PENGARUH SUSTAINABLE COMUNICATION, AKSESIBILITAS, DAN INTEGRITAS LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MEMILIH TABUNGAN iB MULTIGUNA DI BANK SYARIAH BUKOPIN KC BUKITTINGGI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan (S1) Perbankan Syariah

Oleh

PEPI PURWASIH

3315.110

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

BUKITTINGGI

TA 2019

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbilalamin, segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, taufiq serta hidayahnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **"Pengaruh Sustainable Comunication, Aksesibilitas, dan Integritas Layanan Terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi"** dengan tepat waktu dan dengan kemampuan yang ada, sekaligus menamatkan pendidikan di Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi. Kemudian shalawat beserta salam saya limpahkan kepada junjungan besar kita yakni Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, terutama segenap keluarga yang telah mendukung penulis baik secara moril maupun materil, teristimewanya kepada ayahanda saya **Syafrin** dan ibunda saya **Maswanna** tercinta yang telah mendidik, membesarkan, memotivasi serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran dan pengorbanan, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi serta perkuliahan ini. Serta kepada dan adik saya **Yan Prawindra,**

Hulia Suparmin, Rizaldi Indaswari yang selalu memberikan semangat kepada saya**.** Selanjutnya ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:.

1. Ibu **Dr. Ridha Ahida, M. Hum** selaku Rektor Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi.
2. Bapak Dekan **Dr. Iiz Izmuddin, MA** selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Pembimbing 1 bapak **Yuwarman Mansyur, SE, MM** dan ibu **Yenti Astari Dewi, SE, MM** selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibuk **Sandra Dewi, SE.,MM** selaku ketua program studi S1 Perbankan Syariah.
4. Bapak **Sofia Ridha, M.Ag** penasehat akedemik (PA) yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis.
5. Pimpinan serta karyawan dan karyawati PT. Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Saudara-saudaraku, terutama lokal PS C, senang rasanya mendapatkan teman yang sudah berasa seperti keluarga karena sudah satu lokal selama 8 semester, terimakasih untuk kebersamaan, kekompakan, dan saling supportnya salama ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Do’a dan harapan penulis kepada semua pihak yang memberikan bantuan,

semoga Allah SWT membalas serta mengharapkan rahmat dan karunia-Nya.Amin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan harapan bisa bermanfaat bagi kita semua.

Bukittinggi, Juli 2019

Penulis

Pepi Purwasih

NIM. 3315.110

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL.....vii

DAFTAR GAMBAR.....viii

ABSTRAK

BAB I PENDAHULUAN

A. LatarBelakangMasalah.....1
B. IdentifikasiMasalah.....9
C. BatasanMasalah.....9
D. RumusanMasalah.....10
E. TujuanPenelitian.....10
F. ManfaatPenelitian.....11
G. Penjelasan Judul.....11
H. Kajian Terdahulu..... 13
I. Sistematika Penulisan.....14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsep Dasar Tentang Minat.....16
a. Pengertian minat.....16
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....17
c. Macam-Macam Minat..... 27
d. Pandangan Islam Tentang Minat..... 28
B. Sustainable Comunication.....31
a. Bentuk-Bentuk komunikasi.....31
b. Tujuan Komunikasi.....31
c. Fungsi Komunikasi..... 32
d. Syarat-Syarat Komunikasi..... 33
e. Komunikasi Dalam Perspektif Islam..... 33

C. Aksesibilitas.....35
a. Indikator Aksesibilitas..... 35

b. Hambatan Aksesibilitas..... 35
c. Dimensi Aksesibilitas..... 36
D. Integritas layanan.....37
a. Ciri Ciri Layanan Yang Berintegritas..... 37
b. Konsep Kualitas Pelayanan..... 38
c. Layanan Dalam Islam..... 39
E. Tabungan.....41
a. Pengertian Tabungan.....41
b. Jenis-Jenis Tanungan.....42
F. Tabungan iB Multiguna..... 43
G. LandasanSyariah.....46
H. KerangkaPemikiran.....49
I. Hipotesis.....51

BAB III METODOLOGI PENELITIAN
A. Jenis Penelitian.....52
B. Lokasi Penelitian.....52
C. Jenis dan Sumber Data.....53
1. Data Primer.....53
2. Data Sekunder.....53
D. Teknik Pengumpulan Data.....54
1. Kuisioner.....54
2. Wawancara.....54
3. Dokumentasi.....54
E. Populasi dan Sampel.....55
F. Teknik Analisis Data.....56
1. UjiInstrumen.....56
a. Uji Validitas.....57
2. Uji Reliabilitas.....57
3. Uji Asumsi Klasik.....57
a. Uji Normalitas..... 57
b. Uji Auto Korelasi..... 57
c. Uji Multikolinearitas.....58
d. Uji Heteroskedastisitas.....59
4. Uji Regresi Linear Berganda.....60
5. Uji Determinasi..... 60
6. Uji F..... 61
7. Uji T..... 61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi.....64

1. Sejarah PT. Bank Syariah Mandiri KC P. Panjang.....64
2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi.....65
3. StrukturOrganisasi PT Bank Syariah KC Bukittinggi.....66
4. Tugas Dari Masing-Masing Jabatan..... 68
5. Produk-Produk PT. Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi.…73
   a. Produk Pendanaan.....73
   b. Produk Pembiayaan.....77
   c. ProdukJasa.....81

B. Gambaran Umum Responden.....83
   1. Deskripsi Responden.....83
      a. Jenis Kelamin Responden.....84
      b. Usia Responden.....85
      c. Status Perkawinan Responden..... 86
      d. Jumlah Tanggungan Responden..... 87
      e. Pendidikan Terakhir Responden.....89
      f. Pendapatan Responden.....90

C. Hasil Analisis Data..... 91
   1. Uji Instrumen.....92
      a. Uji Validitas.....92
      b. Uji Reliabelitas.....92
   2. Uji Asumsi Klasik..... 98
      a. Uji Normalitas.....98
      b. Uji Auto Korelasi..... 99
      c. Uji Multikolinearitas.....100
      d. Uji Heteroskedastisitas.....101
   3. Uji Hipotesis.....103
      a. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....103
      b. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....105
      c. Hasil Uji T.....106
      d. Hasil Uji F.....108

D. Pembahasan Hasil Analisis Data Dalam Konsep Syariah..... 110

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....112

B. Saran.....114

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan iB Multiguna Tahun 2013-2017.....8
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....84
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....85
Tebel 4.3 Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....86
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jumlah Tangggungan.....87
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....88
Tabel 4.6 Responden Berdasarakan Pendidikan Terakhir.....89
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Pendapatan.....90
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel X1.....93
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel X2.....94
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel X3.....86
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Y1..... 96
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas..... 97
Tabel 4.13 Output Uji Autokorelasi..... 99
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas..... 101
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... 103
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi..... 105
Tabel 4.17 Hasi Uji Parsial (Uji T)..... 107
Tabel 4.18 Hasil Hipotesis (Uji F)..... 109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran.....49

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Bukopin.....67

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....98

Gambar 4.3 Output Uji Heteroskedastisitas.....102

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Pengaruh Sustainable Comunication, Aksesibilitas, dan Integritas Layanan Terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi"**. Skripsi ini ditulis oleh Pepi Purwasih, Nim. 3315110, Program Studi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi 1140/2019 M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sustainable comunication (X1), aksesibilitas (X2), dan integritas layanan (X3) terhadap minat nasabah memilih tabungan iB Multiguna (Y) pada Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan bersifat karelational kuantitatif. Untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus Slovin dengan populasi sebanyak 431 dan di dapat sampel sebanyak 81 orang responden. Analisis kuantitatif meliputi uji pra penelitian yaitu uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikorelasi dan uji heterokedastisitas, regresi linear berganda, dan uji koefisien determinasi, serta uji hipotesis yaitu uji t dan uji f.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapatkan hasil bahwa sustainable berpengaruh signifikan sebesar 0,220, aksesibilitas sebesar 0,298, dan integritas layanan sebesar 0,338 terhadap minat nasabah memilih tabungan iB Multiguna (Y).

Kata kunci: minat, sustainable comunication, aksesibilitas, dan integritas layanan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Yang dimaksud dengan perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan bank adalah salah satu badan usaha finansial yang menhimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.[1]

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpan dana dan atau kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan prinsip syariah. Dalam menjalankan usahanya bank syariah menggunakan pola bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam produk pendanaan, pembiayaan maupun produk lainnya. Produk-produk bank syariah mempunyai kemiripan tetapi tidak sama dengan produ-produk konvensional karena adanya pelarangan riba, gharar, dan maysir. Oleh karena itu, produk-produk pendanaan dan pembiayaan pada bank syariah harus menghindari unsur-unsur yang dilarang tersebut.

Firman Allah dalam QS. Ar-Ruum:39

1Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), hal. 1.

[illegible]

Artinya :

“ Dan sesuatau riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah,maka (yang berbuat demikin) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya) **“**

Firman Allah dalam Qs. Al-Baqarah: 283

[illegible]

Artinya:

“jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang, (oleh yang berpiutang). Tetapi, lika sebagian kamu mepercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya. Dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan kesaksian, karena barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”

Ayat-ayat diatas menjelaskan bahwa Allah menganjurkan kepada kita untuk menjaga harta sesama dengan memberikan kepercayaan kepada orang lain (dalam hal lembaga perbankan). Hal ini disebabkan karena menabung merupakan hal yang sangat penting untuk memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang.

Aktifitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang di dunia perbankan dikenal dengan istilah *funding*. Pengertian menghimpun dana maksudnya adalahmengumpulkan atau mencari dana dari masyarakat luas. Pengumpulan dana dari masyarakat ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanmkan

dananya dalam bentuk simpanan. Jenis simpanan yang bisa dipilih masyarakat adalah seperti giro, tabungan, sertifikat deposito, dan deposito berjangka.[2]

Sistem pelayanan pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Maka bisa dikatakan bahwa sistem pelayanan bank syariah adalah perilaku yang ditujukan kepada nasabah.

