PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN *E-CHANNEL*

(Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi S1 Perbankan Syariah

IAIN
BUKITTINGGI

Acc utk dimunaqasah
pembimbing II
Kamis, 31/10-19

Oleh:

TOMI DARMA PUTRA

NIM. 3314.383

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI

TAHUN 2019M / 1440H

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *E-Channel* (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi)" oleh Tomi Darma Putra, Nim 3314.383, Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh kondisiteknologi yang tidak hanya sebagai faktor pendukung, namun berkembang pesat menjadi aspek penentu bagi kemajuan dunia perbankan yang kompetitif. Bank yang tidak mengedepankan teknologi dalam pelayanannya cenderung sulit untuk maju dan berkembang. Keunggulan dari teknologi yang diterapkan bahkan dapat membangun kepercayaan publik.Pemanfaatan teknologi yang berkembang begitu pesat sehingga menciptakan suatu produk baru bagi bank yang dikenal dengan istilah *e-channel*. Pada dasarnya bank menawarkan produk yang hampir sama dengan produk bank lainnya. Salah satu hal yang membedakan adalah kualitas pelayanan yang mampu diberikan. Karena kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mampu menentukan kelangsungan kegiatan perbankan termasuk dalam menarik minat nasabah.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini mempuyai 100 responden yang merupakan nasabah dari Bank Syariah Mandiri. Pengambilan jumlah sampel menggunakan teknik *probability sampling design* dengan rumus perhitungan sampel Slovin. Data yang digunakan ialah data primer yang diperoleh dari hasil kuisioner yang telah di isi. Pada penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji validitas, uji asumsi klasik, uji regresi sederhana, uji R^2dan uji t dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap minat (Y) dengan tingkat signifikan 0,02 yang memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,209 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,660 maka 3,209>1,660yang berarti Ho ditolak Ha diterima, maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada minat nasabah dalam menggunakan *e-channel*. Kemudian hasil $R^2$0,771 atau 77,1% variabel minat nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sedangkan sisanya 22,9% dijelaskan oleh variabel lain. Kesimpulannya dari penelitian ini yaitu variabel kualitas pelayanan berpengaruh pada minat nasabah menggunakan *e-channel* pada bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi.

Kata Kunci: Kualtas Pelayanan, *E-Channel*, Minat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi dalam Islam bertujuan untuk mewujudkan kehidupan yang baik dengan memberi kesempatan bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk itu, manusia perlu hidup dengan pola kehidupan rabbani sekaligus manusiawi sehinnga ia mampu melaksanakan kewajiban kepada tuhan, kepada dirinya, keluarga dan kepada manusia lain secara umum. Manusia dalam sistem ekonomi Islam adalah tujuan sekaligus sasaran dalam setiap kegiatan ekonomi karena ia telah dipercayakan sebagai khalifah-Nya. Allah memberikan kepada manusia beberapa kemampuan dan sarana yang memungkinkan mereka melaksanakan tugasnya. Karena itu, manusia wajib beramal dengan berkreasi dan berinovasi dalam setiap kerja keras mereka.[1]

Islam merupakan agama yang memiliki aturan-aturan tertentu untuk makhluknya. Aturan itu mencakup berbagai persoalan, apakah persoalan itu dibidang muamalah (sosial) ataupun dibidang ibadah yang merupakan sarana manusia untuk berhubungan dengan sang pencipta.

Hukum Islam adalah tata aturan yang mencakup dan memberikan ketentuan hukum terhadap semua perbuatan manusia dalam segala keadaannya, baik dalam hubungan pribadi, masyarakat maupun hubungan antar agama. Al-Quran sebagai pegangan hidup umat Islam telah mengatur

[1]Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015)h. 11

kegiatan bisnis secara eksplisit dan memandang bisnis sebagai sebuah pekerjaan yang menguntungkan serta menyenangkan, sehingga al-Quran sangat mendorong dan memotivasi umat Islam untuk melakukan tranksi bisnis yang memperhatikan keadilan sosial bagi masyarakat luas karena keadilan merupakan salah satu nilai yang dijunnjung tinggi dan menjadi dambaan serta harapan bagi manusia.[2]

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen tentu saja memberikan manfaat yang besar untuk kelanjutan usaha dimasa yang akan datang. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa sesuai dengan yang dipersepsikan konsumen. Pada dasarnya kepuasan konsumen dipersepsikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan atasa barang atau jasa setelah mereka memperoleh atau menggunakannya.

Pelayanan yang baik merupakan hal yang menciptakan rasa puas terhadap seorang konsumen. Dimana dalam pandangan Islam pelayanan merupakan segala sesuatu yang harus dilakukan dengan benar, rapi, tertib, teratur dan prosesnya yang baik. Segala sesuatu tidak boleh dikerjkan secara asal-asalan, seperti yang terdapat didalam Al-Quran surat Ali Imran ayat 159:[3]

فَبِمَا رَحۡمَةٖ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمۡۖ وَلَوۡ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلۡقَلۡبِ لَٱنفَضُّواْ مِنۡ حَوۡلِكَ

Yang artinya: *maka dengan rahmat Allah engkau berlaku lemah lembut terhadap mereka, sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar tentulah mereka menjauhkan dari sekitarmu.*

[2]Muhammad Zain, *Ekonomi dan Bisnis Islam Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016)h. 97

[3]Al-Quran, 2:159.

Ayat tersebut menegaskan bahwa Kita dituntut untuk bersikap lemah lembut agar orang tersebut merasa nyaman kepada kita dan harus menghindari sikap kasar serta hati yang keras agar mereka tidak menjauhi kita. Islam sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang baikdan bukan yang buruk serta menjelaskan bagaimana besikap kepada seseorang. Pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani, melainkan juga mengerti, memahami dan juga merasakan. Dengan demikan penyampaian akan sampai pda heart share dan memperkokoh didalam mind share konsumen.[4]

Terlepas dari hal diatas pada saat ini era globalisasi teknologi berkembang semakin pesat seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju. Perkembangan teknologi ini pun terjadi secara menyeluruh hampir disemua bidang. Baik itu penemuan dibidang industri, kesehatan, informasi, komputerisasi dan lain-lain. Hal ini juga berdampak pada industri perbankan yang menyebabkan mereka harus terus mencari inovasi terbaru untuk produk-produknya agar masyarakat umum khususnya nasabah dapat mengakses layanan perbankan dengan mudah dan efektif.

Dalam upaya meningkatkan layanan dan mempermudah akses nasabah atau pelanggannya, perbankan menggunakan dan selalu meng-update teknologi informasi dan komunikasi yang ada. Untuk mencapai prestasi yang semakin meningkat, perbankan membutuhkan peranan teknologi informasi untuk mempercepat pertumbuhannya. Dari berbagai bidang industri,

[4]Sunardi dan Sri Handayani, *Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan Terhadap Lembaga Amil Zakat Infak Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia* (Tangerang: Islaminomic Jurnal, 2014)h. 87

perbankan merupakan perusahaan yang mengadopsi teknologi informasi terbesar, penggunaannya sangat meluas baik untuk efisiensi internal maupun untuk kepentingan nasabah. Teknologi informasi yang menjadi penunjang maju dan berkembangnya pelayanan jasa perbankan seperti teknologi *Electronic Banking* atau *E-Banking,* pada Bank Syariah Mandiri lebih dikenal dengan nama *E-channel.*

*E-channel*merupakan suatu produk bank yang tercipta dari pemanfaatan ilmu teknologi yang sedang berkembang.*E-channel* ialah produk bank yang memberikan pelayanan berbasis teknologi informasi. Dimana pada saat ini teknologi menfasilitasi dan membentuk keseharian dari individu.

Pada umumnya*E-channel* merupakan fasilitas yang diberikan bank kepada nasabah untuk melakukan transaksi perbankan selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu melalui jaringan internet dengan mudah, nyaman, aman dan murah. Layanan *E-channel* juga memberikan fitur dan kemudahan, karena dengan menggunakan *E-channel*nasabah dapat melakukan transaksi non keuangan seperti mengecek saldo rekening, mutasi rekening dan mencetak rekening koran serta dapat melakukan berbagai transaksi seperti tranfer rekening antar bank.

Layanan *E-channel*juga menawarkan sejumlah peluang kepada lembaga keuangan untuk meningkatkan pendapatan terhadap nasabahnya. Jadi *Internet Banking* atauyang juga dikenal dengan istilah *online banking* atau *e-banking* tersebut memungkinkan nasabah bank dapat melakukan hampir semua transaksi perbankan melalui sarana internet, khususnya *via web* yang mirip

dengan penggunaan mesin ATM sehingga nasabah dapat melakukan pengecekan rekening, transfer dana antar rekening, hingga pembayaran tagihan-tagihan rutin bulanan (listrik, telepon). Dengan menggunakan layanan ini nasabah merasa mendapatkan keuntungan terutama bila dilihat dari waktu dan tenaga yang dapat dihemat, karena transaksi *E-banking*bebas antrian dan dapat dilakukan dari mana saja sepanjang nasabah dapat terhubung dengan jaringan internet.

Belakangan ini peran teknologi tidak hanya sebagai faktor pendukung, namun berkembang pesat menjadi aspek penentu bagi kemajuan dunia perbankan yang kompetitif. Bank yang tidak mengedepankan teknologi dalam pelayanannya cenderung sulit untuk maju dan berkembang. Keunggulan dari teknologi yang diterapkan bahkan dapat membangun kepercayaan publik.

Menyadari semakin ketatnya persaingan yang terjadi di dunia bisnis ini, kualitas pelayanan perbankan semakin meningkat dan persaingan pada jasa perbankan semakin kompleks. Hal ini membuat setiap perbankan selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya agar kepuasan nasabah dapat terwujud. Sementara dari sisi produk, kebanyakan bank menawarkan produk yang hampir sama dengan produk bank lainnya dimana jenis layanan yang disediakan oleh bank biasanya berkaitan erat denga tipe nasabah yang ingin dilayani.[5] Salah satu hal yang bisa membedakan bank satu dengan yang lainnya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan

[5]Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015)h. 85

merupakan faktor utama yang mampu menentukan kelangsungan kegiatan perbankan, termasuk dalam menarik minat para nasabah

Kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah akan mampu meningkatkan kepercayaan terhadap bank. Kepercayaan nasabah merupakan faktor utama dalam membangun dunia perbankan yang baik. Faktor kepercayaan ini pulalah yang merupakan etika perbankan dalam hubungannya dengan pihak lain. Dalam mengelola kepercayaan tersebut, bankir harus memiliki etika, moral, akhlak dan keahlian dibidang perbankan.[6] Pemberian pelayanan yang baik juga akan menumbuhkan citra yang baik pula pada nasabah. Kualtas layanan (*service quality*) berarti seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan atas layanan yang mereka terima. Dapat juga didefinisikan sebagai hasil persepsi dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual layanan. Dari kedua pendapat diatas dapat diketahui ada dua unsur utama dalam kualitas layanan yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*).

Etika berasal dari perasaan kebenaraan yang ada pada tiap-tiap hati sanubari manusia.[7] Etika adalah jawaban terhadap pertanyaan seorang manusia modern suatu organisasi modern atau suatu masyarakat modern yang selalu mempunyai etos (*ethos*). Etos ini menjadi karakteristik sifat khas nya. Etos adalah suatu kode hidup atau tekad untuk selalu menjunjung tinggi dan berbuat yang paling baik. Etika yang baik itu adalah a. kejujuran (*honestey*) yang mengatakan dan berbuat yang benar menjunjung tinggi kebenaran, b.

[6]Abdul Aziz,*Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013)h. 280
[7] Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung:Alfabeta, 2010)h. 186

ketetapan (*reliability*) janjinya selalu tepat tepat menurut isi janji (*ikrar*), waktu, tempat, dan syarat, c. Loyalitas: setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikannya, d. Disiplintanpa tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan.[8]

Dengan demikian kepuasan pelanggan merupakan respon dari pelanggan terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kualitas layanan yang dirasakan nasabah serta kepuasan adalah terkait dengan retensi nasabah dan profitabilitas, meskipun hubungan diantara konstruk-konstruk ini belum ditetapkan sepenuhnya. Oleh karena itu kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Faktanya dilapangan yang kita temui ialah bank berupaya semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang mereka miliki, terutama dalam menawarkan prduk-produknya kepada nasabah agar nasabah berminat dalam menggunakannya. *E-banking* merupakan salah satu produk yang sering ditawarkan bank saat ini kepada nasabah. Pada dasarnya yang kita ketahui bahwasanya*e-banking* di ciptakan untuk memberikan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi di bank. Terlepas dari hal tersebut, kemudahan yang ditawarkan oleh *e-banking* tidak begitu saja membuat nasabah langsung tertarik untuk menggunakannya. Kenyataannya yang kita lihat bank terus

[8]Pandji Anoragam, *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011)h. 113

berupaya sebisa mungkin membujuk nasabah untuk menggunakan layanan dari *e-banking* tersebut.

