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4.25	5	4	4	4	5	4	5	4	4	39	4.33
57	5	4	4	4	3	3	3	3	29	3.63	5	4	4	4	5	4	5	4	4	39	4.33
58	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4.13	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	4.11
59	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4.25	4	5	4	4	4	3	3	3	4	34	3.78
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5.00	5	6	5	5	5	4	4	4	5	43	4.78
61	4	4	4	5	3	3	3	3	29	3.63	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43	4.78
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34	3.78
63	4	4	3	3	4	3	4	3	28	3.50	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32	3.56
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34	3.78
65	4	4	4	3	4	4	4	3	30	3.75	4	2	4	4	3	3	2	3	4	29	3.22
66	2	4	4	4	5	4	4	2	29	3.63	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	4.22
67	4	4	4	2	3	3	2	3	25	3.13	4	4	4	4	3	3	3	3	4	32	3.56
68	4	4	4	5	4	5	5	4	35	4.38	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44	4.89
69	5	5	5	5	4	4	3	3	34	4.25	4	5	5	5	5	4	4	4	4	40	4.44
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4.00
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34	3.78
72	5	5	3	3	5	5	3	3	32	4.00	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4.11
73	3	4	5	5	3	3	2	4	29	3.63	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4.11
74	4	3	3	3	4	3	3	3	26	3.25	5	2	4	4	4	4	4	4	4	35	3.89
75	3	3	3	3	4	4	4	4	28	3.50	5	3	2	4	3	4	3	4	4	32	3.56
76	4	4	3	4	4	4	3	3	29	3.63	4	3	3	4	4	4	4	3	4	33	3.67
77	3	4	5	5	5	5	3	4	34	4.25	3	4	4	3	4	3	3	4	4	32	3.56
78	3	4	3	3	3	4	2	2	24	3.00	4	4	4	4	5	3	3	3	4	34	3.78
79	3	4	3	3	5	4	4	3	29	3.63	4	4	4	4	5	3	3	3	4	34	3.78
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4.00
81	3	3	3	3	2	3	4	5	26	3.25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4.00
82	1	4	3	4	5	5	3	4	29	3.63	5	4	4	4	4	4	3	4	4	36	4.00
83	4	4	4	4	3	3	2	2	26	3.25	5	4	4	4	4	3	3	3	4	34	3.78
84	4	3																			



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

Formulir C.2

No :
Hal : Persetujuan Tugas Akhir Untuk Diuji

Kepada Yth,
Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah disetujuinya judul dan permasalahan Tugas Akhir Mahasiswa:

Nama : Faradilla Putri Ramadhani
Nim/Jurusan : 14180076 / D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : "Pengaruh Produk Deposito iB Hasanah Terhadap
Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT BNI Syariah
Palembang"

Telah selesai dibimbing seluruhnya dan dapat diajukan untuk mengikuti ujian *munaqosyah*.

Demikianlah pemberitahuan dari kami, kami lampirkan Tugas Akhir mahasiswa yang bersangkutan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing Utama

Pembimbing Kedua

Maya Panorama, SE, M.Si., Ph.D
NIP. 197511102006042002

Hj.Siti Mardiyah, SHI, Msh
NIP. 140601101302



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

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

Formulir D.2

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 : Faradilla Putri Ramadhani
Nim/Jurusan : 14180076 / D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Produk Deposito Islamic Banking Hasanah Terhadap
Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT BNI Syariah 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, Mei 2017

Penguji Utama

Penguji Kedua

Dr. Listiawati, M.HI
NIP. 196010122006042001

Zuul Fitriani Umari, M.HI
NIK. 1605061761

Mengetahui
Wakil Dekan I

Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag
NIP. 197509282006042001