1. Sustainable Comunication

   Dengan komunikasi yang baik dan berkesinambungan yang diberikan bank kepada nasabah, maka nasabah akan semakin berminat untuk menabung pada bank tersebut dan komunikasi juga dapat merubah persepsi nasabah terhadap bank. Dan komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang beretika, dapat dimengerti oleh nasabah, berbicara yang jelas, lugas, mudah dipahami, dan sesuai syariat Islam.

2. Aksesibilitas

   Aksesibilitas adalah derajat kemudahan dicapai oleh manusia terhadap suatu objek, pelayanan, ataupun lingkungan. Bank haruslah didukung oleh sarana fiksi tertentu dan segala perlengkapannya. Bank juga harus memiliki kemampuan keterampilan tentang aspek-aspek bisnis perbankan. Khususnya petugas yang bertugas melayani nasabah, menguasai manfaat produk, mampu membuat nasabah mengerti dan tertarik.

3. Integritas layanan

2Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hal 24-25.

Integritas merupakan suatu konsep yang berkaitan dengan konsistensi dalam tidakan-tindakan, nilai-nilai, metode-metode, dan berbagai hal yang dihasilkan. Pelayanan itu sendiri merupakan suatu tindakan suka rela dari suatu pihak kepada pihak lain dengan tujuan membantu atau adanya permintaan dari pihak lain. Keberhasilan bank dalam memberikan pelayan yang baik kepada nasabah ditentukan oleh perilaku dan karakter petugas bank. Dalam persaingan yang semakin ketat, peranan petugas bank memang peranan yang sangat pentingDalam melakukan kegiatan perbankan haruslah melakukan kebijakan secara benar, adil, dan berpegang teguh kepada nilai-nilai dalam berbisnis. Proses pengambilan keputusan harusnya merupakan hasil dari problem solving dengan para stafnya dengan keahlian dan latar belakang yang berbeda.

Konsep Pelayan dalam Islam

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada konsumen yang diikuti dengan sikap keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau sikap seseorang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan/nasabah. [3]

Ada 5 dimensi pelayanan, yaitu:

a. Berwujud *(tangible)*

b. Keandalan *(reliability)*

3Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005), hal. 15

c. Ketanggapan *(responsiviness)*

d. Jaminan dan kepastian *(assurance)*

e. Empati *(emphati)*

Pada tahun 2008 setelah memperoleh izin kegiatan usah bank umum yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah melalui surat Keputusan Gubernus Bank Indonesia nomor 10/69/KEP.GBI/DpG/2008 tanggal 27 Oktober 2008 tentang Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bnak Syariah, dan Perubahan Nama PT. Bank Persyrikatan Indonesia menjadi PT. Bank Syariah Bukopin.

Bank Syariah Bukopin Kepala Cabang Bukittinggi hadir memberikan tawaran produk bagi kebutuhan nasabah, yang terdiri dari :

1. Produk pendanaan: Tabungan (Tabungan iB SiAga, Tabungan iB SiAga Bisnis, Tabungan iB Multiguna, Tabungan iB Pendidikan, TabunganKu iB, Deposito iB dan Giro iB).
2. Produk Pembiayaan: Pembiayaan iB Jual Beli (*Murabahah*), Pembiayaan iB Kepemilikan Rumah, Pembiayaan iB Bagi Hasil (*Mudharabah*), dan Pembiayaan iB K3A.
3. Produk Jasa: *Cash Management*atm iB SiAga.
4. Produk Jasa Lainnya: Kliring, Transfer, BI-RTGS, dan *Payment Point*.

Bank syariah Bukopin menawarkan berbagai macam produk, salah satu produk tersebut adalah Tabungan iB Multiguna yang merupakan jenis produk pendanaan. Tabungan iB Multiguna merupakan jenis tabungan berjangka dengan

bagi hasil yang kompetitif. Oleh sebab itu penulis melakukan penelitian di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Bukittinggi.

Tabungan iB Multiguna Bank Syariah Bukopin menggunakan prinsip *Mudharabah Muthlaqah*, dimana bank dapat mengelola dana nasabah untuk investasi dan keuntungannya akan dibagi hasilkan abtara nasabah dengan bank sesuai porsi (*nisbah*) yang telah disepakati bersama. Dengan akad tersebut, bank sebagai *mudharib* diberikan kuasa penuh oleh penabung (*shahibul mal*) untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan dan batasan. Bank wajib memberitahu penabung mengenai *nisbah* (porsi) bagi hasil yang diperoleh dan resiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akad.

Tabungan iB Multiguna mewajibkan bagi nasabah untuk melakukan setoran bulanan minimal Rp.100.000,- perbulan, namun setoran ini bersifat fleksibel. Nasabah juga dapat melakukan penyetoran dana diluar penyetoran bulanan setiap saat. Jangka waktu yang ditawarkan mulai dari 1 (satu) tahun hingga 18 (delapan belas) tahun. Bank Syariah Bukopin juga membebaskan biaya administrasi bulanan dan premi asuransi bagi nasabah. Serta dilengkapi dengan fasilitas auto debet untuk setoran bulanan melalui tabungan iB SiAga atau Giro iB di Bank Syariah Bukopin. Namun nasabah yang tertarik menggunakan produk ini harus memenuhi syarat bahwa nasabah tersebut harus memiliki Tabungan iB SiAga atau Giro iB di Bank Syariah Bukopin.

Berdasarkan pengamatan awal di PT. Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi, untuk meningkatkan jumlah minat nasabah terhadap produk

Tabungan iB Multiguna yang ada pada PT Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi lebih cenderung menggunakan strategi promosi. Dalam penelitian kali ini penulis lebih tertarik untuk mengupas dari sisi lain, yaitu dari sisi komunikasi, aksesibilitas, dan integritas layanan yang ada pada PT Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi.

Tabel:

Jumlah Nasabah Tabungan iB Multiguna pada PT. Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi Tahun 2013-2017

Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan	Kenaikan / Penurunan	
		Jumlah	Persentase (%)
2013	134	-	-
2014	122	(12)	(8,96)
2015	177	55	45,08

2016	257	98	55,36
2017	431	174	67,70

(Sumber : PT. Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi)

Dari tabel diatas terlihat bahwa pada tahun 2014 terjadi penurunan jumlah nasabah Tabungan iB Multiguna sebanyak 12 orang atau 8,96 % dari tahun tahun 2013. Pada tahun 2015 terjadi kenaikan jumlah nasabah Tabungan iB Multiguna sebanyak 55 orang atau 45,08 %, pada tahun 2016 terjadi kenaikan jumlah nasabah Tabungan iB Multiguna sebanyak 98 orang atau 55,36 %, pada tahun 2017 terjadi kenaikan jumlah nasabah Tabungan iB Multiguna sebanyak 174 orang atau 67,70%. Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan nasabah produk Tabungan iB Multiguna dalam lima tahun terakhir mengalami fluktuatif.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam bentuk skripsi yang berjudul "SUSTAINABLE COMUNICATION, AKSESIBILITAS, DAN INTEGRITAS LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MEMILIH TABUNGAN iB MULTIGUNA PADA BANK SYARIAH KC BUKITTINGGI".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung, berdasarkan jenis tabungannya.
2. Faktor comunication, aksesibilitas, dan integritas layanan mempengaruhi minat nasabah memilih Tabungan iB Multiguna.
3. Terjadinya penurunan jumlah nasabah Tabungan iB Multiguna pada PT. Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi tahun 2014.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus, sempurna, dan mendalam, maka penulis hanya akan membehasa secara umum tentang Sustainable Comunication, Aksesibilitas, dan Imtegritas Layanan Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Memilih Tabungan iB Multiguna.

D. Rumusan Masalah

Dari batasan masalah yang telah dipaparkan penulis maka selanjutnya akan di paparkan pula rumusan masalah yang meliputi :

1. Apakah faktor sustainable comunication, aksesibilitas, dan integritas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah, memilih tabungan iB Multiguna pada PT Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi ?

2. Seberapa besar pengaruh faktor sustainable comunication, aksesibilitas, dan integritas layanan terhadap minat nasabah mrmilih Tabungan iB Multiguna pada PT Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah penulis paparkan sebelumnya akan dipaparkan selanjutnya mengenai tujuan penelitian sebagai berikut yaitu Menjelaskan Pengaruh Sustainable Comunication, Aksesibilitas, dan Integritas Layanan terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Kepala Cabang Bukittinggi.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi perusahaan

   Sebagai bahan masukan sehingga dapat bermanfaat dalam meningkatkan dana tabungan melalui produk Tabungan iB Multiguna.

2. Bagi akademis

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman dan menjadi sumbangan pemikiran atau referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

3. Bagi penulis

   Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang Tabungan iB Multiguna.

G. Penjelasan Judul

Untuk menghindari kesalah pahaman dan kesulitan dalam memahami judul, perlu penjelasan dari beberapa istilah.

Sustainable Comunication	:Kemampuan untuk mempertahankan, atau kesinambungan komunikasi dari satu pihak kepada pihak lain.
Aksesibilitas	:Aksesibilitas merupakan derajat kemudahan dicapai oleh orang, terhadap suatu objek, pelayanan atau lingkungan.

Integritas Layanan : Kelengkapan layanan yang diberikan oleh Bank kepada nasabah sehingga mempengaruhi minat nasabah.

Minat Nasabah :Keinginan nasabah atau orang untuk bertransaksi atau menabung.

Tabungan iB Multiguna : Tabungan iB Multiguna Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Bukittinggi merupakan tabungan berjangka dengan potensi bagi hasil yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang, sekaligus memberikan manfaat proteksi asuransi jiwa secara cuma-cuma.[4]

Dalam penelitian ini yang dijadikan objek adalah Bank Syairiah Bukopin Kantor Cabang Bukittinggi.