E-banking merupakan jawaban dari semua keinginan nasabah yang mana nasabah selalu mengiginkan kemudahan dan kepraktisan dalam aktifitasnya di bank serta yang diiringi dengan kualitas pelayanan maksimal karena itu merupakan suatu hal yang fundamental terhadap nasabah. Dengan demikian, seharusnya para nasabah sudah banyak yang menggunakan produk dari *E-banking* tersebut. Namun kenyataannya yang penulis temui dilapangan pada Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi ialah masih rendah nya minat dari nasabah yang mengggunakan produk-produk dari *E-banking* tersebut. Berikut jumlah nasabah yang menggunakan produk *E-banking*:[9]

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah Pengguna Produk *E-banking* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi

Nama Produk	**Jumlah Nasabah**	
	2016	**2017**
Mobile Banking	865	1189
Internet Banking	390	403
Phone Banking	131	200

Sumber: Hasil observasi awal 2018

Tabel diatas dapat kita lihat jumlah nasabah yang menggunakan produk-produk dari *e-channel.* Pada tahun 2016 ke tahun 2017 jumlah total nasabah yang menggunakan *mobile banking* mengalami peningkatan sebesar 37% persen atau bertambah sebanyak 324 orang. Penggunaan pada *internet banking* dan *phone banking* juga mengalami peningkatan sebesar 3,3%

[9]Hasil Observasi Awal Penelitian Di Bank Syariah Mandiri

ataubertambah sebanyak 13 orang dan 52% atau bertambah sebanyak69 orang untuk *phone banking*. Jika kita lihat dari hal tersebut memang tiap tahun terus mengalami peningkatan walaupun dengan jumlah yang tidak signifikan dibandingkan dengan jumlah nasabah yang mendaftar *e-channel* sebanyak 11.027 orang.[10] Nasabah yang memakai produk-produk dari *e-channel* belum seberapa dari jumlah nasabah yang mendaftar. Jika dipersentasekan, hanya 16,2% nasabah yang menggunakan produk dari *e-channel.*

Berdasarkan uraian diatas penulis mengambil sebuah objek penelitian sebagai judul proposal yaitu **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *E-Channel* (STudi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi).**

B. Identifikasi Masalah.

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Perkembangan yang dialami perbankan tidak bisa dilepaskan dari berkembangnya sebuah ilmu teknologi,
2. *E-channel* diciptakan unuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi dan beban kerja perbankan serta meningkatkan mutu layanan perbankan berbasis teknologi dan informasi.
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (X1) yang diterima nasabah terhadap minat (Y) dalam menggunakan *E-channel.*

[10]Hasil Observasi Awal Penelitian Di Bank Syariah Mandiri pada 16 Oktober 2018

C. Batasan Masalah

Supaya permasalahan dalam penelitian ini tidak melebar dan mengembang sehingga mengesampingkan permasahan mendasar yang menjadi titik tolak dalam proposal ini, penulisan ini dibatasi pada seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan yang diterima nasabah terhadap minat dalam menggunakan *e-channel.*

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah yaitu seberapa besarkualitas pelayanan (X1) yang diterima nasabah terhadap minat (Y) dalam menggunakan *E-channel*pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi ?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besarpengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap minat nasabah dalam menggunakan *E-channel* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi.

F. Manfaat Penelitian

Sedangkan penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Manfaat Akademik Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan khasanah ilmu pengetahuan dan pengembangan dalam lembaga perbankan. Khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi S1 Perbankan Syariah.

2. Manfaat Sosial Praktis.

a. Bagi lembaga perbankan

1) Untuk dasar keputusan dalam upaya memecahkan masalah yang timbul sebagai tujuan praktis.
2) Untuk meramalkan suatu kejadian sehingga bisa dihindari terjadinya kejadian yang tidak diinginkan atau untuk dapat membuat perencanaan lebih baik.

b. Bagi penulis

Penelitian ini akan memberi manfaat yang sangat berharga berupa pengalaman praktis dalam penelitian ilmiah. Sekaligus dapat dijadikan referensi ketika mengamalkan ilmu terutama di lembaga perbankan. Serta menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi.

G. Penjelasan Judul

Untuk mengetahui suatu gambaran yang jelas dan untuk menghindari pengertian yang salah, maka penulis mencoba menjelaskan judul penelitian tentang "**Pengaruh Teknologi dan Informasi Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *E-Channel*"**

Pengaruh : Merupakan daya yang ada atau timbul dari seuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, tau perbuatan seseorang.

Kualitas Pelayanan : segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh seseorang aau penyelenggara jasa secara

maksimal dengan segala keunggulan dalam ranggka memenuhi kebuuhan dan harapan pelanggan

Minat : Merupakan kecendrungan hati yang tinggi terhadap sesuatu (gairah, keinginan).

Nasabah : Adalah pihak yang menggunakan jasa bank bank syariah dan unit usaha syariah.[11]

E-Channel : Ialah layanan bank berbasis internet.

H. Sistematika Penulisan

Untuk terarahnya proposal ini, maka penulisan ini terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN.

Berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan judul, kajian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI.

Bab ini terdiri dari landasan teori yang menjelaskan mengenai bank dan bank syariah, poduk bank dan tentang echannel. Pada bab ini terdapat kerangka pemikiran dan hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah.

BAB III: METODOLOGI PENEliTIAN

Berisikan tenteng jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

[11]UU RI No 21 tahun @008 tentang Perbankan Syariah

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Berisikan tenteng gambaran umum PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi, serta menjelaskan tentang hasil dari penelitian apakah benar pendugaan dari hipotesis yang penulis perkirakan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini memaparkan tentang kesimpulan berdasarkan penelitian yang dilakukan, serta saran yang diberikan oleh peneliti kepada pihakpihak yang bersangkutan dari hasil analis data yang berkaitan dengan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A.LANDASAN TEORI

1. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat Nasabah

Minat (*Intersest*) berarti kecenderungan atau kegiatan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan[12]. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku sesorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu.[13] Dari hal di atas dapat ditarik kesimpulan, bahwa minat merupakan sikap seseorang yang mempunyai keinginan yang tinggi terhadap sesuatu atau suatu rasa kemauan yang kuat untuk melakukan.

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa adayang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian

---

[12]Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. *Https://Kbbi.Web.Id*. Diakses Kamis, 25April 2019

[13] Ayu Wandira,*Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Teradap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Bank Syari'ah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung* (skripsi, Lampung 2018)

atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut di peroleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.

Minat merupakan motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan. Setiap minat yang dilakukan akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya, kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam kondisi harmonis, agar kehendak bisa di atur dengan sebaik-baiknya.[14]

Dari uraian diatas peneliti mengambil kesimpulan bahwa pengertian dari minat nasabah ialah merupakan perasaan suka, tertarik atau senangnya seseorang untuk menjadi nasabah bank yang diikuti dengan tumbuhnya perhatian serta dorongan terhadap dirinya untuk terlibat langsung karena hal tersebut dirasakan akan atau telah memberikan makna, harapan dan kepuasan.

b. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah

1) Religi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, religiusitas diartikan sebagai sebuah pengabdian terhadap agama. Religiusitas berasal dari kata *region*

[14]Endin Nasrudin, *Psikologi Manajemen,* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010)h. 42

(agama).[15] Agama merupakan keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji yang dilakukan demi memperoleh ridha Allah. Agama bukanlah sekedar tindakan-tindakan ritual seperti shalat dan membaca do'a, agama lebih dari itu, kemampuan seseorang untuk mengenali atau memahami nilai agama yang terletak pada nilai-nilai luhurnya serta menjadikan nilai-nilai dalam bersikap dan bertingkah laku merupakan ciri dari kematangan agama. Religiusitas sering kali diindentikkan sebagai bentuk seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa besar pelaksanaan ibadah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Religiusitas dalam Islam menyangkut 5 hal yakni aqidah, ibadah, amal, akhlak dan pengetahuan.[16] Aqidah menyangkut keyakinan kepada Allah, malaikat, rasul dan seterusnya. Ibadah menyangkut pelaksanaan hubungan antara manusia dengan Allah.Amal menyangkut pelaksanaan hubungan manusia dengan sesama makhluk. Akhlak merujuk pada spontanitas tanggapan atau perilaku seseorang atau rangsangan yang hadir padanya, sementara ihsan merujuk pada situasi dimana seseorang merasa dekat dengan Allah. Ihsan merupakan bagian dari akhlak, apabila akhlak positif seseorang mencapai tingkatan yang optimal, maka ia akan memperoleh berbagai pengalaman dan penghayatan keagamaan.

2) Pendapatan

[15]Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. *Https://Kbbi.Web.Id*. Diakses Minggu, 28April 2019

[16]Uniyanti,*Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin*(skripsi, Makassar 2018)

Keynes berpendapat bahwa tabungan adalah bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi pada periode yang sama. Dalam ilmu ekonomi, tabungan dapat dituliskan dengan rumus: S = Y-C, yang berarti tabungan dapat dicari dengan cara mengurangkan pendapatan dengan konsumsi.[17]Dari teori ekonomi di atas, dapat dinyatakan semakin tinggi pendapatan maka hasrat atau keinginan untuk menabung akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika pendapatan menurun maka keinginan atau peluang untuk bisa menabung akan semakin rendah. Sehingga pendapatan berpengaruh positif dengan intensi menabung.

Sejalan dengan penjelasan teori di atas, permintaan untuk menabung di bank syariah juga dipengaruhi oleh besarnya pendapatan. Semakin besar pendapatan, maka permintaan untuk menabung di bank syariah akan semakin tinggi. Hal ini berarti bahwa pendapatan berepengaruh positif terhadap intensi menabung di bank syariah.

3) Informasi Produk Bank Syariah

Informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya informasi, berarti seseorang semakin mengenal suatu objek. Informasi juga dapat membangkitkan minat seseorang untuk mengonsumsi suatu produk. Seseorang yang aktif mencari informasi tentang suatu produk, biasanya mempunyai minat yang lebih tinggi terhadap produk tersebut daripada orang yang pasif mencari informasi. Biasanyainformasi diperoleh dari pengalaman masa lalu atau

[17]Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prisip Pemasaran Edisi ke12*, (Jakarta: Erlangga, 2008)h. 136

sumber eksternal seperti iklan, berita, pencarian online dan rekomendasi dari personel layanan, teman serta keluarga.[18] Hubungan antara informasi dengan intensi menabung di bank syariah merupakan hubungan yang sifatnya berbanding lurus. Seseorang yang mempunyai informasi tentang bank syariah lebih banyak, atau seseorang yang lebih aktif mencari informasi mengenai bank syariah, biasanya mempunyai keinginan untuk menabung di bank syariah lebih tinggi daripada orang yang tidak. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa informasi berpengaruh positif terhadap intensi menabung di bank syariah.

4) Lokasi

Lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran. Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi, yakni: "sistem transportasi perusahaan, system penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi".

5) Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perusahaan tersebut. Kombinasi dari unsur unsur atau peralatan promosi ini dikenal dengan apa yang disebut *promotion mix.* Dengan kegiatan promosi yang dilakukan, perusahaan akan berusaha untuk membujuk calon pembeli dan langganan

[18]Christoper Loveock, Jochen Wirtz, Jack Mussry, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Jilid 1,* (Jakarta: Erlangga, 2010)h. 44

untuk melakukan pembelian atas produk yang dipasarkan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen.[19]

c. Unsur-unsur Minat

Seseorang dikatakan berminat terhadap sesuatu bila individu itu memiliki beberapa unsur antara lain:

1) Perhatian

Seseorang dikatakan berminat apabila individu disertai adanya perhatian, yaitu kreativitas jiwa yang tinggi yang semata-mata tertuju pada suatu obyek, jadi seseorang yang berminat terhadap sesuatu obyek yang pasti perhatiannya akan memusat terhadap sesuatu obyek tersebut.

2) Kesenangan

Perasaan senang terhadap sesuatu obyek baik orang atau benda akan menimbulkan minat pada diri seseorang, orang merasa tertarik kemudian pada gilirannya timbul keinginan yang dikehendaki agar obyek tersebut menjadi miliknya. Dengan demikian maka individu yang bersangkutan berusaha untuk mempertahankan obyek tersebut.

3) Kemauan

Kemauan yang dimaksud adalah dorongan yang terarah pada suatu tujuan yang dikehendaki oleh akal pikiran. Dorongan ini akan melahirkan timbulnya suatu perhatian terhadap suatu obyek. Sehingga dengan demikian akan muncul minat individu yang bersangkutan.

---

[19]Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 265.

2. Pengertian Kualitas

Kualitas menurut *The International Organization for Standardization* (ISO) adalah *"degree to which a set of inherent characteristics fulfils requirements* (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan)". Persyaratan dalam hal ini adalah "*need or expectation that is stated, generally implied or obligatori* (kebutuhan atau harapan yang dinyatakan biasanya tersirat atau wajib)". Jadi kualitas sebagaimana yang telah di interpretasikan oleh ISO merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya.Nilai yang diberikan pelanggan, sangat kuat didasari oleh faktor kualitas jasa, dimana kualitas (produk) jasa adalah sejauh mana jasa memnuhi spesifikasi-spesifikasinya.[20]

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu bergantung pada perspektif yang digunkan untuk menentukan ciri-ciri spesifikasi. Pada dasarnya terdapat 3 orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lainnya, yaitu (1) persepsi konsumen, (2) produk (jasa), (3) proses. Untuk produk berwujud, yaitu barang dimana ketiga orientasi ini hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas, tetapi tidak untuk produk jasa. Untuk jasa, produk dan proses mungkin tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri.

---

[20] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Peasaran Jasa: Berbasis Kopetensi,* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h.212.

Konsistensi kualitas suatu jasa untuk ketiga orientasi tersebut dapat memberikan konstrbusi pada keberhasilan suatu perusahaan ditinjau dari kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan, dan profitabilitas organisasi. Menurut Sviokla kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri dari:[21] Kinerja (*performance*), Keistimewaan Produk (*features*), reliabilitas/keterandalan (*reliability*), Kesesuaian (*conformance*), ketahanan (*durability*), kemampuan pelayanan (*serviceability*), estetika (*aesthetics*), dan kualitas yang dirasakan (*perceived quality*).