H. Kajian Terdahulu

penelitian telah dilakukan oleh beberapa orang untuk menganalisis Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin. Hasil penelitian yang dilakukan adalah berbeda-beda.

4Brosur Tabungan iB Multiguna Bank Syariah Bukopin

Skripsi oleh Defli Okta Putra, yang berjudul Trategi Pemasaran pada Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang. Hasil yang diperoleh pada penelitian tersebut adalah Bank Syariah melakukan pemasaran Tabungan iB Multiguna melalui : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang-Orang, Proses, dan Physical Evidence.

Skripsi oleh Siti Amirawati, yang berjudul Analisis Tabungan iB Muamalat Multiguna Mudharabahdi Bank Muamalat Indonesia (BMI) Cabang Pembantu Salatiga. Hasil yang diperoleh pada penelitian tersebut adalah untuk memperoleh Tabungan iB Muamalat Multiguna maka calon nasabah harus melengkapi persyaratan yang telah ditentukan oleh bank. Tidak hanya satu prosedur yang digunakan oleh Bank Muamalat untuk mengabulkan sebuah permintaan calon nasabah.

Skripsi oleh Zhela Nordiana, yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Multiguna Berdasarkan Sifat Wajib Rasulullah di Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo dalam memasarkan produk Tabungan iB Multiguna menggunakan strategi bauran pemasaran 4P yaitu Product, Price, Place, dan Promotion. Selain itu penerapan sifat wajib Rasulullah dalam memasarkan produk yang dilakukan oleh staf pemasar di Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo juga sudah sesuai dengan yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW yaitu bekerja dengan menerapkan siddiq, amanah, fatanah, dan tabligh.

Pada kajian terdahulu yang penulis suguhkan berfokus pada cara pemasaran produk Tabungan iB Multiguna. Sedangkan dalam penelitian ini lebih memfokuskan kepada kesinambungan komunikasi, akses, dan integritas layanan dan pengaruhnya terhadap minat nasabah untuk memilih Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi.

I. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarahnya penulisan dan juga supaya tidak terjadi penyimpangan, maka penulis akan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan, dengan mengemukakan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan judul, kajian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan teori, yang mengemukakan landasan teori, landasan syariah, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III Metode penelitian, yang mengemukakan jenis penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

BAB IV Hasil penelitian dan pembahasan. Memaparkan tentang hasil yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan.

BAB V Penutup. Bab ini memaparkan kesimpulan, lesimpulan diperoleh dari ringkasan hasil analisis bab empat, kemudian dari kesimpulan tersebut ditarik implikasi yang dihasilkan dari sebuah penelitian kepada pihak bank syariah maupun saran bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

Konsep Dasar Tentang Minat

a. Pengertian Minat

Dalam kamus umum Bahasa Indonesia, minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu, perhatian, keinginan. Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.Dengan kata lain ada suatu usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan, bila kepuasan berkurang, maka minatpun ikut berkurang.[5]

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa minat dalam diri individu sangat penting. Artinya bagi kesuksesan yang akan dicapainya. Individu yang mempunyai minat terhadap suatu objek atau aktivitas berarti ia akan cenderung untuk menyukainya.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

---

5 Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta : Kencana, 2008), H. 15.

Ada beberapa faktor yang membentuk terjadinya minat nasabah dilihat dari segi *psikologis* dan rasional nya, yaitu:[6]

1) Faktor *Psikologis*

Merupakan faktor yang berkenaan dengan keadaan psikologi nasabah sebelum mempertimbangkan suatu produk tabungan hingga timbul suatu keinginan.

Adapun faktor- faktor tersebut antara lain :

a) Motivasi

Motivasi berasal dari bahasa latin yang berbunti *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Motivaasi berhubungan erat dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia, dan tidak terlihat dari luar.[7] Motivasi adalah kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhho beberapa kebutuhan individual.[8]

Penting Motivasi adalah dukungan yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhannya. Atau suatu kebutuhan yang secara

6 Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta : Kencana, 2008), H. 15

7 Sri Wiludjeng Sp , *Pengantar Manajemen* , (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), Hal 154.

8 Sentot Imam Wahjono,*Perilaku Organisasi*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), hal 78

langsung diransang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya.[9]

Para manajer dan pakar manajemen selalu merumuskan teori-teori tentang motivasi. Teori motivasi dikelompokkan dua aspek, yaitu teori kepuasan dan motivasi proses.

1. Teori kepuasan
   a. F.W Taylor dengan teori Motivasi Konvensional]

      Teori motivasi konvensional ini termasuk content theory, karena F.W. Taylor memfokuskan teorinya pada anggapan bahwa keinginan untuk pemenuhan kebutuhannya yang menyebabkan orang mau bekerja keras. Jadi, dalam teori ini pemberian imbalanlah yang memotivasi seseorang untuk melakukan pekerjaan.

   b. Abraham H. Maslow dengan teori hierarki
      1) Kebutuhan fisiologis (physiological)

         Kebutuhan untuk mempertahankan hidup ini disebut juga dengan kebutuhan psikologis (physiological needs).

      2) Kebutuhan rasa aman (safety)

9 Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta : Kencana, 2008), H. 93.

Menurut Maslow, setelah kebutuhan tingkat dasar terprnuhi, maka seseorang berusaha memenuhi kebutuhannya yang lebih tinggi, yaitu kebutuhan akan rasa aman dan keselamatan.

3) Kebutuhan hubungan sosial (affiliation).

Kebutuhan sosial yang sering pula disebut pula dengan sosial *needs*, atau *affiliation needs*, merupakan kebutuhan tingkat ketiga dari Maslow.

4) Kebutuhan pengakuan (esteem)

Setiap orang yang normal membutuhkan adanya penghargaan diri dan penghargaan pretasi diri dari lingkungannya.

5) Kebutuhan aktualisasi diri (self actualization).

Kebutuhan aktualisasi diri merupakan tingkat kebutuhan yang paling tinggi.

c. David McClelland dengan Teori Motivasi Prestasi

1) Need for achievement

Merupajn kebutuhan untuk mencapai sukses, diukur berdasarkan standar kesempurnaan dalam diri seseorang.

2) Need for affiliation

Merupakan kebutuhan akan kehangatan dan sokongan dalam hubungannya dengan orang lain.

3) Need for power

Kebutuhan untuk menguasai dan memperngaruhi terhadap orang lain.

d. Frederick Hezberg dengan teori model dan faktor

1) Faktor pemeliharaan (maintenance factor)

Faktor pemeliharaan merupakan faktor yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan untuk memelihara keberadaan karyawan sebagai manusia, pemeliharaan ketentraman, dan kesehatan.

2) Faktor motivasi

Faktor motivator, merupakan faktor seseorang untuk berprestasi yang bersumber dari dalam diri orang yang bersangkutan (instrinsik).

e. Clayton P.Alderfer dengan Teori ERG

1) Existence (Keberadaan)

Existence, merupakan kebutuhan seseorang untuk dapat dipenuhi dan terpeliharanya keberadaan yang bersangkutan sebagai seorang manusia di tengah-tengah masyarakat atau perusahaan.

2) Relatedness (kekerabatan)

Kekerabatan, merupakan berkaitan antara seseorang dengan lingkungan sosial sekitarnya.

3) Growth (Pertumbuhan)

Kebutuhan akan pertumbuhan dan perkembangan ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan pengembangan potensi diri seseorang, seperti pertumbuhan kreativitas dan pribadi.

f. Douglas Mc Gregor dengan Teori X dan Y

Mengungkapkan dua cara yang dapat dilakukan dalam mendalami perilaku manusia, yang terkandung dalam teori X (teori konvensional) dan Teori Y (potensial).

2. Motivasi proses.

a. Teori Harapan

Teori harapan, menyatakan bahwa kekuatan yang memotivasi seseorang bekerja giat dalam melaksanakan pekerjaannya bergantung pada hubungan timbal balik antara apa yang ia inginkan dengan kebutuhan dari hasil pekerjaan itu.

b. Teori keadilan (*Equity Theory*)\

Teori ini mengungkapkan bahwa ego manusia selalu mendambakan keadilan dalam pemberian hadiah maupun hukuman terhadap setiap perilaku yang relatif sama.

c. Teori Pengukuhan (*Reinforcement Theory*)

Teori pengukuhan didasarkan atas hubungan sebab dan akibat perilaku dengan pemberian kompensasi. Misalnya, promosi bergantung pada prestasi yang selalu dapat dipertahankan.[10]

b) Belajar

Belajar adalah suatu pengalaman akan membawa kepada perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku atau suatu perubahan-perubahan prilaku yang terjadi sebagai akibat dari adanya pengalaman sebelumnya, para teoritis

10 Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Jakarta : Kencana, 2012), Hal 143

mengatakan bahwa hamper dari semua perilaku manusia berasal dari belajar. Proses belajar langsung melalui drive (dorongan), stimuli (ransangan), cues (petunjuk), response (ransangan), dan reinforcement (penguatan) yang saling mempengaruhi.

c) Sikap

Sikap adalah pola perasaan, keyakinan dan kecenderungan prilaku terhadap orang, ide, atau objek-objek yang tetap dalam jangka waktu yang lama.

Ada beberapa kompenen yang mempengaruhi terbentuknya sikap yaitu:

1) Komponen *Kognitif*, merupakan komponen kepercayaan yang didasari oleh pengetahuan, persepsi, dan pengalaman seseorang mengenai suatu objek.
2) Komponen *Afektif* (perasaan), merupakan emosi yang ada pada diri seseorang dalam kaitannya dengan suatu objek atau merek.

d) Persepsi

Persepsi adalah proses yang dilalu orang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterprestasikan informasi guna membentuk gambaran berarti bagi

dunia.[11] Sustainable comunication atau kesinambungan komunikasi, akses, dan integritas layanan yang dilakukan dan yang diberikan bank kepada nasabah akan mempengaruhi minat nasabah untuk memilih Tabungan pada bank tersebut.

Ada lima tahap pengolahan informasi yaitu :

1) Pemaparan (*eksposure*), pemaparan stimulus yang menyebabkan konsumen menyadari stimulus tersebut melalui panca indra.
2) Perhatian (*attention*), kapasitas pengolahan yang di alokasikan konsumen terhadap stimulud yang masuk.
3) Pemahaman (*comprehension*), interprestasi terhadap pemahaman yang masuk.
4) Penerimaan (*acceplance*), dampak persuasive stimulus kepada konsumen.
5) Retensi (*retention*), penglihatann makna stimulus dan persuasi jangka panjang konsumen.

   Komunikasi, akses, dan integritas layanan yang baik akan menimbulkan persepsi yang baik pula dari nasabah kepada bank.

11 Makmuri Muchlas, *Perilaku Organisasi*, (Yogykarta : Gadjah Mada University Press, 2008), Hal 111.

2) Faktor Rasionalis

Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syari'ah yaitu :

a) Tingkat Keuntungan Nisbah (Bagi Hasil)

Nisbah (bagi hasil) merupakan karakteristik dasar bank syari'ah dan perhitungan bagi hasil (profit distribution) bagi bank Syari'ah pada umumnya didasarkan pada kontrak al mudharabah. Adapun faktor yang mempengaruhi bagi hasil. yaitu :[12]

a) Faktor langsung

1) Tingkat investasi (investasi rate)

Merupakan presentasi akutual dana yang hendak disalurkan dari total dana

2) Jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan

Merupakan jumlah dana berbagai sumber dana yang tersedia untuk diinvestasikan.

3) Nisbah bagi hasil (profit sharing ratios)

Dalam mudharabah, nisbah harus ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian.

b) Faktor tidak langsung

1) Penentuan butir-butir pendapatan dan biaya mudharabah

12 Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen Fokus Pada Konsumen Kartu Kredit Perbankan*, (Bandung : Alfabeta, 2010) Hal 115

2) Bank dan nasabah melakukan share dalam pendapatan dan biaya (profit and sharing). Pendapatan yang dibagi hasilkan merupakan pendapatan yang diterima dikurangi biaya-biaya.
3) Jika semua biaya ditanggung bank, maka hal ini disebut revenue sharing.
4) Kebijakan akunting (prinsip dan metode akunting)

Bagi hasil secara tidak langsung dipengaruhi oleh berjalannya aktifitas yang diterapkan. Terutama sehubungan dengan pengakuan pendapatan dan biaya.

b) Perhitungan Bisnis

Seorang pebisnis biasanya akan memilih jenis tabungan yang mudah dicairkan dan tidak menimbulkan resiko bahkan akan memperoleh keuntungan dari dana yang disimpannya di bank.

c. Macam-Macam Minat

Dari beberapa faktor di atas, minat terbagi atas beberapa macam, yakni:[13]

1) Berdasarkan Timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitive dan minat kultural. Minat primitive adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, sedangkan minat kultural adalah minat yang timbul karena adanya proses belajar.

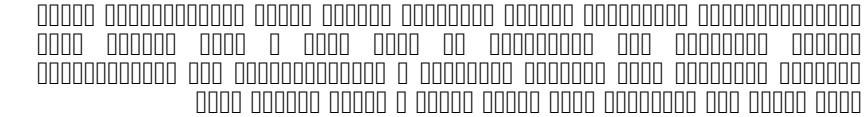
2) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat instinsik dan ekstrinsik. Minat instrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Sedangkan minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir kegiatan tersebut.

3) Berdasarkan cara mengungkapkannya, yaitu dengan cara mengekspresikannya, bahwa kita menyukai dan berminat terhadap sesuatu yang ditawarkan tersebut.

13 Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta : Kencana, 2008), Hal. 93

d. Pandangan Islam Tentang Minat

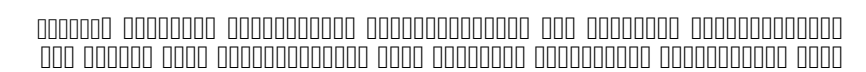
Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan, bila kepuasan berkurang maka minatpun akan berkurang. Setiap minat memuaskan suatu kebutuhan dalam kehidupan manusia, walaupun kebutuhan ini tidak segera tampak. Semakin sering minat diekspresikan dalam suatu kegiatan, semakin kuatlah ia. Sebaliknya, munat akan padam bila tidak disalurkan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa minat merupakan proses intrinsik yang mengikat pada pilihan dan perubahan pada individu, pada QS. Ar-Ra'd:11 dijelaskan:



Artinya:

"Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri." (QS. Ar-Raad:11)

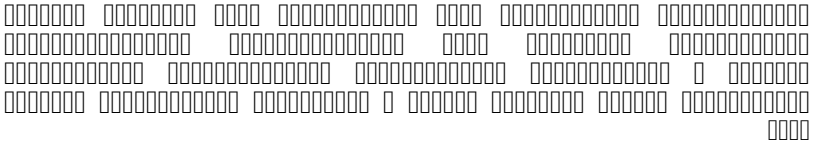
Dilanjutkan dengan ayat yang menganjurkan untuk meraih apa yang diinginkan, yaitu :



Artinya:

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah Sebanyak-banyaknya supaya kamu beruntung.”
(QS. Al-Jumu’ah:10)

Al-Qur’an menggambarkan keinginan, kesukaan, minat, hasrat dan cita-cita manusia dalam kehidupan dunia. Supaya tercapai tujuan, manusia dituntut untuk bekerja keras dan berjuang. Seperti yang diterangkan dalam ayat berikut ini:



Artinya:

“Dijadikan indah pada (pandangan) menusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak, dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (ayurga).”
(QS. Ali-Imran:14)

Ayat diatas menggambarkan keinginan, hasrat dan minat manusia seperti minat terhadap lawan jenis, anak-anak yang didambakan kehadirannya setelah membangun keluarga dengan perkawinan yang halal dan sah, serta minat terhadap harta unutk memenuhi seluruh kebutuhan hidupnya.

Sustainable Comunication

Sustainable adalah kemampuan untuk tetap mempertahankan sumber daya dengan mengatur penggunaan, perkembangan dan perlindungan terhadap sumber daya tersebut. Comunication adalah transfer informasi atau pesan-pesan (messeges) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan.[14]

a. Bentuk-Bentuk Komunikasi

14Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*, (Jakarta : Rajawali Pres, 2014), Hal. 81

a) Interpersonal Communication, adalah proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih diantara suatu kelompok kecil manusia.
b) Organizatioan communication, adalah proses dimana pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian kepada orang yang banyak dalam organisasi dan kepada pribadi-pribadi dan lembaga-lembaga di luar yang ada hubungan.

b. Tujuan Komunikasi

Secara umum, tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

a) Agar dapat dimengerti oleh komunikan maka komunikator perlu menjelaskan pesan utama dengan sejelas-jelasnya dan sedetail mungkin.
b) Agar dapat memahami orang lain. Dengan melakukan komunikasi, setiap individu dapat memahami individu yang lain dengan kemampuan mendengar apa yang dibicarakan oleh orang lain.
c) Agar pendapat kita diterima orang lain. Komunikasi dan pendekatan persuasif merupakan cara agar gagasan kita diterima oleh orang lain.
d) Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu.

c. Fungsi Komunikasi

Dalam manfaat dan dampak yang ditimbulkan oleh komunikasi memiliki fungsi-fungsi yang sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Secara umum, fungsi komunikasi adalah sebagai berikut:

a) Sebagai kendali, yaitu bahwa komunikasi bertindak untuk mengendalikan perilaku orang lain atau anggota dengan beberapa cara yang harus dilakukan.
b) Sebagi motivasi, komunikasi memberikan perkembangan dalam memotivasi dengan memberikan penjelasan hal-hal dalam kehidupan.
c) Sebagai pengungkapan emosional, baik itu senang, sedih, suka atau tidak suka.
d) Sebagai informasi, komunikasi memberikan informasi yang diperlukan dari setiap individu dan kelompok dalam mengambil keputusan dengan meneruskan data guna mengenai dan menilai pemilihan alternatif.

d. Syarat-Syarat Komunikasi

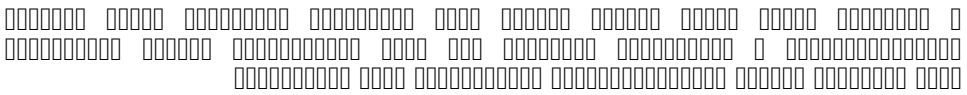
Dalam berkomunikasi, diperlukan syarat-syarat tertentu dalam penggunaannya, yaitu:

a) Source (sumber), adalah dasar dalam penyampaian pesan dalam pesan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri.
b) Komunikator, yaitu pelaku penyampaian pesan.
c) Pesan, yaitu keseluruhan yang disampaikan oleh komunikator.
d) Saluran (channel), yaitu komunikator yang digunakan dalam penyampaian pesan.
e) Komunikan, yaitu penerima pesan dalam komunikasi yang berupa individu, kelo,pok, dan massa.
f) Effect (hasil), yaitu hasil akhir dari suatu komunikasi dengan bentuk terjadinya perubahan sikap dan perilaku komunikan.

e. Komunikasi Dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, komunikasi disamping untuk mewujudkan hubungan vertikal dengan Allah SWT, juga untuk menegakkan komunikasi secara horizontal terhadap sesama manusia. Dari segi substansi, komunikasi Islam harus menginformasikan atau menyampaikan kebenaran, faktual, hal-hal yang benar, jujur, tidak merekayasa dan tidak menipu.