3. Pengertian Pelayanan (*sevice*)

Pelayanan adalah setiap kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Sedangkan layanan prima adalah pelayanan dengan standar tinggi dan selalu mengikuti perkembanan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal).[22]

4. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian Konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan

[21] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h.214.

[22]Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)h. 18

yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan bisnis perbankan, merupakan bisnis yang berdasarkan pada azas kepercayaan, masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini. faktor yang lebih dominan memotivasi masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah adalah faktor kualitas pelayanan dan kedekatan lokasi bank dari pusat kegiatan. [23]

Selain itu, menarik juga untuk diperhatikan, bahwa nasabah yang telah menggunakan jasa bank syariah, sebagian memiliki kecenderungan untuk berhenti jadi nasabah, antara lain karena kualitas pelayanan yang kurang baik, dan atau keraguan akan konsistensi penerapan prinsip syariah. Peningkatan kualitas pelayanan dan pengembangan ragam produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta pemahaman prinsip-prinsip syariah dalam transaksi perbankan, mutlak harus dilakukan dalam memberikan layanan, yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, sehingga para masyarakat pun akan merasa puas dengan layanan tersebut.

Pentingnya peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu tahapan yang perlu di implementasikan oleh perbankan syari'ah sebagaimana berdasarkan cetak biru pengembangan bank syariah Indonesia yang dicanangkan sejak tahun 2002, diimplementasikan, diarahkan untuk meletakkan landasan pengembangan yang kuat bagi pertumbuhan perbankan

[23]Dewi Berlian Harahap, *Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara* (skripsi, Medan 2017)

syariah. Implementasi inisiatif strategi ini difokuskan pada pembentukan kerangka dasar system pengaturan yang sesuai dan yang sehat. Diarahkan untuk memperkuat struktur industri perbankan syariah.

Berdasarkan definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh seseorang atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala keunggulan dalam ranggka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Layanan prima adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan. Awalnya pelanggan memiliki harapan yang sederhana dan sementara di benaknya yang bersifat biasa dengan standar yang umum yang banyak diberikan oleh perusahaan lainnya, namun ternyata adanya pelayanan ekstra yang tidak diduga dan merupakan surprise dari pelayanan perusahaan. Seperti seorang *security* tidak saja memberikan pelayanan keamanan namun membantu mengarahkan nasabah dalam pengambilan kartu antrian, pengarahan penulisan dan pengambilan slip transaksi, pemberian majalah atau koran ketika menunggu antrian, serta pengarahan jalur antrian *teller* atau *customer service* di bank.

Ciri khas dari kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketetapan, kehandalan, dan emhpaty dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang terkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan waktu itu dan saat itu juga.[24]

[24]Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima.* (ogyakarta: Graha Ilmu, 2010)h. 18

5.Pelayanan Bank

Bagi dunia perbankan pelayanan menjadi hal terpenting bagi perusahaan, hal tersebut dikarenakanposisi pelayanan merupakan faktor pendukung terhadap aktifitas pemasaran jasa bank. Pelayanan disektor perbankan khususnya di *front liners* secara garis besar terdiri dari ketanggapan pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan dan profesionalisme. Ketanggapan pelayan meliputi kegiatan dalam melayani nasabah dengan cepat dan tanggap, termasuk juga menangani persoalan, pertanyaan dan keluhan yang dihadapi oleh nasabah. Selain ketanggapan, kecepatan juga memegang peranan penting dalam pemberian pelayanan di *front liners.* Kecepatan dalam transaksi maksudnya terampil dalam melayani nasabah yang datang dan tidak sering melakukan kesalahan teknis. Bentuk dari pelayanan yang lain adalah sifat profesionalisme dari bankir atau pelaku bank. Profesionalisme maksudnya ialah memiliki kemampuan untuk mengotimalisasi potensi yang ada dan hasilnya berguna bagi orang banyak serta memberikan konstribusi terhadap perusahaan.

6. Dimensi Kualitas Jasa

Dalam salah satu studi mengenai servqual (merupakan pendekatan kualitas jasa) oleh Parasuraman yang melibatkan 800 pelanggan yang berusia 25 tahun keatas, disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi sebagai berikut:

a. Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan,

keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi ruang tunggu pelayanan, perlengkapan yang digunakan dan Penampilan Petugas Pelayanan.[25]

b. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan, Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan, dan Keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.

c. Ketanggapan (*responsiviness*) yaitu keinginan untuk selalu membantu nasabah dan memberikan pelayanan sesegera mungkin yang tampak dan seberapa tanggap perusahaan dalam membantu memecahkan masalah. Aspek ini mencakup kecepatan prosedur pelayanan menanggapi setiap permasalahan dan kecepatan menaggapi pengaduan klaim.[26]

d. Jaminan dan Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi kemampuan administrasi petugas pelayanan, kemampuan teknis petugas pelayanan dan kemampuan social petugas pelayanan.

e. Empati (*emphaty*) atau perhatian yang tulusadalah kepedulian dan perhatian individu atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada konsumennya. Aspek

---

[25]Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi,* (Jakarta: Salemba Empat, 2103)h. 216

[26]Evi Oktaviani Satriyanti, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank,* (Surabaya: Jurnal of Business and Banking, 2012)h. 175

ini mencakup kesediaan karyawan untuk mampu menaggapi keluhan konsumen secara individu dengan baik dan kesediaan karyawan dalam memberikan koreksi bila ada kesalahan dalam pembebanan.[27]

7. Ciri-ciri Kualitas Pelayanan Yang Baik

Banyak bankingin selalu dianggap baik oleh nasabah karena nasabah akan menjadi pelanggan setia terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Disamping itu bank juga berharap dari pelayanan baik yang diberikan, nasabah dapat mempromosikan bank kepada nasabah yang lainnya. Hal ini merupakan keuntungan tersendiri bagi bank. Dalam memberikan pelayanan yang baik, bank telah menetapkan standar yang didukung dengan sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah terpenuhi.

Selain itu pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri. Dalam hal ini, bank menggunakan kriteria untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Pertama adalah faktor manusia yang memberikan pelayanan tersebut dan yang kedua adalah faktor tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Setelah ada faktor pendukung yang berpengaruh terhadap kualitas layanan, terbentuklah ciri-ciri pelayanan yang baik, antara lain sebagai berikut:

a. Sarana Fisik.

Sarana fisik terdiri dari dua unsur yaitu tersedianya karyawan yang baik dan tersedianya sarana dan prasarana yang baik. *Customer Service*

[27]Evi Oktaviani Satriyanti, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank,* (Surabaya: Jurnal of Business and Banking, 2012)h. 176

Officer yang baik harus ramah, sopan, menarik, cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar, karena kenyamanan nasabah sangat tergantung dari *Customer Service Officer* yang melayaninya. Salah satu hal yang paling penting yang harus diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Dalam konteks Perbankan Syari'ah yang merupakan unsur sarana fisik yaitu karyawan yang baik harus sesuai dengan SOP (Sistem Operasional Perbankan) dalam memberikan pelayanan harus rapi dan sopan dalam berpenampilan.Sedangkan sarana dan prasarana yang baik adalah disediakannya sistem yang baik dan *up to date* sehingga mempermudah transaksi nasabah, misalnya : *internet banking*, *mobile banking*, CMS (*Cash Management System Mandiri Syariah*).

b. Tanggung Jawab.

Prinsipnya bahwa setiap pribadi yang mempunya kedudukan fungsional dalam interaksi antar manusia dituntut agar melaksanakan kewajibannya dengan sebaik-baiknya. Apabila ada kelalaian terhadap kewajinban tersebut akan mengakibatkan kerugian bagi dirinya sendiri.[28] Contohnya dalam menjalankan kegiatan pelayanan, *Customer Service Officer* harus mampu bertanggung jawab melayani setiap nasabah dari awal hingga selesai. Nasabah akan merasa puas jika mereka merasakan adanya tanggung jawab dari *Customer Service Officer* tersebut. Dalam konteks Perbankan Syariah Seorang *Customer*

[28]Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015)h.73

Service harus mampu memberikan keterangan kepada nasabah baik produk maupun sistem yang ada dalam perbankan tersebut, dan harus mampu membantu nasabah dalam melakukan pembukaan rekening maupun masalah yang dihadapi nasabah yang berhubungan denga sistem yang ada di perbankan tersebut.

c. Komunikatif.

Dalam manjemen komunikasi menjadi faktor penting dalam melakukan tranformasi kebijakan atau keputusan dalam rangka pelaksanaan manejerial itu sendiri menuju tercapainya tujuan yang diharapkan. Begitu pentingnya komuniksi dalam manajemen, sehingga menuntuk komunikasi tersebut disampaikan dengan tepat. Ketepatan dalam komunikasi ini disebut dengan komunikatif.[29]

Mampu berkomunikasi artinya *Customer Service Officer* harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Selain itu, *Customer Service Officer* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Dalam konteks Perbankan Syariah Seorang CS harus bisa memberikan atau menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan nasabah, sesuai dengan varian produk yang ada di perbankan tersebut.

d. Keamanan.

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya *Customer Service Officer* harus menjaga kerahasiaan informasi data

[29]Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015)h.74

nasabah, terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah. Dalam perusahaan perbankan kerahasiaan nasabah sangat dijunjung tinggi. Bank tidak boleh sembarangan memberikan informasi kecuali memang dipersyaratkan oleh undang-undang. Menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank. Dalam konteks Perbankan Syari'ah Seorang CS harus bisa menjaga kerahasiaan data nasabah sehingga nasabah merasa aman serta nyaman jika memberikan informasi pribadi kepada CS tersebut, dan semakin loyal terhadap perbankan tersebut.

8. Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain.

Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267: [30]

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنَ الْاَرْضِ ۖوَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّآ اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ ۗوَاعْلَمُوْٓا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji*.

Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh juga mengabaikan. Sedangkan dalam ekonomi Islam, keputusan pilihan ini

[30] Al-Quran, 2: 267.

tidak dapat dilakukan semaunya saja, semua perilaku harus dipandu oleh Allah lewat Al-Qur'an dan HadiTs. Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaanya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan. Dalam mewujudkan nilai-nila ibadah dalam bekerja yang dilakukan oleh setiap insan diperlukan adab dan etika yang membingkainya, sehingga nilai-nilai luhur tersebut tidak hilang sia-sia.

Sebagaimana firman Allah dalam surat Adz-Dzariyyat ayat 56:[31]

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْاِنْسَ اِلَّا لِيَعْبُدُوْنِ - ٥٦

Artinya: *Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdi kepada-Ku.*

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah menciptakan manusia, tidak lain agar kita beribadah kepadaNya dan tidak menyekutukanNya dengan sesuatu pun. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa semua aktivitas hidup manusia merupakan aktivitas penghambaan kepada Allah. Begitu juga dalam aktivitas ekonomi yang dilakukan harus dalam rangka kepatuhan terhadap segala ketentuan Allah SWT.

Diantara adab dan etika dalam bekerja dalam Islam adalah :

a. Ihsan dan *Itqan* (sungguh-sungguh)

Islam tidak hanya memerintahkan manusia untuk bekerja dan mengembangkan hasil usahanya (produktifitas), tetapi Islam memandang setiap usaha seseorang sebagai ibadah kepada Allah dan jihad dijalan Allah. M Abdul Mun'in al-Jamal

[31]Al-Quran, 51: 56.

mengemukakan hal yang sama bahwa usaha dan peningkatan produktifitas dalam pandangan Islam adalah sbagai ibadah karena dengan bekerja setiap individu dapat memenuhi hajat hidupnya, keluarga, berbuat baik kepada karib kerabat, memberikan pertolongan dan ikut berpartisipasi dalam mewujudkan kemaslahatan umum.[32]

c. *Taysir*, dalam memberikan pelayanan orang muslim juga harus memperhatikan aspek mempermudah orang lain, dalam proses mencari rezeki orang tersebut.

d. *Samahah*, kata samhan sendiri secara bahasa memiliki arti longgar, toleransi, membuat orang lain senang. Sehingga seorang pebisnis yang baik, ia akan memudahkan dan menyenangkan orang lain ketika bertransaksi dengannya.

e. *Ash-Shidiq* (kejujuran), kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap manusia dalam berbagai segi kehidupan termasuk dalam bermuamalah, kejujuran menjadi bukti adanya komitmen akan pentingnya perkataan yang benar sehingga dapat dijadikan pegangan. Dengan demikian kejujuran merupakan nilai moral yang mendasar untuk menggapai ridha Allah dalam praktek perbankan syariah.

9. Pengertian Bank

Pada intinya bank dapat didefinisikan sebagai suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masayarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Sesuai

[32]Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015)h. 127

dengan Undang-Undang Perbankan no.7 tahun 1992 tentang perbankan yang telah diubah menjadi Undang Undang no. 10 tahun 1998, bank didefinisikan sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa dengan kegiatan pokoknya yang mempunyai tiga fungsi pokok yaitu:[33]

a. Menerima penyimpanan dana masyarakat dalam berbagai bentuk
b. Menyalurkan dana tersebut dalam bentuk kredit kepada masyarakat untuk mengembangan usaha.
c. Melakukan berbagai jasa dalam berbagai kegiatan perdagangan dan pembayaran dalam negeri dan luar negeri, serta berbagai jasa lainnya dibidang keuangan, diantaranya inkaso transfer, traveler check, credit card, safe deposit boix, jual beli surat berharga, dan lan sebaga nya.