Firman Allah SWT, dalam QS. Al-Hajj:30):



Artinya:

"Dan jauhilah perkataan-perkataan dusta." (QS. Al-Hajj:30)

Hadist Nabi SAW:

"Hendaklah kamu berpegang kepada kebenaran (shidqi) karena sesungguhnya kebenaran itu memimpin kepada kebaikan dan kebaikan itu membawa ke syurga." (HR. Muttafaq 'Alaih)

Dengan komunikasi yang baik dan berkesinambungan yang diberikan bank kepada nasabah, maka masabah akan semakin tertarik untuk mendekat kepada bank tersebut, komunikasi adalah hal yang sangat penting apalagi dalam konteks perbankan. Komunikasi dapat merubah persepsi nasabah terhadap bank tersebut.

Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan pencapaian lokasi pencapaian dan hubungannya satu sama lain, mudah atau sulitnya lokasi dicapai melalui transportasi. Aksesibilitas adalah konsep yang luas dan fleksibel, aksesibilitas juga masalah waktu, daya tarik dan identitas rute perjalanan.[15]

a. Indikator Aksesibilitas

Indikator aksesibilitas secara sederhana dapat dinyatakan dengan jarak. Jika suatu tempat berdekatan dengan tempat lainnya, dikatakan aksesibilitas antara kedua tempat tersebut tinggi, begitupun sebaliknya. Selain jarak dan waktu, biaya juga merupakan indikator aksesibilitas.

15*Repository.usu.ac.id*

Biaya disini dapat merupakan biaya gabungan yang menggabungkan waktu dan biaya sebagai ukuran untuk hubungan transportasi.

b. Hambatan Aksesibilitas

Ada beberapa hambatan aksesibilitas, yaitu:

a) Tempat, yaitu Jalur perjalanan yang ditempuh, termasuk berjalan, menunggu, dan di dalam kendaraan erat kaitannya dengan anggaran waktu yang tersedia.

b) Waktu

c) Keuangan

d) Lingkungan

c. Dimensi Aksesibilitas

Dimensi akses adalah dimensi yang digunakan untuk mengukur kemampuan penggunaan jasa keuangan formal, sehingga dapat dilihat terjadinya potensi hambatan untuk membuka dan mempergunakan rekening bank, seperti biaya atau keterjangkauan fisik layanan jasa keuangan.

Dimensi akses terdiri dari:

a) Kantor Bank, adalah sebagai seluruh jaringan/unit kantor bank yang tercatat memberikan layanan keuangan kepada nasabah (melakukan kegiatan operasional).

b) Automatic Teller Mechine (ATM), adalah mesin dengan sistem komputer yang diaktifkan dengan kartu magnetic bank yang berkode atau bersandi yang dieroleh oleh nasabah.

c) Penduduk dewasa, yaitu semua penduduk disuatu negara atau provinsi atau kabupaten/kota yang berusia diatas 15 tahun.
d) Luas wilayah (km2), yaitu seluruh luas daratan yang merupakan wilayah yang administratif negara provinsi, dan kabupaten/kota.

Integritas Layanan

Integritas artinya utuh atau lengkap. Integritas adalah hal yang terkait dengan rasa batin terhadap suatu kualitas. Integritas merupakan suatu konsep yang berkaitan dengan konsistensi dalam tindakan-tindakan, nilai-nilai, metode-metode dan berbagai hal yang di hasilkan. Sedang layanan itu sendiri adalah suatu tindakan suka rela dari suatu pihak ke pihak lain dengan tujuan membantu atau adanya permintaan kepada pihak lain untuk memenuhi kebutuhannya secara suka rela.

Pelayanan dalam hal ini sangat erat kaitannya dengan hal pemberian kepuasan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggan, sehingga pelanggan lebih merasa diperhatikan keberadaannya oleh pihak lembaga.

a. Ciri-Ciri Layanan Yang Berintegritas

Berikut ciri pelayanan yang baik dan yang harus diikuti, yaitu :

a) Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah satu hal yang penting dioerhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank.

b) Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah juga tergantung dari karyawan yang melayani. Karyawan yang bertugas harus ramah, sopan, dan menarik.

c) Bertanggung jawab terhadap nasabah

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai.

d) Mampu berkomunikasi

Karyawan harus mampu berbocara kepada nasabah. Karyawan juga harus mampu memahami dengan cepat keinginan dari nasabah.

Dalam konteks perbankan integritas layanan ini sangat berpengaruh sekali terhadap keinginan hati nasabah untuk bertransaksi dengan bank. Semakin baik integritas layanan suatu bank maka akan semakin berminat pula nasabah terhadap bank tersebut.

b. Konsep Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas pelayanan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima demensi fisik dan kinerja layanan, yaitu:

a) Reliability (keandalan), yaitu kemapuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

b) Responsiveness (ketanggapan), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dengan tanggap.

c) Assurance (jaminan dan kepastian), mencakup kempuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko, dan keragu-raguan.

d) Empathy (empati), yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pra pelanggan/nasabah.

e) Tangible (berwujud), yaitu fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, sarana komunikasi, dan kemapuan suatu lembaga dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

c. Layanan Dalam Islam

Dalam berbisnis dilandasi oleh dua hal pokok kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan keterampilan yang bagus, dua hal itu adalah amanah dan ilmu.

Layanan dalam Islam, yaitu:

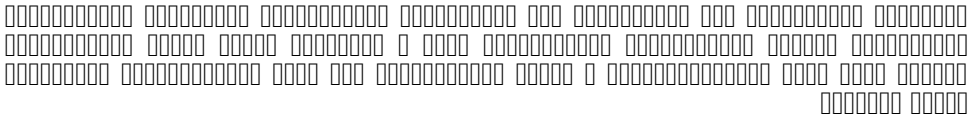
a) Shidiq, yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan transaksi bisnis.

b) Kreatif, berani, dan percaya diri. Ketiga hal ini mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang.

c) Amanah dan Fathanah, yaitu bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki manajemen bervisi, pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa, secara berkelanjutan.

d) Tabligh, yaitu mampu berkomunikasi dengan baik.

Islam mengajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik, berupa barang maupun pelayanan atau jasa yang hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan layanan yang buruk kepada orang lain. Firman Allah dalam QS. Al-Baqarah:267 menjelaskan:



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 memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji."

Ayat ini menjelaskan bahwa dalam memberikan layanan harus secara maksimal dan baik sesuai dengan prosedur dan syariat Islam.

Tabungan

1) Pengertian Tabungan

Tabungan merupakan jenis simpanan yang sangat populer dilapisan masyarakat umum, mulai dari masyarakat kota sampai pedesaaan. Pada awalnya menabung masih dengan cara sederhana, menyimpan didalam celengan dan disimpan dirumah, namun faktor menyimpan uang dirumah begitu besar seperti resiko kehilangan dan kerusakan.

Menurut Undang-Undang perbankan No. 10 Tahun 1998, tabungan adalah simpana masyarakat yang penarikannya dapat dilakukan oleh penabung sewaktu-waktu pada saat dikehendaki dan menurut syarat-syarat tertentu yang telah tetapkan oleh bank penyelenggara. Tetapi penarikannya tidak dapat dotarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.[16]

16Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), Edisi Revisi, Cet. Ke-7, hal. 74.

Syarat-syarat yang dimaksud antara lain yaitu:

a. Penarikan hanya dapat dilakukan dengan mendatangi kantor bank atau alat yang disediakan untuk keperluan tersebut dan tidak dapat dilakukan dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan surat perintah pembayaran lainnya yang sejenis.
b. Penarikan tidak boleh melebihi jumlah tertentu sehingga menyebabkan saldo lebih kecil dari saldo minimum, kecusli penabung tidak akan melanjutkan tabungannya.

Pengertian penarikan hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, menarik uang yang disimpan direkening tabungan antara satu bank lainnya yang berbeda, tergantung dari bank yang mengeluarkannya. Hal ini puladengan perjanjian yang telah dibuat antara bank dan sipenabung.[17]

2) Jenis-jenis Tabungan

a. Tabungan Wadi'ah

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

b. Tabungan mudharabah

17Kasmir, Dasar-Dasar Perbankan, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003:, Edisi Revisi, Cet. Ke-3, hal. 84.

Mudharabah berasal dari kata dharb, artinya memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukul kakinya dakam menjalankan usaha. Al-Mudharabah adalah akad perjanjian anatara dua pihak untuk melakukan kerjasama usaha. Satu pihak akan menempatkan modal sebesar 100% yang disebut dengan shahibul maal, dan pihak lainnya sebagai pengelola usaha, yang disesebut dengan mudharib. Bagi hasil dari usaha yang dikerjasamakan dihitung sesuai dengan nisbah yang sepakati antara pihak-pihak yang bekerjasama.

1. Tabungan Multiguna

Bank Syariah Bukopin menawarkan berbagai macam produk, salah satu produk tersebut adalah Tabungan iB Multiguna yang merupakan jenis produk pendanaan. Tabungan iB Multiguna merupakan jenis tabungan berjangka dengan bagi hasil yang kompetitif.

a. Prosedur Tabungan iB Multiguna pada Bank Syariah Bukopin Kepala Cabang Bukittinggi

a) Prosedur Pembukaan Tabungan iB Multiguna

Untuk mengajukan pembukaan Tabungan iB Multiguna, terlebih dahulu nasabah akan mendapatkan informasi dari Customer Service mengenai fitur Tabungan iB Multiguna, yang terdiri dari :

i. Pilihan manfaat untuk Pendidikan dan Multiguna (Biaya Haji/Umroh, Biaya Travelling, Biaya Pembuatan Rumah dan Biaya Pernikahan).

ii. Diperuntukkan bagi perorangan dengan usia nasabah minimal 17 tahun dan maksimal 55 tahun pada saat pembukaan, serta maksimal 65 tahun pada saat akhir kontrak.

iii. Menyerahkan fotokopi identitas diri penabung seperti KTP/SIM/Paspor yang masih berlaku.

iv. Setoran bulanan Rp.100.000-Rp.5000.000 dan jangka waktu kontrak 1-18 tahun. Bebas biaya administrasi bulanan dan premi asuransi.

v. Wajib memiliki Tabungan iB Siaga atau Giro iB dan mendapatkan sertifikat asuransi dan sertifikat tabungan iB Multiguna.

vi. Pencairan dana pendidikan dapat dilakukan secara bertahap sesuai dengan jenjang pendidikan minimal setelah 3 (tiga) tahun menabung, sedangkan pencairan dana Tabungan iB Multiguna hanya dpaat dilakukan diakhir kontrak.

Selain itu nasabah juga harus mengetahui bagaimana pelaksanaan akad pada Tabungan iB Multiguna. Akadnya adalah akad mudharabah muthlaqah, dimana bank diberikan

kuasa penuh oleh nasabah untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan atau batasan dan bank wajib memberitahukan kepada nasabah nisbah keuntungan yang diperoleh dan risiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akad. Berdasarkan keputusan ALCO (Asset and Liability Committe) tertanggal 28 Februari 2017 nisbah bagi hasil untuk Tabungan iB Multiguna adalah 44% untuk nasabah dan 56% untuk nasabah.

Setelah memilih jumlah setoran bulanan dan jangka waktu yang diinginkan, kemudian nasabah harus menentukan penerima manfaat dari Tabungan iB Multiguna yang akan dicantumkan pada Sertifikat Tabungan iB Rencana Bank Syariah Bukopin (Multiguna). Selain itu nasabah juga akan diberikan Sertifikat Asuransi PaninDai-ichiLife yang bekerjasama dengan Bank Syariah Bukopin demi kelancaran penyetoran Tabungan iB Multiguna jika terjadi klaim atau sesuatu yang tidak diinginkan. Yang mana untuk mendapatka sertifikat asuransi tersebut nasabah akan diberikan arahan oleh Customer Service Bank Syariah Bukopin dan tidak akan dikenakan premi asuransi.

B. Landasan Syariah

Dalam islam dasar hukum keutamaan menabung terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadist sebagai berikut :

1) Al-Qur'an

Qs. Al-Baqarah: 283

Artinya:

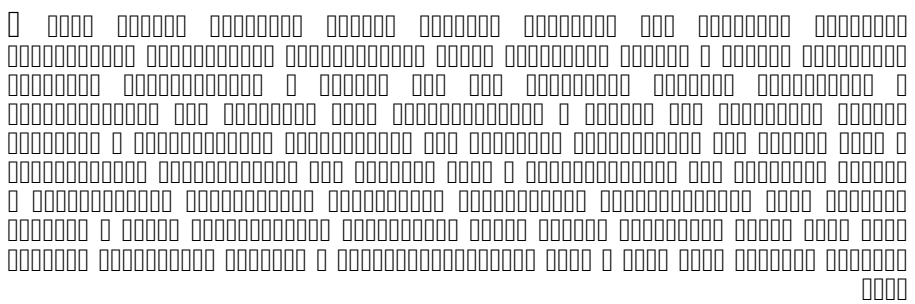
"jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang, (oleh yang berpiutang). Tetapi, lika sebagian kamu mepercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya. Dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan kesaksian, karena barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan"

Qs. An-Nisa: 58

Artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”

Qs. Al-Muzammil:20



Artinya:

“sesungguhnya Tuhanmu mengetahui bahwasanya kamu berdiri (sembahyang) kurang dari dua pertiga malam, atau seperdua malam, atay sepertiganya dan (demikian pula) segolongan dari orang-orang yang bersama kamu. Dan Allah menetapkan ukuran malam dan siang. Dan Allah mengetahui bahwa kamu sekali-kali tidak dapat menentukan batas waktu-waktu itu maka dia memberi keringanan kepadamu, karena itu bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al-Qur’an. Dia mengetahui bahwa akan ada diantara kamu orang-orang yang sakit dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah, dan orang-orang yang lain berperang dijalan Allah, maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al-Qur’an dan dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. Dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu meperoleh (balasannya) disisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. Dan mohonlah ampun kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

Ayat-ayat diatas menjelaskan bahwa Allah menganjurkan kepada kita untuk menjaga harta sesama dengan memberikan kepercayaan kepada

orang lain (dalam hal lembaga perbankan). Hal ini disebabkan karena menabung merupakan hal yang sangat penting untuk memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang.

2) Hadist

a. Hadist Riwayat Ibnu Majah

"Dari Shalih bin Shuhaib ra bahwa Rasulullah SAW. Bersabda: Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkatan: jual beli secara tangguh, muqharadah, dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual".

b. Hadist Riwayat Abu Daud dan Tarmidzi

"Abu Hurairah meriwayatkan bahwa Rasulullah SAW bersabda: Sampaikanlah tunaikanlah amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat terhadap orang yang telah menghianatimu".

c. Hadis Riwayat Thabrani

"Diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Sayyidina bin Abdul Muthalib jika memberikan dana kepada mitra usahanya secara mudharabah ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan, menurunu lembah yang berbahaya, atau membeli ternak jika bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. Disampaikan syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah SAW dan Rasulullahpun membolehkannya".

3) Ijma'

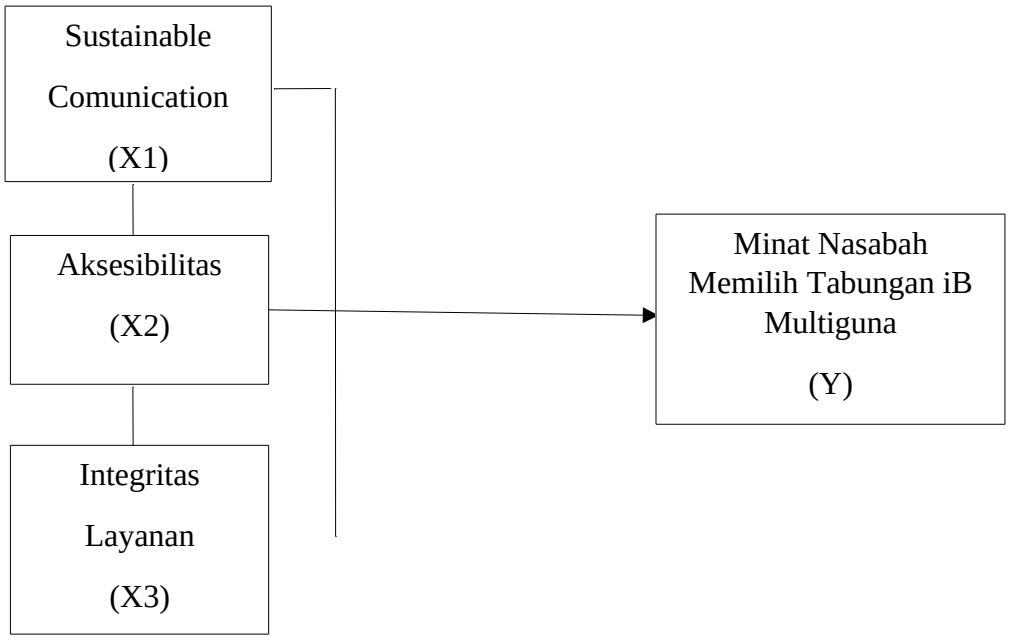
Para ulama menyatakan, dalam kenyataan banyak orang yang mempunyai harta namun tidak mempunyai kepandaian dalam usaha

memproduktifkannya. Sementara itu, tidak sedikit pula orang yang tidak mempunyai harta namun ia mempunyai kemampuan untuk memproduktifkannya. Oleh karena itu, diperlukan adanya kerjasama di antara kedua pihak tersebut.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir akan memberika penjelasan kepada para pembaca tentang tujuan yang direncanakan oleh peneliti. Dalam pembahasan ini difokuskan kepada faktor-faktor minat nasabah untuk menabung yaitu faktor csustainable comunication, faktor aksesibilitas, Serta faktor integritas layanan.

Gambar 1: Bagan Kerangka Pemikiran



Keterangan Variabel-Variabel

Variable Independen: X_1: Faktor Sustainable Comunication

X_2: Faktor Aksesibilitas

X_3 : Faktor Integritas Layanan

Variable Independen : Y : Minat Nasabah Menabung

Berdasarkan pada kerangka pemikiran diatas maka variable X_1 Faktor Sustainable Comunication (kesinambungan komunikasi),X_2: Faktor Aksesibilitas (akses), dan X_3 : Faktor Integritas Layananterhadap variable Y (minat nasabah menabung).

D. Hipotesis

Hipotesis pada dasarnya merupakan suatu proporsi atau anggapan yang mungkin benar, dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan/pemecahan persoalan atau untuk dasar penelitian lebih lanjut.[18] Pengujian hipotesis akan membawa kesimpulan pada untuk menolak atau menerima hipotesis.[19]

18 J. Supranto, *Statistik : Teori dan Aplikasi*.(Jakarta :Erlanga, 2001), Hal 24.

19 Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar. 2008. *Pengantar Statistika*. (Jakarta : PT Bumi Aksara), hal 119

Hipotesis berupa pernyataan mengenai konsep yang dapat dinilai atau salah jika menunjuk pada suatu fenomena yang diamati dan diuji secara empiris, fungsi dari hipotesis adalah sebagai pedoman untuk dapat mengarahkan penelitian agar sesuai dengan apa yang diharapkan.[20]

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H_0= tidak terdapat pengaruh yang signifikan baik secara serempak maupun parsial faktor sustainable comunication, aksesibilitas, dan integritas layanan yang mempengaruhi minat nasabah memilih tabungan iB Multiguna.