Sedangkan berdasarkan SK Menteri Keuangan RI No 792 tahun 1990 pengertiannya adalah bank merupakan suatu badan yang kegiatannya dibidang keuangan melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana dari dan kepada masyarakat yang memiliki fungsi mempelancar lalu lintas pembayaran. Pengertian lain dari bank adalah suatu lembaga keuangan yang usaha pokonya memberikan kredit serta jasa-jasa dalam melalu lintas pembayaran dan peredaran uang.[34]

---

[33]Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Bank Komersial*. (Yogyakarta: Gramedia pustaka utama, 2014) h. 4

[34]Wiji Nuratuti, *Teknologi perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu yogyakarya, 2011) h. 22

10. Perbedaan Pokok Sistem Bank Konvensional dengan Sistem Bank Syariah.

Bank konvensional dan bank syariah dalam beberapa hal memiliki persamaan, terutama dalam sistem teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi ang digunakan, persyaratan umum pembiayaan. Dalam hal persamaan ini, semua hal terjadi pada ank syariah itu sama persis yang terjai pada bank konvensional, nyaris tidak ada perbedaan.

Perbedaan pokok antara sistem bank konvensional dengn sistem bank syariah secara ringkas dapat dilihat dari empat aspek, yaitu:[35]

a. Falsafah: pada bank syariah tidak berdasarkan atas bunga, spekulasi, ketidakjelasan, sedangkan pada bank konvensional berdasarkan atas bunga.
b. Operasional: pada bank syariah dana dana masyarakat berupa titipan dan investasi baru akan mendapatkan hasil jika diusahakan terlebih dahulu, sedangkan pada bank konvensional dana masyarakat berupa simpanan yang harus dibayar bunganya saat jatuh tempo. Pada sisi penyaluran bank syariah menyalurkan dananya pada sektor nusaa yang halal dan menguntungkan, sedangkan pada bank konvensional aspek halal tidak menjadi pertimbangan utama.
c. Sosial: pada bank syariah, aspek sosial dinyatakan secara eksplisit dengan tegas yang tertuang dalam visi dan misi perusahaan, sedangkan pada bank konvensional tidak tersirat seperti itu.

---

[35]Amir Machmud & Rukmana, *Bank Yariah Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2010) h. 10

d. Organisasi: bank syariah harus memiliki DPS. Sementara bank konvensional tidak memilikinya

11. *E- channel*

*E-Channel*adalah layanan perbankan berbasis internet yang dapat mempermudah nasabah dalam melakuka transaksi hanya menggunakan *mobile phone.* Berikut adaah produk-produk *E-Channel* sebagai sarana teknologi informasi dalam dunia perbankan.

a) Mobile Banking

Arti istiah Mobile banking dianggap berkaitan dengan pengerian berikut atau disingkat M-Banking. Fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone. Dengan penyediaan fasilitas yang hampr sama dengan ATM kecali mengambil uang cash. Hampir semua bank di Indonesia telah enyediakan fasilitas *M-Banking* baik serupa SIMtolkit (Menu Layanan Data) maupun SMS plain (SMS Manual) atau dikenal dengan istilah SMS Banking.[36]

b) Internet Banking

Jenis kegiatan internet banking dibedakan menjadi *Informational Internet Banking,* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi. *Communicate Internet Banking* , yaitu pelayanan bank kepada nasabah dalam bentuk komuniksi atau melakukan interaksi dengan bank penyedian layanan internet banking secara terbatas dan tidak melakukan

[36]Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011)h.110

eksekusi transaksi. *dan Transactional Internet Banking*, yaitu pelayanan bank kepada nasabah untuk melakukan transaksi dengan bank penyedia layanan internet banking dan melakukan eksekusi dan transaksi.[37]

c) Phone Banking

Layanan phone banking meupakan jasa yang disediakan bank untuk melakukan transaksi antara lain :

1. Transaksi dimana dapat dilakukan selama waktu tertentu melalui phone banking dengan bantuan seorang karyawan yang menerima intruksi dengan menggunakan telepon.
2. Transaksi dimana dapat dialakukan dengan setiap saat dengan menggunakan jasa otomatis dengan menggunakan telepon olh nasabah tanpa elalui staf bank.
3. Transaksi yang lainnya yang dapat disediakan oleh bank dari waktu ke waktu.

d) Automated Teller Machine (ATM)

Terminal elektronik yang disediakan lembaga keuanga atau perusahaan yang membolehkan nasabah untuk melakukan penarikan tunai dan rekening simpanannya di bank, melakukan setoran, cek saldo, ataupun pemindahan dana.

[37] *https://www.syariahmadiri.co.id*, diakses pada 08 Maret 2018 jam 22:00

e) Debit (or check) Card

Kartu yang digunakan pada ATM atau Terminal point-of sale (POS) yang memungkinkan pelanggan memperoleh dana yang langsung di debet (diambil) dari rekening bank nya.

f) Direct Deosit

Salah satu bentuk pembayaran yang dilakukan oleh organisasi yang membayar sejumlah dana melalui transfer elektronik. Dana langsung ke setiap rekening nasabah.

g) Payroll Card

Salah satu stored-value card yang diterbitkan oleh pemberi kerja sebagai pengganti cek yang memungkinkan pegawainya mengakses pembiayaan pada termial ATM atau point of sales. Pemberi kerja menambahkan nilai pembayaran pegawai ke kartu tersebut secara elektronik.

B. Kajian Terdahulu

Skiripsi oleh **Bagja Sumantri (2014)**dengan judul**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah, pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah, pengaruh produk pembiayaan terhadap minat menjadi nasabah dan pengaruh produk pembiayaan terhadap keputusan menjadi nasabah Analisis data penelitian ini menggunakan pendekatan

kuantitatif. Hal yang jadi perbedaan dengan yang diteliti penulis ialahpenulis lebih memfokuskan pada minat nasabah yang akan menggunakan *e-channel*.[38]

Skripsi yang dibuat oleh **Akhmad Fakhrurozi (2018)** dengan judul**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Mobile Banking* Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.** Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking***.** Hal yang jadi perbedaan dengan yang diteliti penulis ialah pada titik fokus yang akan di teliti, dimana peneliti sebelumnya melakukan penelitian untuk mengetahui faktor minat nasabah terhadap *mobilebanking*, sedangkan penulis membahas lebih luas dari peneliti sebelumnya yaitu pengaruh kualitas pelayananterhadap minat nasabah dalam menggunakan *e-channel.*[39]

Skripsi oleh **Sauca Ananda Pranidana (2011)** dengan judul **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA Untuk Menggunakan Klik-BCA.**. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah BCA untuk menggunakan Klik-BCA. Hal yang menjadi perbedaan dengan penelitian penulis ialah terletak pada titik fokus penelitian. Penulis fokus pada minat nasabah dalam mengguakan *e-channel* pada Bank Syariah Mandiri sedangkam

[38]Bagja Sumantri,*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah*. (skripsi, Yogyakarta 2014)

[39]Akhmad Fakhrurozi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*. (skripsi, Surakarta 2018)

penilitian terdahulu mefokuskan kepada*internet banking* pada bank BCA yang dikenal dengan nama klik-BCA.[40]

C. Kerangka Pemikiran

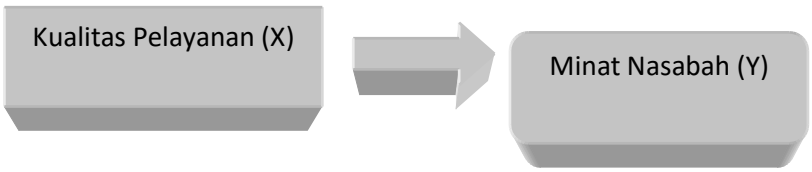
Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi nasabah, karena kualitas pelayanan yang diterima pasti akan mempengaruhi minat dari nasabah tersebut. Pada dasarnya tentu saja semua nasabah mengharapkan pelayanan yang melampaui harapan mereka, dimana awalnya nasabah memiliki harapan yang sederhana dan sementara di benaknya yang bersifat biasa dengan standar yang umum yang banyak diberikan oleh bank lainnya, namun ternyata adanya pelayanan ekstra yang tidak diduga dan merupakan surprise dari pelayanan perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah akan mampu meningkatkan kepercayaan terhadap bank. Kepercayaan nasabah merupakan faktor utama dalam membangun dunia perbankan yang baik.

Pada saat ini fenomena yang terjadi pada perbankan ialah maraknya penggunaan internet sebagai salah satu jasa dalam perbankan. *E-channel* merupakan produk jasa perbankan yang menggunakan sistem internet tersebut. Pada dasarnya *e-channel* di buat untuk memberikan kemudahan pada nasabah asalkan nasabah terhubung dengan jaringan internet. Dengan adanya *e-channel* tersebut sangat memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa harus mengantri di bank.Gambar 2.1 menyajikan kerangka pemikiran teoritis untuk pengembangan hipotesis pada penelitian ini.

[40]Sauca Ananda Pranidana, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA Untuk Menggunakan Klik-BCA.* (Skripsi, Jakarta 2011)

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen (Y) yaitu minat untuk menggunakan (*intention to use*) *e-channel*. Sedangkan variabel independennya (X) adalah kualitas pelayanan.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis.

Hipotesis disamakan dengan dugaan secara logis hubungan antara dua variabel atau lebih yang ditunjukkan dalam pernyataan yang diuji kebenarannya. Hipotesis selalu berupa kalimat deklaratif atau pernyataan. Hipotesis dibentuk berdasarkan kerangka berpikir dalam menjawab rumusan masalah dan sering juga sebagai piranti teori.[41]Hipotesis dapat juga dikatakan kesimpulan sementara, merupakan suatu konstruk *(construck)* yang masih perlu dibuktikan suatu kesimpulan yang belum teruji kebenarannya. Namun perlu digarisbawahi bahwa apa yang dikemukakan dalam hipotesis adalah dugaan sementara yang dianggap besar kemungkinannya untuk menjadi jawaban yang benar.[42]

Hipotesis penelitian yang dirumuskan berdasarkan teori-teori yang relevan dinamakan hipotesis kerja. Hipotesis ini sering di istilahkan sebagai hipotesis

---

[41]Toni Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan BisnisTeori dan Praktik,* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), h. 12.

[42] A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungab,* (Jakarta:Kencana, 2014), h. 130.

penelitian, dan dalam disiplin ilmu statistik dinamakan hipotesis alternatif sedangkan kebalikan dari hipotesis alternatif adalah hipotesis nol.[43]

Hipotesis alternatif (Ha) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh dari kualitas pelayanan (X) terhadap minat nasabah (Y) dalam menggunakan *e-channel*, sedangkan hipotesis nol/nihil (Ho) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel X dan Y.

Dugaan sementara penulis terhadap penelitian adalah sesuai dengan hipotesis alternatif yaitu adanya pengaruh yang disebabkan oleh variabel X terhadap variabel Y. Maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan *e-channel* (Y)

Ha : adanya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *e-channel*

Ho : tidak adanya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *e-channel.*

Secara sistemais dapat ditulis:

Ho:$\beta_1 = 0$
Ha: $\beta_1 = 1$

[43]Lijan Poltak Sinambela. *Metodologi Penelitian Kuantitatif,* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014), h. 55.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian analisis korelasi (hubungan) yang merupakan suatu bentuk analisis data dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan atau bentuk arah hubungan di antara dua variabel atau lebih, dan besarnya pengaruh yang disebabkan oleh variabel yang satu (variabel bebas) terhadap variabel lainnya (variabel terikat).[44] Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data yang berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.[45] Analisis ini dipakai agar penulis dapat menyusun proposal ini dalam bentuk yang sistematis sehingga mengena pada inti permasalahan dan memperoleh hasil penelitian yang benar.

1. Lokasi Penelitian

   Peneliian ini dilakukan pada PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang (KC) Bukittinggi yang beralamat di jl. Jendral Sudirman, No.37 Bukit Cangang Kayu Ramang, Guguak Panjang, Kota Bukittinggi Sumatera Barat.

---

[44]Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS.* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013)h. 250

[45] I'anatut Thofifah. *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*, (Malang, 2015: Madani), h155.

2. Responden

Responden atau subyek peneltian adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Responden merupakan istilah yang sering digunakan pada ilmu sosal dalam suvey, individu diminta menjawap pertanyaan terstruktur dan semi terstruktur. Biasanya responden menyampaikan jawaban sesuai dengan pertanyaan yang diberikan. Dalam penelitian ini yang menjadi responden kunci adalah nasabah dari bank syariah mandiri dan informan pendukungnya adalah karyawan dari Bank Syariah Mandiri.

3. Data dan sumber data

Data adalah bahan mentah yang perlu dolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik data kuantitatif maupun kualitatifyang menunjukkan fakta atau juga dapat didefinisikan data merupakan kumpulan fakta atau angka atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannyasehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik suatu kesimpulan. Data yang baik merupakan data yang relevan akurat dan harus *up to date*.[46]

Data dapat dibedakan dari cara memperoleh nya. Ada dua jenis data dalam kelompok ini, yaitu

a. Data Primer.