H_1 =terdapat pengaruh yang signifikan baik secara serempak maupun parsial faktor sustainable comunication, aksesibilitas, dan integritas layanan terhadap minat nasabah memilih tabungan iB Multiguna.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif yaitu pendekatan yang dilakukan dengan cara menggunakan kejadian yang terjadi di lapangan atau penelitian yang mencoba

20 Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* , (Yogyakarta: Erlangga, 2003), Hal. 48.

menggambarkan, menunjuk, menafsirkan suatu fenomena yang berkembang pada masa sekarang dengan menggunakan data berupa angka-angka. Penelitian ini mendeskripsikan tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk Tabungan iB Multigunapada PT. Bank Syariah Bukopin Kepala Cabang Bukittinggi.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Bukopin Kepala Cabang Bukittinggi. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini karena penulis ingin melihat dan mengetahui apakah factor sustainable comunication, aksesibilitas, dan integritas layanan mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan iB Multiguna pada PT. Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Bukittinggi dan penulis menemukan gejala-gejala atau fenomena yang menjadi permasalahan yang akan diteliti.

2. Jenis dan sumber data

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui observasi, wawancara langsung dengan responden terpilih melalui daftar dan wawancara tidak terstruktur. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari pengamatan

langsung pada PT. Bank Syariah Bukopin Kepala Cabang Bukittinggi dan kuiesioner yang diberikam langsung kepada nasabah tabunganiB Multiguna PT Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Bukittinggi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung hanya di dapat dari literature buku pustaka baik bahan bacaan yang memungkinkan serta relevan dengan penelitian dan dari situs internet yang biasanya tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Dalam penelitian data sekunder diperoleh dari internal bank melalui dokumrn-dokumen yang ada di PT. Bank Syariah Bukopin Kepala Cabang Bukittinggi, berupa data promosi dan dari hasil studi terdahulu berupa gambaran secara umum yang bersangkutan dengan penelitian.

B. Teknik Pengumpulan Data

a) Kuesioner/Angket

Kuesioner/Angket adalah rangkaian pertanyaan yang diberikan responder secara tertulis mengenai suatu masalah yang diteliti. Daftar pertanyaan ini diberikam langsung kepada nasabah tabungan iB Multiguna PT. Bank Syariah Bukopin Kepala Cabang Bukittinggi.

b) Wawancara

Wawancara adalah suatu metode yang dipergunakan untuk mengumpulkan data, dimana peneliti mendapatkan keterangan secara lisan dari responden. Wawancara kepada pihak PT. Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Bukittinggi seperti bagian Custumer Services.

c) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, foto, dan sebagainya. Penulis melakukan dokumentasi berupa catatan dan foto yang berkaitan dengan judul yang penulis teliti.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memilki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi.

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa populasi. Subset ini diambil karena dalam penelitian ini populasi penelitian adalah hanya berfokuskan pada nasabah Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi yang menggunakan produk tabungan iB Multiguna. Penentuan sampel pada penilitian ini dengan menggunakan rumus slovin dimana:

$$n = \frac{N}{N.d2+1} = \frac{431}{431(0,1)2+1}$$

$= 81,16$

$= 81$

Keterangan

N	:	Jumlah sampel
N	:	Jumlah populasi
d^2	:	Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

D. Teknis Analisis Data

Analisis data adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencari,menyusun secara sistematis sehingga mudah di pahami dan dapat diambil kesimpulan pada data yang didapat. Berikut teknik analisis data yang digunakan:

1. Uji Instrument
    a. Uji validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang diukur.

$$r = \frac{N(\Sigma XY) - (\Sigma X \Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - ¿¿¿}}$$

Dimana:

X= Skor item

Y= Skor total

XY= Skor pernyataan

N= jumlah responden untuk diuji coba

r = korelasi *product moment*

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid. Dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r di atas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut valid sebaliknya bila korelasi r di bawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

2. Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda. Rumus reabilitas memakai rumus alpha yaitu menguji tingkat ketetapan (konsistensi) instrument.

Dengan ketentuan apabila alpa > 0,60 berarti realibel dan apabila alpa < 0,60 berarti tidak realibel.

3. Uji asumsi klasik

   a. Uji normalitas

      Ide dasar dilakukannya pengujian normalitas adalah untuk mengetahui apakah suatu distribusi data normal atau tidak.[21]Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

      Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov e" 0,05, maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

   b. Uji autokorelasi

      Tujuannya untuk menguji apakah dalam sebuah regresi linear berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terjadi autokorelasi. Model korelasi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.

      Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui model Durbin-Watson yang dapat dilakukan melalui program SPSS, dimana secara umum dapat diambil patokan yaitu:

---

21 Maman Abdurahman dan Sambas Ali Muhidin, *Dasar-Dasar Metode Statistiks untuk Penelitian*. (Bandung : CV Pustaka Setia, 2011), hal 260.

Ha diterima apabila : du<d<4<du artinya tidak ada autokorelasi, positif dan negative.

Ha ditolak apabila: 0<d<dl.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Asumsi Multikolinesritas bertujuan untuk bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable bebas (independent). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah Multikolinearitas atau disebut independen yang nilai korelasi antar sesama variable independen sama dengan nol. Sedangkan untuk mengetahui gejala tersebut dapat dideteksi dari besarnya VIF (Variance Inflation Faktor) melalui program SPSS. Apabila nilai VIF tidak melebihi angka 4 atau 5 maka model regresi bebas dari masalah multiko dan suatu model regresi dikatakan baik apabila tidak terdapat gejala Multikolinearitas.

d. Uji heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lain, artinya setiap observasi mempunyai reliabilitas yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatar belakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model.

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variable bebas. Bila signifikan hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homokedastisitas. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda sering kali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisa regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi berganda merupakan suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhada satu variabel terganutng dengan skala interval. Persamaan untuk regresi berganda adalah:

$$\mathbf{Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \ldots . \beta_n X_n + e}$$

Keterangan

Y	:	Variabel terikat (pembiayaan murabahah)
$\mathbf{X_1}$	:	Variabel bebas (faktor internal)
$\mathbf{X_2}$	:	Variabel bebas (faktor eksternal)

a dan β : Konstanta

5. Analisinasi Determinasi (R^2)

Identifikasi determinan (R^2)berfungsi untuk mengetahui signifian variable maka harus dicari koefisien determinasi (R^2 ¿. Koefisien determinan menunjukkan besarnya kontribusi variable independen. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variable independen menerangkan variable dependen. Jika determinasi semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variable independen adalah besar terhadap variable dependen. Hal ini berarti, model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variable independen yang diteliti terhadap variable independen.

Sebaliknya, jika determinasi (R^2 ¿ semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variable independen terhadap variable dependen semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat menerangkan pengaruh variable independen. Pengujian ini dilakukan menggunakan software SPSS.

6. Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah keseluruhan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dengan menggunakan *level of significance* 5%, dengan rumus (Ghozali, 2011):

$$F = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R2^{\square})/(N-k)}$$

Dimana:

R^2 = koefisien determinasi

k = jumlah variabel independen

N = jumlah sampel

Hipotesis yang digunakan dalam uji F adalah :$H_0 = \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 = 0$ (tidak ada pengaruh) $H_1 = \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \neq 0$ (ada pengaruh).Untuk menentukan kesimpulan dengan menggunakan nilai F hitung dengan F tabel menggunakan kriteria sebagai berikut :

1) H_0 diterima jika F-hit< F-tab maka H1 ditolak, artinya variabel independen secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen.
2) H_0 ditolak jika F-hit> F-tab maka H1 diterima, artinya variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.[22]

7. Uji T

22 Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), Hal. 155-157.

Uji T merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak. Uji t digunakan dalam pengujian statistik untuk melihat apakah variabel *independent* secara individu berpengaruh terhadap variabel *dependent.* Uji t dirumuskan

$$t0 = \frac{b - B0}{Sb}$$

Keterangan:

B_0 : Mewakili nilau B tertentu, sesuai hipotesisnya.

S_b : simpangan baku koefisien regresi b.

Untuk melihat pengaruh dari X dan Y dilakukan uji T sebagai berikut dengan kriteria pengujian:

1) jika t hitung > t tabel atau t hitung < t tabel, H0 ditolak, Ha diterima. Artinya Xi (variabel-variabel bebas pada persamaan) berarti berpengaruh nyata terhadap Y (variabel dependent/variabel tidak bebas).
2) Jika t hitung < t tebel, t hitung atau t hitung > t tebel, maka H0 diterima, Ha ditolak, artinya Xi (variabel-variabel bebas pada persamaan) tidak berpengaruh nyata terhadap Y (variabel tidak bebas).
3) H0 : bi, H0 diterima (t hitung < t tabel) artinya variabel independent secara perusal tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Ha : bi ≠ 0 Ha diterima (t hitung > t tabel) artinya

variabel independent secara persial berpengaruh nyata terhadap variabel dependen.[23]

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Bukopin

1. Sejarah Berdirinya PT.Bank Syariah Bukopin

Sejarah lahirnya Bank Syariah Bukopin yang dahulu bernama PT. Bank Persyarikatan Indonesia (BPI), yang didirikan berdasarkan akta No 102 tertanggal 29 juli 1920 dengan nama PT. Bank Swansarindo Internasional yang dibuat dihadapan Dr. Widjojo Wilami, SH, Notaris

23 Jonathan Sarwono, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, (Yogakarta: CV Andi OFFSET, 2006), Hal. 12.

di Samarinda. Dan dalam perkembangannya PT. Bank Persyarikatan Indonesia (BPI) yang merupakan Bank Umum yang kemudian diakuisi sebuah bank syariah yang kini menjadi PT. Bank Syariah Bukopin (BSB).

Bank Bukopin didirikan dalam bentuk Badan Hukum Koperasi pada tanggal 10 juli 1970 dengan nama Bank Umum koperasi Indonesia (BUKOPIN). Beberapa tonggak penting dalam perjalanan sejarahnya antara lain adalah perubahan nama menjadi Bank Bukopin pada tahun 1989, perubahan status badan hukm dari koperasi menjadi perseroan terbatas pada tahun 1993 dan diperolehnya status bank devisa tahun 1967.