Data primer adalah yang langsung di peroleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian. Kalau seorang

[46] '.Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS.* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013)h. 17

meneliti tentang kualitas jasa bank, kemudian mengambil data tersebut langsung kepadas nasabah, maka artinya peneliti telah menggunakan sumber data primer. Dengan demikian data primer diperoleh dari sumber data primer yaitu sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Kalau seorang meneiti suatu kebiasaan belajar murid, kemudian mengambil data dari guru dan oarngtua, berarti sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Guru dan orang tua disebut sebagai sumber data sekunder karena data penelitian diperoleh dari orang yang mungkin mengetahui data tersebut.[47]

Data sekunder diperoleh dari sumber data sekunder, yaitu sumber data kedua sesudah sumber data primer. Karena sesuatu danhal lain, peneliti sukar memperoleh data dari sumber primer, dan mungkin juga menyangkut halhal yang bersifat pribadi sehingga sukar didapat langsung dari sumber data primer.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population* yang berarti jumlah penduduk. Dalam metode penelitiankata populasidigunakan

[47]Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik* Serta Ilmu Sosial Lainnya. (Jakarta:Prenada Media Group, 2005)h. 132

untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok obyek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya populasi penelitian merupakan keseluruhan (universum) dari objek peneltian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya , sehingga objej-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.[48]

b. Sampel

Secara sederhana sampel dapt dikatakan sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili dari populasi tersebut. Sebagian dan mewakili dalam batasan diatas merupalan kata kunci dan merujuk pada semua ciri-ciri populasi dalam jumlah yang terbatas pada masing-masing karateristiknya. Seandainya populasi itu mempnyai 10 karakteristik atau ciri tertentu maka sebagian dan mewakili dalam hal ini hendaklah mencakup kesepuluh karakteristik tersebut dan masing-masing karakteristik diambil sebagian kecil sesuai dengan peraturan yang berlaku sesuai dalam menentukan besarnya ukuran sampel.[49]

5. Teknik Sampling

Metode Sampling adalah pembicaraan bagaimana menata berbagai teknik didalam penarikan atau pengambilan sampel penelitian, bagaimana kita merancang tata cara pengambilan sampel agar menjadi sampel yang respresentatif. Dengan tidak melupakan beberapa faktor yang harus

[48]Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik* Serta Ilmu Sosial Lainnya. (Jakarta:Prenada Media Group, 2005)h. 109

[49]Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif &Penelitian Gabungan.* (Jakarta: Kencana, 2014)h. 150

dipertimbangkan dalam memperoleh sampel yang respresentatif, peneliti memulai mengenal keseragaman dan ciri-ciri khusus populasi.

Teknik sampling yang dipakai pada penelitian ini adalah rancangan sampel probabilitas (*probability sampling design)* yang artiya penarikan sampel didasarkan atas pemikiran bahwa keseluruhan unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Dengan demikian dalam rancangan tidak terdapat diskriminasi unit populasi yang satu dengan yang lainnya. Karena semua memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel, maka untuk menjadi sampel unit populasi harus random. Oleh karenanya, rancangan ini disebut sebafgai sampling acakan karena cara kerjanya acakan. Kendatipum secara acakan, sampel yang dihasilkan dari rancangan itu tetap merupakan sampel yang respresentatif.

Penentuan besaran sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$\mathbf{s}=\frac{n}{1+Ne^2}$$

Keteranagan:

s = sampel
N = Populasi
E = derajat ketelitian atau nilai kritis yang diinginkan

Dengan rumus tersebut dapat dapat diketahui ukuran sampel yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah sebesar:

$$\mathbf{s}=\frac{9235}{1+9235\ (10\%)^2}=\mathbf{99,89 = 100}$$

Berdasarkan rumus diatas, sampel yang dapat diambil dari populasi adalah sebanyak 99,89, bila dibulatkan maka banyaknya sampel adalah sebesar 100 responden.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimilikioleh populasi tersebut. Dalam menentukan data yang diteliti teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah Probability Sampling ialah teknik untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan kata lain cara pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama untuk diambil kepada setiap elemen populasi.

B. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah seorang peneliti yang menggunakan pengamatan langsung kelokasi penelitian dengan cara sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati, mencatat kejadian-kejadian melalui cara yang sistematis. Observasi langsung memberikan sumbangan yang sangat penting sekali dalam penelitian eskriptif.

Pengamatan langsung yang dilakukan merupakan alat yang ampuh untuk menguji suatu kebenaran. Jika suatu data yang diperoleh kurang meyakinkan, biasanya peneliti menanyakan kepada subjek, tetapi karena ingin memperoleh keyakinan tentang keabsahan data tersebut, maka langkah yang ditempuh dengan mengamati sendiri yang berarti mengamati langsung peristiwanya.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan yang mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-

keterangan.[50] Dalam penelitian ini penulis menanyakan berbagai pertanyan tentang menggambarkan bagaimana persepsi seseorang dapat mempengaruhi minatnya terhadap *e-channel*..

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik mngumpulkan data yang bersumber dari data-data tertulis dan catatan yang mempunyai keterkaitan daengan permasalahan yang penulis teliti. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen resmi yang internal.

C. Teknik Analisis Data

Setelah peneliti melakukan penelitian dilapangan dan mengumpulkan data-data, maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan analisis data. Data yang telah dikumpulkan merupakan data yang masih bersifat mentah karena masih berupa uraian deskriptif mengenai subyek yang akan diteliti. Data tersebut kemudian di analisis sehingga lebih memiliki makna. Tujuan dari analisis data adalah menyederhanakan seluruh data yang terkumpul, menyajikan dalam susunan yang sistematis, kemudian mengolah dan menafsirkan atau memaknai data yang sebelumnya telah dikumpulkan.

Teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis yang diajukan serta untuk menjawab rumusan masalah. Pada penelitian ini analisis yang digunakan ialah analisis regresi.

Analisi regresi digunakan untuk mengetahui atau memprediksi perubahaan yang terjadi pada variabel tertentu karena dipengaruhi oleh berubahnya

[50]Cholid Narbuko dan Abu Hamadi, *Metodologi Penelitian*,(Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hal. 83

variabel yang lain. Tahap-tahap pengujian hipotesis dalam analisisregresi meliputi:

1. Pengukuran Instrumen Penelitian
   a. Uji Validitas

      Untuk mendukung analisis regresi maka dilakukan uji validitas dan reabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan kecermatan fungsi alat ukurnya. Pengujian menggunakan 2 sisi dengan taraf signifikan 0.05 jika r hitung > r tabel maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid), dan sebaliknya jika r hitung < r tabel dinyatakan tidak valid.

   b. Uji Reliabilitas

      Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *alpa Cronbach.* Untuk mrngrtahui kusioner tersebut sudah reliable akan dilakukan pengujian reliabilitas kusioner dengan bantuan komputer program SPSS.

2. Uji Asumsi Klasik
   a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan telah berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit.Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka (n>30), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal.Bisa dikatan sebagai sampel besar.

Namun untuk memberikan kepastian data yang dimiliki berdistribusi normal atau tudak, sebaiknya digunakan uji statistik normalitas.Karena belum tentu data yang lebih dari 30 bisa berdistribusi normal, untuk itu diperlukan pembuktian.

Salah satu untuk melihat normalitas adalah secara visual yaitu melalui Normal P-P Plot, ketentuannya adalah jika titik masi berada di sekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal.

b. Uji Autokerelasi

Uji Autokerelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antra residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi adalah tidak adanya autikorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

i) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL), maka hipotesis nol ditilak, yang berarti terdapat autokorelasi.

ii) Jika d terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

iii) Dika d terletak antara dL dan dU atau di antara (4-dU) dan (4-dL), maka tidak menghasilkan keputusan yang pasti.

Nilai du dan dl dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

3. Analisis Regresi LinierSederhana

Analisis regresi ini digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel *independent* (X) dengan variabel *dependent* (Y), dari persamaan tersebut dapat diketahui besarnya konstribusi variabel X terhadap variabel Y yang ditunjukkan oleh hubungan yang dinyatakan dalam bentuk persamaan maematika yang mempunai hubungan fungsional antara kedua variabel tersebut. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut

$$Y= a + bx$$

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Studi digunakan untuk menemtukan sejauh mana dua variabel atau lebih berhubungan[51]. Dengan kata lain, koefisien determinasi dilakukan

[51]Nyoman Dantes, *Metode Penelitian.* (Yogakarta: C.V Andi Offset, 2012)h. 76

untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen secara bersama mampu memberi penjelasan terhadap variabel dependen.

Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi
R = Koefisien Korelasi

Ciri-ciri nilai R2 adalah:

1. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara 0 sampai dengan 1, atau ($0 \leq R2 \leq 1$).

2. Nilai 0 menunjukkan tidak adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

3. Nilai 1 menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sempurna antara variabel independen dan variabel dependen.

5. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variable dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variable-variabel bebas yang digunakan dalam model persamaan regresi, kriteria keputusannya adalah sebagai berikut.Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel:

1) Apabila t hitung> t tabel atau t statistic< 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabl bebas terhadap variabel terikat.

2) Apabila t hitung< t tabel atau t statistik> 0,05, maka Ha ditolak dan Ho diterima, berart tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

A. Monografi PT. Bank Syariah Mandiri

PT. Bank Syariah mandiri pada awal berdirinya bernama PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang di miliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Setelah adanya marger empat bank pemeritah yaitu Bank Bumi Dava (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Eksport Import Indonesia (BEII) dan Bapindo pada tanggal 31 Juli 1999 menjadi PT. Bank Mandiri (Persero), maka kepemilikan PT. Bank Susila Bakti (BSB) diambil alih oleh PT. Bank Mandiri (Persero).[52]

PT. Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru membuat kebijakan untuk mendukung sepenuhnya dan melanjutkan kebijakan lama dari PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang bermaksud mengubah kegiatan bank dari konvensional menjadi syariah, sejalan dengan keinginan PT. Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syariah. Langkah awal dilakukan dengan mengubah anggaran dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti (BSB) menjadi PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri berdasar angka notaris: Ny.Machrani Moertolo Soenarto. SH. No. 29 tertanggal 19 Mei 1999 dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman RI dengan surat keputusannya tanggal 1 Juli 1999 No.C2-12120.HT.01.04.TH.99.[53]

---

[52] https://www.syariahmandiri.co.id diakses 29 September 2019, Pukul 21.20
[53] https://www.syariahmandiri.co.id diakses 29 September 2019, Pukul 21.20

PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, inilah yang menjadi satu keunggulan PT.Bank Syariah Mandiri (BSM) sebagai alternatif jasa perbankan di Indonesia. Pada tahun 2003 ini, kembali memperoleh predikat sebagai bank syariah terbaik di majalah infobank bahkan peringkat yang diraih mengalami peningkatan dan menjadi *leader* perbankan syariah lainnya.

Sampai dengan tanggal 31 desember 2002, Bank Syariah Mandiri (BSM) telah memiliki 37 kantor cabang pembantu dan 23 kantor kas di seluruh Indonesia. Kantor pusat Bank Syariah Mandiri (BSM) berlokasi di jalan M.H. Thamrin Jakarta. Bank Syariah Mandiri (BSM) didirikan berdasarkan suatu keyakinan bahwa operasi perbankan yang berlandaskan prinsip bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan dapat mendorong terciptanya stabilitas perekonomian. Seperti terurai dalam tujuan pendirian Bank Syariah Mandiri (BSM) berikut ini :

1. Menjalin kemitraan yang berkeadilan.
2. Meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi.
3. Meningkatkan kesejahteraan hidup dengan membuka peluang usaha yang lebih besar.
4. Menghindari persaingan yang tidak sehat di antara lembaga keuangan.
5. Alternatif pilihan dalam menggunakan jasa-jasa perbankan.
6. Menghindari riba.

B. Visi, Misi dan Tagline Bank Syariah Mandiri

1. Visi PT. Bank Syariah Mandiri

Visi Bank Syariah Mandiri adalah :

"Bank Syariah Terdepan dan Modern"

Bank Syariah Terdepan : Menjadi bank syariah yang selalu adadi antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen *consumer, micro, commercial* dan *coorporate*.

Bank Syariah Modern : Menjadi bank syariahsistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

2. Misi PT. Bank Syariah Mandiri

Misi dari Bank Syariah Mandiri (BSM) yaitu :

a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.

3. *Tagline*

Tagline Bank Syariah Mandiri adalah:

"TERDEPAN, MODERN, MENEMTRAMKAN"

Terdepan : Adalah komitmen BSM untuk selalu menjadi bank syariah yang terbaik dan terbesar.

Modern : Adalah komitmen BSM untuk terus berinovasi baik dari sisi produk, layanan, teknologi, dan sumber daya manusia yang professional sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan perbankan syariah.

Menemtramkan : Adalah komitmen BSM untuk memberikan rasa aman dan nyaman dalam melakukan aktivitas perbankan sesuai prinsip syariah bagi seluruh *stakeholder*.[54]

C. Produk-produk Bank Syariah Mandiri Cabang Bukittinggi

Produk-produk yang ada pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi antara lain :

1. Produk-produk Pendanaan (*Funding*)

Beberapa produk yang ada pada produk pembiayaan (funding) sebagai berikut :

[54]https://www.syariahmandiri.co.iddiakses 30 September 2019 2018, Pukul 20.00

a. Tabungan BSM

Tabungan BSM merupakan tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di konter BSM atau melalui ATM.[55]

Manfaatnya Tabungan BSM

1) Aman dan terjamin.
2) Online di seluruh outlet BSM.
3) Bagi hasil yang kompetitif.
4) Fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit.
5) Fasilitas *e-banking*, yaitu BSM *Mobile Banking* dan BSM *net-Banking.*
6) Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah.

Karakteristik

1) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah.*
2) Minimum setoran awal Rp. 80.000.
3) Minimum setoran berikutnya Rp. 10.000.
4) Saldo minimum Rp. 10.000.
5) Biaya administrasi Rp. 6.000 per-bulan.

b. BSM Tabungan Mabrur

Tabungan mabrur adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu dalam pelaksanaan haji dan umrah.

[55] Brosur BSM Produk dan Jasa

Manfaat Tabungan Mabrur

1) Fasilitas layanan haji untuk kemudian dalam mendapatkan porsi haji.
2) Online dengan siskohat departemen agama untuk kemudahan pendaftaran haji.

Karakteristik Tabungan Mabrur

1) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah *mutlhaqah*
2) Tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi biaya penyelenggaraan ibadah haji dan umrah (BPIH)
3) Setoran awal minimal Rp.500.000,-
4) Setoran selanjutnya Rp.100.000,-
5) Saldo minimal untuk didaftarkan ke Siskohat adalah Rp.25.500.000,- atau sesuai dengan ketentuan dari departemen agama
6) Biaya pelunasan penutupan rekening Rp.25.000,-

c. BSM Tabungan Mabrur Junior

BSM tabungan mabrur junior adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan haji dan umrah khusus untuk usia dibawah 17 tahun.[56]

Manfaat Tabungan Mabrur Junior

1) Aman dan terjamin.
2) Kemudahan penyetoran ke rekening buku tabungan.

[56] Brosur BSM Produk dan Jasa

3) Kemudahan perencanaan keuangan untuk membantu pelaksanaan ibdah haji dan umrah.
4) Kemudahan pendaftaran haji dan umrah ke siskohat kementrian agama.

Karakteristik Tabungan Junior

1) Berdasarkan prinsip syariah mudharabah mudlhaqah
2) Usia nasabah minimal 17 tahun dan belum mempunyai KTP.
3) Tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi biaya penyelenggaraan ibadah haji dan umrah.
4) Setoran awal minimal Rp.100.000,- dan setoran selanjutnya Rp.100.000,-
5) Saldo minimal untuk didaftarkan ke siskohat Rp.25.100.000,- atau sesuai dengan ketentuan departemen agama.
6) Notifikasi reinder saldo melalui e-mail atau sms apabila saldo sudah mencapai RP.25.100.000,- atau sesuai ketentuan yang berlaku di bank.
7) Bebas biaya pembukaan rekening dan biaya administrasi.
8) Apabila tabungan ditutup bukan karena penyetoran BPIH dan pembayaran umrah dikenakan biaya sebesar Rp.25.000,-
9) Online di seluruh outlet BSM.

d. Tabungan Berencana

Tabungan berencana adalah tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang dan memiliki perlindungan asuransi untuk berbagai rencana anda.[57]

Manfaat Tabungan Berencana

1) Kemudahan perencanaan keuangan nasabah jangka panjang.
2) Mendapatkan perlindugan asuransi secara gratis dan otomatis,tanpa pemeriksaan kesehatan.
3) Memperoleh jaminan pencapaian target dana.[58]

Fitur Tabungan Berencana

1) Berdasarkan prisip syariah mudharabah muthlaqah.
2) Bagi hasil yang kompetitif.
3) Periode tabungan 1 sd 10 tahun.
4) Usia nasabah minimal 17 tahun dan maksimal 60 tahun saat pembukaan rekening.
5) Setoran bulanan minimal Rp. 100.000.
6) Target dana minimal Rp.1,2 jt dan maksimal Rp.200 jt
7) Jumlah setoran bulanan dan periode tabungan tidak dapat di ubah.
8) Tidak dapat menerima setoran diluar setoran bulanan.
9) Saldo tabungan tidak bisa ditarik.

[57] Brosur BSM Produk dan Jasa
[58] Brosur BSM Produk dan Jasa

10) Apabila ditutup sebelum jatuh tempo (akhir masa kontrak) akan dikenakan biaya administrasi.

e. BSM Tabungan Simpatik

Tabungan simpatik adalah tabungan berdasarkan prinsip wadi'ah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

Manfaat Tabungan Simpatik

1) Online di seluruh *outlet* BSM
2) Bonus bulanan yang diberikan sesuai kebijakan BSM.
3) Fasilitas BSM Card, yang berfungsi sebagai kartu ATM dan debit.
4) Fasilitas *e-banking*, yaitu BSM *Mobile Banking* dan *BSM net-banking.*
5) Penyaluran zakat, *infak* dan *shadaqah.*

Karakteristik

1) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadi'ah.*
2) Setoran awal minimal Rp.20.000,- (tanpa ATM) dan Rp.30.000,- (dengan ATM)
3) Setoran berikutnya minimal Rp.10.000,-
4) Saldo minimal Rp.20.000,-
5) Biaya tutup rekening Rp.10.000,-
6) Biaya administrasi Rp.2.000,- per rekening per bulan atau sebesar sesuai bonus bulanan (tidak mengurangi saldo minimal)

f. Tabunganku

Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang di terbitkan secara bersama oleh bank-bank yang ada di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.[59]

Manfaat Tabunganku

1) Aman dan terjamin secara online diseluruh outline BSM.
2) Bonus wadiah diberikan sesuai kebijakan bank.

Fasilitas Tabunganku

1) Fasilitas kartu tabunganku,berfungsi sebagai sebagai kartu ATM dan debit.
2) Fasilitas *e-banking* yaitu BSM *Mobile Banking* dan BSM *net banking.*
3) Kemudahan dalam penyaluran zakat,infak dan shadaqah

Karakteristik Tabunganku[60]

1) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yad amanah.
2) Bebas biaya administrasi rekening
3) Biaya pemeliharaan kartu tabunganku RP.2.000,- (bila ada)
4) Setoran awal minimumkartu tabunganku RP.20.000,- dan setoran selanjutnya Rp.10.000,-

[59] Brosur BSM Produk dan Jasa
[60] https//www.syraiahmandiri.co.id diakses Tanggal 29 September 2019 Pukul 21.22

5) Saldo minimal rekening Rp.20.000,-
6) Jumlah minimum penarikan di counter Rp.100.000,- kecuali saat tutup rekening.

g. Giro BSM

Giro BSM merupakan sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transanksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.[61]

Manfaat Giro BSM

1) Dana aman dan dan tersedia setiap saat.
2) Kemudahan transanksi dengan menggunakan cek atau B/G.
3) Fasilitas intersity clearing untuk kecepatan penbayaran inkaso (kliring antar wilayah).
4) Fasilitas BSM card,sebagai kartu ATM sekaligus sebagai debet (untuk perorangan).
5) Fasilitas pengiriman account statement setiap awal bulan.
6) Bonus bulanan yang di berikan sesuai dengan kebijakan BSM.
7) Tersedia dalam mata uang : rupiah, US dollar singapure. Dollar & Euro.

h. BSM Giro Valas

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah untuk perorangan atau non-perorangan.

[61] Brosur BSM Produk dan Jasa

Fitur & Biaya Giro Valas

1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah yad dhamanah*
2. Bebas biaya penarikan *bank notes* sampai dengan USD5.000 per bulan
3. Setoran Awal minimum USD1.000
4. Saldo minimum USD1.000
5. Biaya administrasi bulanan USD5
6. Biaya tutup rekening USD $10

Manfaat Giro Valas

1. Dana aman dan tersedia setiap saat
2. Penarikan dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan slip penarikan
3. Fasilitas pengiriman account statement setiap bulan
4. Bonus bulanan sesuai kebijakan BSM.

i. Deposito BSM

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah* untuk perorangan dan non-perorangan.

Fitur & Biaya Deposito BSM

1) Jangka waktu yang fleksibel: 1, 3, 6 dan 12 bulan
2) Dicairkan pada saat jatuh tempo
3) Setoran awal minimum Rp.2.000.000

4) Biaya materai Rp.6.000

5) Biaya penarikan : Rp.30.000/rekening

Manfaat Deposito BSM

1) Dana aman dan terjamin
2) Pengelolaan dana secara syariah
3) Bagi hasil yang kompetitif
4) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan
5) Fasilitas Automatic Roll Over (ARO)

2. Produk-produk Pembiayaan (Landing)

a. Pembiayaan Consumer

1) BSM Griya

Fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk pembiayaan kepemilikan rumah tinggal yang diperuntukan untuk individu dan perorangan.[62]

Manfaat

1) Angsuran ringan dan tetap sampai jatuh tempo pembiayaan.
2) Prosesnya mudah dan cepat.
3) Fleksibel untuk beli runah baru atau bekas.
4) Asilitas auto debet dari tabungan BSM.
5) Bebas biaya penalty bagi yang ingin mempercepat pelunasan.

[62] Brosur BSM Produk dan Jasa

6) Jangka waktu pembiayaan 15 tahun.

2) Pensiunan

Pembiayaan dengan memberikan kesempatan dan kemudahan memperoleh fasilitas pembiayaan kepada pensiunan.

3) BSM oto

BSM oto merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor baik baru maupun bekas dengan sistem *murabahah.*

Keunggulan BSM Oto

1) Proses cepat dan mudah
2) Angsuran tetap selama masa pembiayaaan
3) Fleksibel
4) Bebas biaya penalty untuk pelunasan di percepat
5) Tersedia fasilitas card ownership program (COP) dengan kemudahan untuk karyawan perusahaan

4) Pembiayaan Umrah

Pembiayaan untuk mempermudah nasabah dalam memenuhi kebutuhan perjalanan umrah melalui penyelenggaraan umrah yang telah terdaftar dan mempunyai izin dari departemen agama serta memiliki pengalaman usia penyelenggaraan umrah minimal 2 tahun.

b. Pembiayaan Mikro

1) Modal kerja (BSM Customer network financing)

Pembiayaan modal kerja yang diberikan kepada nasabah untuk pembelian persediaan barang dari rekanan yang telah menjalin kerja sama dengan BSM.[63]

KeunggulanModal Kerja

1) Syarat mudah
2) Proses cepat
3) Sesuai syariah
4) Angsuran ringan dan tetap hingga akhir pembiayaan
5) Mendapatkan pelatihan usaha

Diperuntukan untuk wiraswasta, pegawai dan badan usaha.

2) Gadai emas

Gadai emas merupakan saran untuk mendapatkan dana dalam mengatasi kebutuhan pendidikan, modal usaha, biaya pengobatan, penyelenggaraan hajatan dan kebutuhan lainnya.

Manfaat dan kemudahan gadai emas:

1) Aman dan terjamin
2) Proses mudah dan cepat
3) Biaya pemeliharaan yang kompetitif
4) Terkoneksi dengan rekening tabungan

[63] Brosur BSM Produk dan Jasa

Karakteristik Gadai emas

1) Pembiayaan prinsip syariah dan akad qard dalam rangka rahn dan akad *ijarah*
2) Biaya administrasi dan asuransi barang jaminan dibayar padda saat pelunasan
3) Biaya pemeliharaan terhitung per 15 hari dibayar cukup pada saat pelunasan

c. PembiayaanKomersil

1) **Pembiayaan Modal Kerja**

Fasilitas pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada pelaku usaha baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing untuk membiayai kebutuhan modal kerja dalam siklus waktu tertentu maksimal 1 tahun.

2) **Pembiayaan Investasi**

Fasilitas pembiayaan jangka pendek / jangka panjang dalam mata uang rupiah maupun valuta asing untuk membiayai kebutuhan investasi berupa rehabilitasi, modernisasi, perluasan, pendirian proyek baru dan atau kebutuhankhusus lainnya yang dinilai layak oleh bank.

3. Produk-produk Jasa

a. BSM *Card*

BSM Card satu kartu beragam manfaat, *BSM Card* semakin mudah digunakan untuk bertransaksi di BSM ATM, ATM bersama, ATM

prima, ATM MEPS dan ATM mandiri. BSM Card dapat digunakan untuk cek saldo, tarik tunai, ubah pin, transfer antar rekening dll.[64]

b. BSM Sentra Bayar

BSM sentra bayar merupakan layanan bank dalam menerimapembiayaan tagihan pelanggan.

Manfaat

1) Pembayaran tagihan tepat waktu
2) Mudah
3) Lokasi pembayaran di seluruh kantor Bank Syariah Mandiri

Fasilitas

1) Bisa dilakukan secara tunai, auto debet, SMS Banking atau melalui ATM Bank Syariah Mandiri
2) Tanda bukti pembayaran

Layanan payment yang tersedia:

1) Telkom (seluruh Indonesia)
2) Kartu halo
3) Isi ulang (simpati dan as)
4) Matrix (d/h satelindo dan IM3 bright)
5) PLN
6) Esia, IM2, Speedy, Pembayaran mahasiswa BSI

[64] https//syaraiahmandiri.co.id diakses Tanggal 29 September 2019 Pukul 21.29 WIB

c. BSM *Mobile Banking*

BSM *Mobile Banking* merupakan layanan transanksi perbankan (non tunai) melalui *mobile phone (handphone*) berbasis GPRS.[65]

Manfaat BSM *Mobile Banking*

1) Kenyamanan bertransanksi kapan saja dan dimana saja.
2) Kemudahan melakukan transanksi seperti layaknya di ATM.
3) Biaya pulsa paling murah,kurang dari Rp.50 per transanksi.
4) Dapat diaplikasikan pada semua jenis SIM Card dan ponsel yang menggunakan teknologi GPRS.
5) Dilengkapi fitur special transfer *real time* ke 83 bank dan transfer ke bukan bukan pemegang rekening.

Fasilitas/fitur *Mobile Banking*

1) Transfer antar rekeningdi BSM dan antar bank SKN
2) Transfer *real time* ke rekening di bank anggota jaringan ATM bersama dan prima
3) Transfer uang tunai (transfer ke bukan pemegang rekening)
4) Pembelian pulsa
5) Pembayaran premi asuransi dan zakat
6) Informasi saldo, mutasi dan sebagainya

[65] Brosur BSM Produk dan Jasa

d. BSM *Net Banking*

BSM *Net Banking* merupakan layanan perbankan berbasis internet yang dilengkapi dengan layanan transanksi transfer yang paling lengkap. Bahkan bisa melakukan transanksi transfer secara *real time* ke 80 bank yang tergabung dalam jaringan ATM bersama dan ATM prima. Cukup klik ke menu di computer, dana seketika sampai direkening penerima.

Kelebihan BSM *Net Banking*

1) Transanksi perbankan dapat dilakukan dengan mudah,kapan saja dandimana saja.
2) Pengamanan berlapis untuk setiap transanksi yang dilakukan di BSM *net banking.*
3) Membantu pengelolaan transanksi keuangan.
4) Layanan lengkap,mulai dari transanksi antar rekening BSM, transfer via SKN/RTGS, *transfer real time*, transfer ke penerima yang tidak memiliki rekening bank, pembayaran tagihan,pembelian pulsa,informasi rekening/mutasi dan sebagainya.[66]

e. BSM *Electronic Payroll*

Pembayaran gaji keryawan institusi melalui teknologi terkini bank Syariah Mandiri secara mudah, aman dan fleksibel.

[66] Brosur BSM Produk dan Jasa

Karakteristik *Electronic Payroll*

1) Dapat dilakukan di seluruh cabang Bank Syaruah Mandiri
2) Teknologi payrollterkini yang didesain dapat menerima segala jenis sistem informasi teknologi yang digunakan perusahaan
3) Pembayaran hanya dilayani untuk mata uang rupiah
4) Pembayaran gaji dapat dilakukanlebih dari satu kali setiap bulan untukn setiap keryawan perusahaan

Manfaat *Electronic Payroll*

1) Membantu perusahaan dalam mengelola pembayaran gaji karyawannya dengan sangat mudah dan aman
2) Perusahaan tidak lagi membayar gaji secara tunai
3) Kaeyawan akan memperoleh gajinya dengan aman dan tepat waktu.

f. *Western Union* Jasa Operasional

Adalah jasa mengiriman uang / penerimaan kiriman uang secara cepat *(real time on line)* yang dilakukan lintas Negara atau dalam satu Negara (domistik).

g. *Transfer*

Manfaat layanan BSM transfer untuk mengirim uang tunai kepada sanak saudara atau rekan bisnis di seluruh pelosok negeri tercinta dengan mudah dan aman. Uang tetap dapat

dikirim meskipun dilokasi tersebut belum tresedia layanan perbankan. Layanan transfer ini diperuntukan untuk perorangan dan badan hukum.

Keunggulan

1) Cepat: uang kiriman diterima segera setelah proses pengiriman.
2) Mudah; penerima tidak perlu memiliki rekening bank karena uang kiriman dapat di ambil lebih dari 3.600 kantor kas online di seluruh Indonesia.
3) Tanpa batas waktu: pengiriman uang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun,bahkan hari libur juga dapat melakukan pengiriman uang.
4) Aman: pengambilan uang kiriman dilengkapi PIN dan NTP (nomor transanksi pengiriman).

h. *Intercity Clearing*

Jasa penagihan warkat (cek /*bilyet Giro* valuta rupiah) bank diluar wilayah kliring dengan cepat sehingga nasabah dapat menerima dana hasil-hasil tagihan cek atau *bilyet giro* tersebut pada keesokan harinya.[67]

Karakteristik *Intercity Clearing*

1) Media penarikan berasal dari cek atau *bilyet giro* dari bank lain

[67] Brosur BSM Produk dan Jasa

2) Dapat dilakukan di seluruh cabang Bank Syariah Mandiri
3) Fasilitas ini hanya dapat dilaksanakan dengan bank yang telah memiliki jasa yang sama

i. *Inkaso*

Penagihan warkat bank lain dimana bank tertariknya berbeda wilayah kliring atau berada diluar negeri, hasilnya penagihan akan di kredit ke rekening nasabah.

Karakteristik *Inkaso*

1) Nasabah harus memiliki rekening di Bank Syariah Mandiri
2) Mata uang rupiah atau valuta asing lainnya (USD, SGD)
3) Hasil *inkaso* BSM dikredit ke rekening nasabah atau ditransfer ke rekening nasabah di bank lain
4) Bank hanya penerima amanat dan mewakili (*wakalah*) nasabah,bila terjadi kesalahan/keterlambatan hasil inkaso BSM, mak Bank Syariah Mandiritidak bertanggung jawab

Manfaat *Inkaso*

1) Nasabah dapat menerima pembayaran warkat dari seluruh wilayah Indonesia dan dari Negara tertentu sesuai ketentuan Bank Syariah Mandri
2) Nasabah tidak pelu melakukan penagihan sendiri.

j. BSM RTGS (*Real Time Gross Setlement*)

Jasa transfer uang valuta rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara *real time.* Hasil transfer efektif dalam hitungan menit.

Karakteristik BSM RTGS

1) Dapat dilakukan di seluruh cabang Bank Syariah Mandiri
2) Pengiriman hanya dalam bentuk mata uang rupiah
3) Batas waktu transfer sesuai waktu yang ditentukan Bank Syariah mandiri[68]

Manfaat BSM RTGS

1) Memudahkan nasabah dalam melakukan transanksi bisnis khususnya dalam hal transanksi keuangan sehingga kredibilitas nasabah dapat terjamin
2) Dan yang ditransfer nasabah dalam hitungan menit dapat diterima di bank tujuan dengan aman dan mudah
3) Tidak perlu membawa uang tunai untuk menyelasaikan transanksi bisnis.

E. Deskripsi Responden

Kusioner ini disebar kepada 100 responden, semua kuesioner memenuhi kriteria karakteristik yang menjadi subjek dalam penelitian ini yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terhakir, pekerjaan dan

[68] Brosur BSM Produk dan Jasa

penghasilan. Dalam kuesioner responden boleh mengisi nama boleh tidak, hal ini dilakukan untuk menjaga kerahasiaan informasi yang diberikan oleh responden. Namun hal lain yang penliti temukan dilapangan tidak semua responden mengisi data mengenai pendapatan yang mereka terima tiap bulannya, peneliti menghargai hal tersebut karena dianggap suatu hal yang privasi.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden berdasarkan hasil penelitianyang telah dikelompokkan ditunjukkan pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1)	Laki-laki	43	43
2)	Perempuan	57	57
	Jumlah	**100**	**100**

Sumber: data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 43 orang atau sebesar 47% dan jumlah responden perempuan sebanyak 57 orang atau sebesar 57%. Dengan demikian jumlah responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden perempuan yaitu sebanyak 57 orang atau sebesar 57%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan tingkat umur responden yang dijadikan sampel penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan tingkat Usia

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1)	<15	0	0
2)	16-19	6	6
3)	20-29	14	14
4)	30-40	24	24
5)	41-50	35	35
6)	> 50	21	21
	Jumlah	**100**	**100**

Sumber: data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa tidak terdapat responden yang berusia 15 tahun kebawah atau sebesar 0%. Jumlah responden dengan usia 16-19 terdapat sebanyak 6 responden atau sebesar 6%, kemudian jumlah responden dengan usia 20-29 terdapat sebanyak 14 responden atau sebesar 14%. Jumlah responden dengan usia 30-40 tahun sebanyak 24 orang atau sebesar 24%, jumlah responden usia 41-50 tahun sebanyak 35 orang atau sebesar 35% dan jumlah responden usia >50 Tahun sebanyak 21 orang atau sebesar 21.

Hal ini menunjukan bahwa usia yang mendominasi dari segi penggunaan jasa Bank Syariah Mandiri kantor cabang Bukittinggi ialah oleh responden yang berusia 41-50 tahun yaitu sebanyak 35 orang atau sebesar 35%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan responden yang dijadikan sampel penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1)	Sd	6	4
2)	Smp	10	10
3)	Sma	48	48
4)	Diploma	14	14
5)	Sarjana	22	22
	Jumlah	**100**	**100**

Sumber : data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden tingkat pendidikan SD sebanyak 6 orang atau sebesar 6%, sedangkan jumlah responden dengan tingkat pendidikan SMP sebanyak 10 orang atau sebesar 10%. Jumlah responden tingkat pendidikan SMA sebanyak 48% orang atau sebesar 48%, kemudian jumlah responden tingkat pendidikan Diploma sebanyak 14 orang atau sebesar 14% dan tingkat pendidikan sarjana sebanyak 22 orang atau sebesar 22%.

Hal ini menunjukan bahwa tingkat pendidikan didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan SMA yaitu sebanyak 48 orang atau sebesar 48%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan tabel 4.4 di bawah dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan tingkat pekerjaan PNS/Karyawan adalah sebanyak 21 orang atau sebesar 21%, jumlah responden berdasarkan tingkat pekerjaan Pegawai swasta sebanyak 19 orang atau sebesar 19%, jumlah responden berdasarkan tingkat pekerjaan Wiraswasta sebanyak 33 orang atau sebesar 33%, jumlah responden berdasarkan tingkat pekerjaan

Pelajar/Mahasiswa sebanyak 11 orang atau sebesar 11% dan tingkat pekerjaan sebagai Buruh/Petani sebanyak 7 orang atau sebesar 7%.

Hal ini menunjukan bahwa tingkat pekerjaan didominasi oleh responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 33 orang atau sebesar 33%.

Tabel 4.4
Jumlah Responden Berdasarkan tingkat Pekerjaan

No	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1)	PNS /Karyawan	21	21
2)	Pegawai Swasta	19	19
3)	Wiraswasta	33	33
4)	Ibu Rumah Tangga	9	9
5)	Pelajar/mahasiswa	11	11
6)	Buruh/Petani	7	7
	Jumlah	**100**	**100**

Sumber : data primer diolah 2019

F. Analisis Data

a. Uji Validitas

Validitas atau keshahihan adalah menunjukkansejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang diukur. Pada penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan atau validnya item-item dalam suatu daftar pertanyaan. Validitas item ditujukan dengan adanya dukungan terhadap skor total. Valid atau tidaknya suatu item dapat diketahui dengan membandingkan r_{hitung} dengan $r_{tabel,}$ dengan menggunakan taraf signifikan 0,05% atau 5% dengan jumlah responden atau n=100, sehingga r_{tabel} dalam penelitian ini adalah: (0,05 : n-2)= (0,05 : 100-2)= (0,1654). Berikut hasil output uji validitas variabel x dan y dengan menggunakan SPSS:

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel X

VARIABEL	NILAI r HITUNG	NILAI r TABEL	KEPUTUSAN
X1.1	0,555	0,1654	VALID
X1.2	0,604	0,1654	VALID
X1.3	0,428	0,1654	VALID
X1.4	0,506	0,1654	VALID
X1.5	0,708	0,1654	VALID
X1.6	0,736	0,1654	VALID
X1.7	0,705	0,1654	VALID
X1.8	0,684	0,1654	VALID
X1.9	0,723	0,1654	VALID
X1.10	0,605	0,1654	VALID
X1.11	0,561	0,1654	VALID
X1.12	0,595	0,1654	VALID
X1.13	0,58	0,1654	VALID
X1.14	0,382	0,1654	VALID
X1.15	0,58	0,1654	VALID

Sumber: data primer diolah 2019

Berdasarkan uji validitas pada tabel 4.5 diatas, dapat dilihat secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel (X) secara keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu sebesar 0.1654.

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Y

VARIABEL	NILAI r HITUNG	NILAI r TABEL	KEPUTUSAN
Y.1	0,755	0,1654	VALID
Y.2	0,723	0,1654	VALID
Y.3	0,637	0,1654	VALID
Y.4	0,784	0,1654	VALID
Y.5	0,674	0,1654	VALID
Y.6	0,642	0,1654	VALID
Y.7	0,614	0,1654	VALID

Sumber: data primer diolah 2019

Berdasarkan uji validitas pada tabel 4.6 diatas, dapat dilihat secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel (Y) secara keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu sebesar 0.1654.

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan handal jika jawaban dari responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk uji reliabilitas instrumen, apabila nilai cronbach alpha mendekati 1,0 maka akan semakin baik. Jika kurang 0,60 dianggap buruk sedangkan 0,70 bisa diterima dan sedangkan lebih dari 0,80 dianggap baik. Berikut hasil output uji reliabilitas variabel x dan y dengan menggunakan SPSS:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,814	,817	7

Sumber: data primer diolah 2019

Hasil uji reliabilitas diatas terlihat bahwa nilai *cronbach's alpha* variabel Y lebih besar dari 0,6 atau lebih besar dari r_{tabel} 0,1654 sehingga dapat disimpulkan semua variabel yang di uji baik atau reliabel.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,870	,871	15

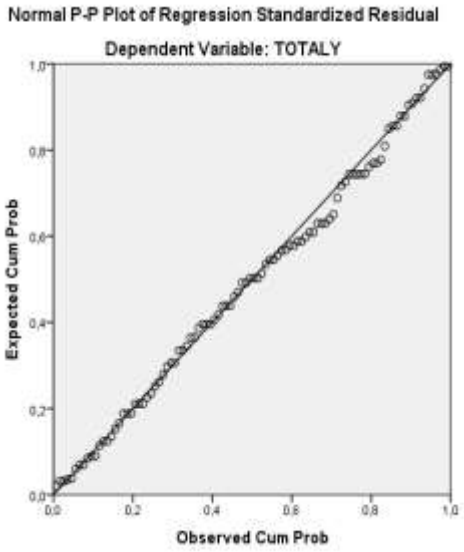
Sumber: data primer diolah 2019

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas terlihat bahwa nilai *cronbach's alpha* variabel X lebih besar dari 0,6 atau lebih besar dari r_{tabel} 0,1654 sehingga dapat disimpulkan semua variabel yang di uji baik atau reliabel.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi data variabel dependen dan independen yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Salah satu cara untuk mengujinya ialah dengan metode grafik. Pada penelitian ini metode grafik yang digunakan untuk melihat normalitasnya data ialah dengan melihat normal p-plot. Berikut kurva normal p-plot:

Gambar 4.1
Normal P-Plot



Berdasarkan tampilan gambar 4.1 di atas dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas atau data berdistribusi normal.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing data (data sebelum/sesudah) memilki korelasi atau tidak. Untuk melihat ada atau tidaknya penyimpangan klasik autokorelasi dapat dengan melihat ketentuan apabila d<dl atau d>4-dl maka terdapat autokorelasi, apabila du<d< 4-du maka tidak terdapat autokorelasi dan apabila dl<d<du atau 4-du<d<4-dl maka tidak memberikan kesimpulan. Nilai dari du dan dl dapat dilihat di tabel statistik D-Durbin Watson. Cara lain untuk melihat terdapat atau tidaknya autokorelasi ialah dengan membandingkan nilai d, apabila nilai d<1,10 maka terjadi autokorelasi, apabila nilai d 1,11-2,90 maka tidak terjadi autokorelasi dan apabila nilai d>2,91 maka terjadi autokorelasi. Berikut hasil uji autokorelasi:

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,877[a]	,771	,674	3,53367	2,062

Sumber: data primer diolah 2019

Tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai dari d adalah sebesar 2,065 sedangkan nilai dl 1,65 dan du 1,69. Jadi apabila nilai d terletak diantara 1,11-2,90 dan terletak diantara nilai du (4-du) atau du<d<4-du = 1,69<2,06<4-1,69=

1,69<2,06<3,31, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat penyimpangan autokorelasi dan masing-masing data (data sebelum/sesudah) memilki korelasi.

e. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi ini digunakan untuk mengetahui sejauhmana hubungan antar variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), dari persamaan tersebut dapat diketahui besarnya konstribusi variabel X terhadap variabel Y yang ditunjukkan oleh hubungan yang dinyatakan dalam bentuk persamaan maematika yang mempunai hubungan fungsional antara kedua variabel tersebut. Berikut hasil uji analisis linier sederhana:

Tabel: 4.9
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,024	2,604		6,538	,000
	TOTALX	,154	,048	,308	3,209	,002

Sumber: data primer diolah 2019

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan diatas adalah sebagai berikut: Y=17,024+0,154x

Dimana:

Y=Minat Nasabah
X= Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil iji regresi linier di atas dapat diinterprestasikan bahwa angka konstan dari *unstandardized officient* dalam tabel diatas nilainya sebesar 17,024. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti yaitu besarnya jumlah minat yang diberikan pada saat nilai pelayanan sama dengan 0.

Koefisien regresi X sebesar 0,154 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai layanan, maka nilai minat bertambah sebesar 0,154. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel independer (X) terhadap variabel dependent(Y) adalah positif.

f. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dengan kata lain, koefisien determinasi dilakukan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen secara bersama mampu memberi penjelasan terhadap variabel dependen. hasil R^2 penelitian ini dapat dilihat pada tabel Berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,877[a]	,771	,674	2,84750

Sumber: data primer diolah 2019

Berdasarkan hasil uji determinasi yang tampak pada tabel 4.10 diatas,dapat dijelaskan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang ditunjukkan oleh nilai *R square*yaitu sebesar 0,771 atau sebesar77,1%, maka dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas (pelayanan) terhadap variabel terikat (minat) adalah sebesar 77,1% dan sisanya 100%-77,1%=22,9dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti atau tidak masuk dalam model penelitian ini.

g. Uji T

Uji T ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari variael X terhadap variabel Y. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{statistik} < 0,05$ maka Ho ditolak dan ha diterima yang berarti terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat begitu juga sebaliknya. Berikut hasil olahan data primer:

Tabel 4.11
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,024	2,604		6,538	,000
	TOTALX	,154	,048	,308	3,209	,002

Sumber: data primer diolah 2019

Hasil perhitungan diatas didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 3,209 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,660 maka 3,209>1,660 dan nilai signifikansi 0,002<0,05 yang dapat disimpukan Ho ditolak dan ha diterima yang berarti terdapat pengaruh dari variabel bebas (pelayanan) terhadap variabel terikat (minat).

G. Analisis Pembahasan

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan penggunaan penyebaran angket yang diajukan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri diketahui hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bertanda positif, artinya kualitas pelayanan berbanding lurus atau searah terhadap minat nasabah dan hasil uji t diketahui bahwa nilait_{hitung} sebesar 3,209 dengan nilai signifikan sebesar 0,002<0,05 yang berarti Ho ditolak,

maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada minat nasabah dalam menggunakan *e-channel.*

Teori yang dikemukakan kotler bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan kualitas pelayanan menurut Zeithaml didefinisikan sebagai "*the extent of discrepancy between customers expextations or desire and their perceptions"*. Dari pernyataan tersebut dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Dimana pelayanan merupakan prilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Jika nasabah merasa kebutuhannya dapat terpenuhi atau mampu melebihi apa yang diperkirakan maka minat nasabah semakin tinggi.

Hasil uji koefisien determinasi dihasilkan bahwa *R square*yaitu sebesar 0,771 atau sebesar77,1% variabel kualitas pelayanan (X) dipengaruhi variabel (Y), yang berarti bahwa adanya pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependent.

Menurut teori Parasuraman dkk menyimpulkan bahwa dalam mengukur faktor pelayanan diperlukan indikator yang mencakup lima dimensi utama yang disusun sesuai tingkat kepentingan relatif seperti berwujud (*tangible),*reliabilitas *(reliability),* responsive *(responsive),* jaminan dan kepastian *(assurance) dan* empati *(emphaty).* Lima dimensi ini membuktikan bahwa pengaruh kualitas

pelayanan berbanding lurus dengan minat nasabah. Jika dicermati pada dunia perbankan saat ini nasabah pasti akan lebih memperhatikan pengaruh kualitas pelayanan baik pelayanan fisik maupun non fisik. Hal tersebut dikarenakan nasabah masa kini memiliki informasi yang lebih baik, mereka lebih menyadari adanya berbagai pilihan dan mereka menuntut standar pelayanan yang lebih tinggi. Maka bank harus dapat lebih memahami beragam kebutuhan nasabah dan berusaha memenuhi harapan tersebut.

Hasil penelitian ini selaras denganpenelitian yang dilakukan oleh Bagja Sumantri dan Eris Tri Kurniawati. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Bagja Sumantri dan Eris Tri Kurniawati menyatakan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel minat. Hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang diolah kemudian menghasilkan data yang menyatakan bahwa minat akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank sangat baik.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *E-Channel* (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Bukittnggi), maka dapat diberikan suatu kesimpulan sebagai berikut:

Variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *e-channel* yang dibuktikan dengan nilai nilai t_{hitung} sebesar 3,209 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,660 maka 3,209>1,660 dan dengan nilai signifikansi 0,002<0,05 yang dapat disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti terdapat pengaruh dari variabel bebas (pelayanan) terhadap variabel terikat (minat). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank maka tingkat minat nasabah akan tinggi pula. Kualitas pelayana merupakan suatu hal yang sangat harus diperhatikan oleh bank,hal tersebut dikarenakan nasabah masa kini memiliki informasi yang lebih baik, mereka lebih menyadari adanya berbagai pilihan sehingga mereka menuntut standar pelayanan yang lebih tinggi atau melebihi apa yang mereka diharapkan.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang fundamental bagi nasabah. Hal ini dapat dilihat dari hasil R^2yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan mampu mempengaruhi minat dari nasabah sebesar 70,1%. Pelayanan merupakan jasa yang pertama kali yang

diberikan oleh bank kepada nasabah, apabila nasabah merasakan kesan yang sesuai atau melibihi dugaan yang mereka pikir, tentu saja hal ini membawa dampak yang sangat positif bagi bank, tentu saja hal ini menumbuhkan minat yang lebih besar kepada nasabah.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan kesimpulan maka peneliti mencoba memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Untuk Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi

   Penelitian ini membuktikan bahwa pengaruh kualitas pelayanan sangat besar terhadap minat nasabah. Hal tersebut menjelaskan bahwa pelayanan merupakan hal yang fundamental bagi nasabah. Jadi bank harus sangat memperhatikan segala aspek yang berkaitan dengan pelayanan.

   Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi sebaiknya lebih meningkatkan kinerjanya dalam membangun hubungan yang baik dengan nasabah dalam pemberian kualitas pelayanan. Dalam upaya meningkatkan kepercayaan nasabah yang pada gilirannya akan menciptakan minat nasabah, pihak perbankan perlu mempelajari bagaimana keinginan nasabah sesungguhnya. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesenjangan antara layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan nasabah. Perusahaan juga harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan segala dimensi dari variabel kualitas pelayanan karena disini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

2. Saran Untuk Peneliti Selanutnya.

Dalam penyusunan skripsi ini, pastinya peneliti memiliki kekurangan, sehingga memungkinkan ada hal yang belum sepenuhnya terselesaikan dengan baik, mengingat keterbatasan ruang dan waktu.Sehingga penelitian ini hanya dilakukan disatu perusahaan saja.Untuk mendapatkan hasil yang lebih variatif dan memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah, disarankan untuk peneliti selanjutnya meneliti dengan sampel yang lebih besar.Diharapkan juga dalam penelitian selanjutnya yang serupa dapat melakukan penelitian dengan menambah variabel untuk mengukur minat nasabah.Serta dapat menyempurnakan indikator pertanyaan dalam kuesioner yang disesuaikan dengan objek penelitian. Sehingga dapat menggambarkan maksud dan tujuan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, Candra dan Dadang Hermawan. 2013. *E-business & E-commerce* Yogyakarta: CV Andi Offset.

Alma, Buchari. 2010. *Pengantar Bisnis.* Bandung: Alfabeta.

Anoragam, Pandji. 2011. *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi.* Jakarta: PT Rineka Cipta.

Antonio, Muhammad Syafi'i 2004. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisinis Perspektif Islam.* Bandung: Alfabeta.

Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu Sosial Lainnya.* Jakarta: Prenada Media Group.

Dantes, Nyoman. 2012. *Metode Penelitian.* Yogyakarta: CV Andi Offset.

Ikatan Bankir Indonesia (IBI). 2014. *Mengelola Bank Komersial*. Yogyakarta: Gramedia pustaka utama.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-PrinsipmPemasaran Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi.* Jakarta: Salemba Empat.

Loveock, Christoper. Jochen Wirtz & Jack Musry. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi jilid 1.* Jakarta: Erlangga

Machmud, Amir dan Rukmana. 2010. *Bank Syariah Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia,* Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.

Muhamad. 2015. *Manaemen Dana Bank Syariah.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Muri, Yusuf A. 2014. *Metode Penelitian Kuantitattif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Nasridin, Endin. 2010. *Psikologi Manajemen.* Bandung: CV Pustaka Setia.

Narbuko, Cholid dan Abu Hamadi. 2005. *Metodologi Penelitian.* Jakarta: Bumi Aksara, 2005).

Nurastuti, Wiji. 2011. *Teknologi perbankan* . Yogyakarta: Graha Ilmu.

Perwataatmadja, Karnasean A. dan Hendri Tanjung. 2007. *Perbankan Syariah Teori, Praktik dan Peranannya.*Jakarta: Celestial Publishing.

Poltak, Sinambela Lijan. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Rahmayanti, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Rozalinda. 2015. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sarwono. Jonathan. 2006. *Metode Penelitian kualitatif dan Kuantitatif.* Yogyakarta: GrahaIlmu.

Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian KuantitatifDilengkapi Dengan Perbandingan Manual dan SPSS.* Jakarta: Prenadamedia Group.

Sumar'in. 2012. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah* . Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tri, Basuki Agus & Nano Prawoto. 2016. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi.* Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Thofifah, I'natut. 2015. *Statistika Pendidikann dan Metode Penelitian Kuantitatif.* Malang: Madani.

Wijaya, Toni. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan.* Jakarta: Kencana.

Zain, Muhammad. *Ekonomi dan Bisnis Islam Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam.* Jakarta: Rajawali Pers.

Jurnal

Oktaviani, Satriyanti Evi. 2012. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank.* Surabaya: Jurnal Of Business And Banking.

Sunardi dan Sri Handayani. 2014. *Kualitas Pelayanan Dalam Islam dan Kepercayaan Terhadap Lembaga Amil Zakat Infak Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia.* Tangerang: Islaminomic Jurnal.

Wandira, Ayu. 2018. *Pengaruh Fasilitas Dan PelayananTerhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung.* Lampung

Uniyanti. 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Mahasiswa Fakultas Febi Universitas Islam Alauddin).* Makassar.

http//.kemajuanteknologi.blogspot.com, diakses tanggal 02 Marer 18 jam 20:45.

https;//id.m.wikipedia.org/wiki/internet#/issue/ Dikses tanggal 02 Maret 2018 jaml 20.05 WIB

https://kbbi.web.id.

https://www.syariahmandiri.co.id.

https://id.m.wikipedia .org/wiki/teknologi.