Unit Usaha Syariah yang didirikan oleh Bank Bukopin berkedudukan dikantor pusat Bank Bukopin. Bank Syariah Bukopin diawali dengan dibentuknya tim syariah Bank Bukopin pada tahun 2001. Agar dalam operasional Bank Bukopin Syariah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Maka Bank Syariah Bukopin mempunyai Dewan Pengawas Syariah. Pada bulan Desember tahun 2001 Bank Bukopin membuka cabang pertama yaitu dijalan Wijaya IX Flat IV No.1 Melawai Raya, Jakarta Selatan.

Potensi Bank Syariah Bukopin sangat baik dan masyarakat menerimanya dengan antusias. Produk-produk yang ditawarkan dapat dengan cepat diterima masyarakat. Pada tanggal 18 November 2002 telah dibuka cabang Bank Syariah Bukopin di kota Bukittinggi

Sumatera Barat, yaitu tepatnya dijalan Perintis kemerdekaan No 16 Bukittinggi.

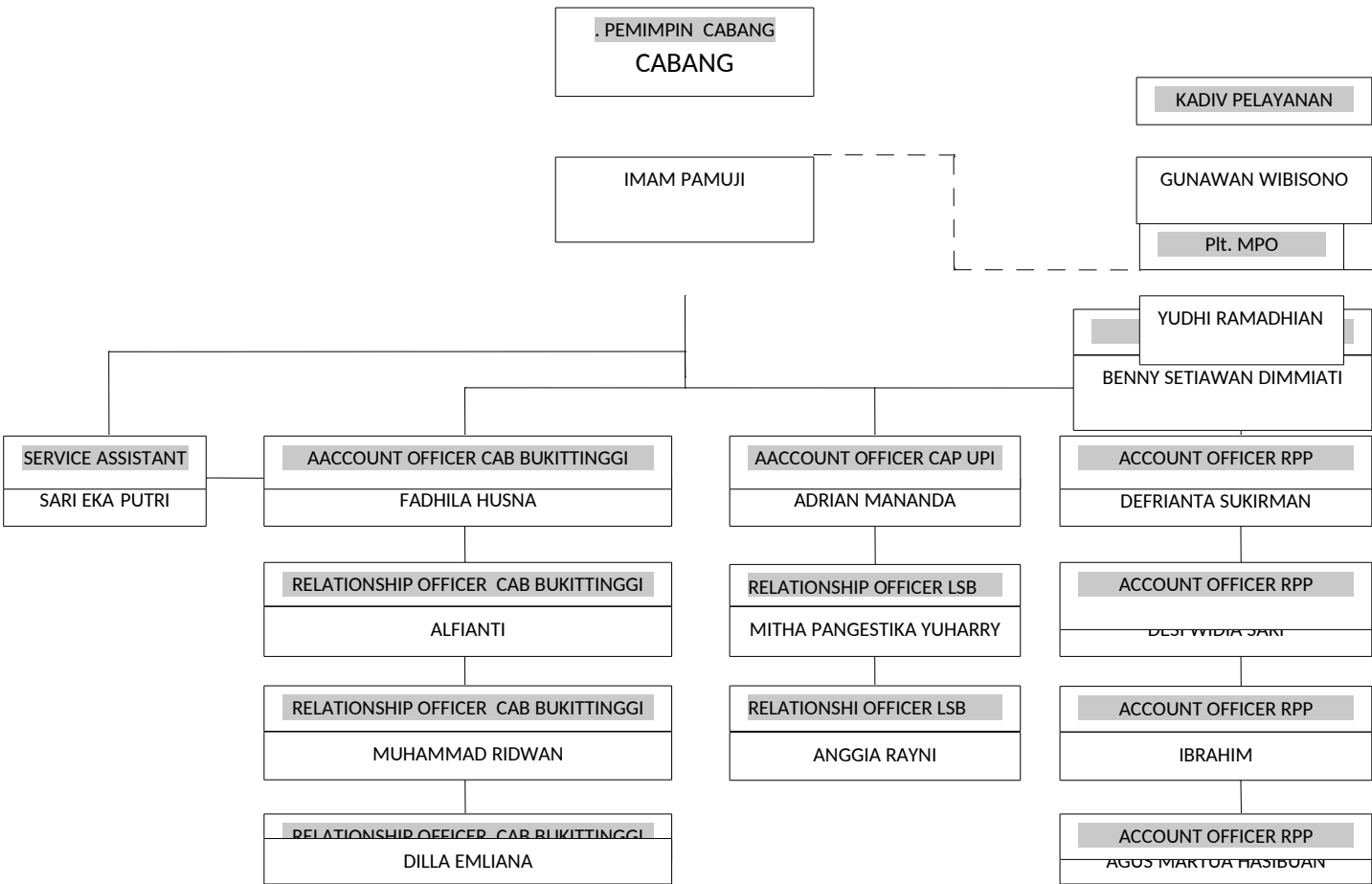
2. Visi dan Misi PT.Bank Syariah Bukopin

Visi Bank Syariah Bukopin *yaitu " Menjadi Bank Syariah pilihan dengan pelayanan terbaik"*. Dan misi Bank Syariah Bukopin yaitu :

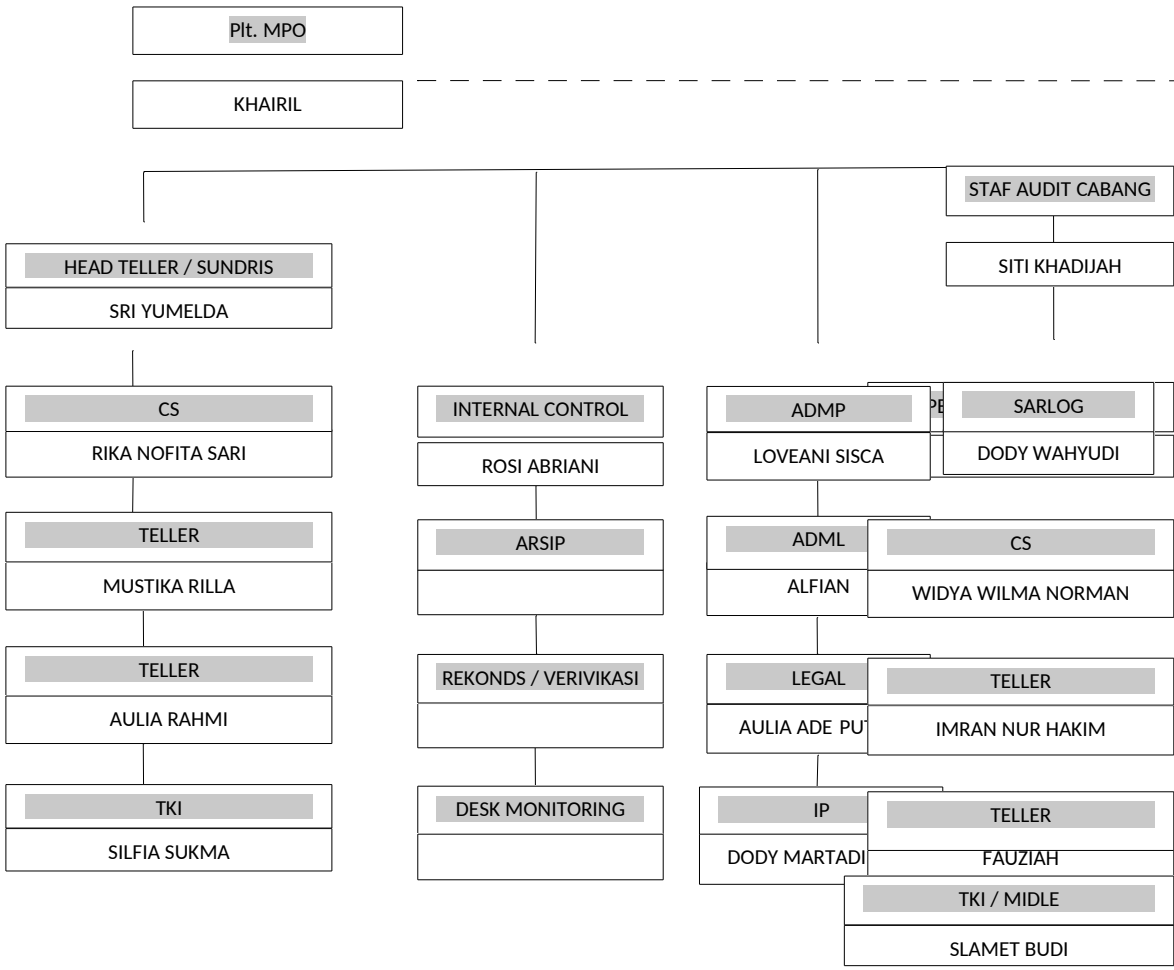
a. Memberikan pelayan terbaik kepada nasabah.
b. Membentuk sumber daya insani yang profesional.
c. Menfokuskan pengembangan usaha pada sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).
d. Meningkatkan nilai tambah pada *stake holder*.

3. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Bukopin

Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Bukopin



Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Bukopin



4. Tugas Dari Masing-Masing Jabatan

Berdasarkan struktur organisasi setiap bagian atau devisi mempunyai tugas dan fungsi masing-masing yang bersifat saling mendukung. Untuk memperjelas tugas dan fungsi dari setiap bagian atau devisi yang ada pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi yaitu sebagai berikut :

a. Kepala Cabang

Kepala cabang mempunyai tugas dan fungsi yang sangat vital pada cabang yang dipimpinnya. Sebagai kepala cabang harus mampu mengkoordinasi seluruh kegiatan perbankan agar terarah dan dapat mencapai target yang telah ditentukan, melalui pengawasan, penilaian atau evaluasi dan sosialisasi kepada seluruh SDM dibawahnya serta bertanggung jawab atas segala halyang mengenai diri Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

b. Manager Pelayanan dan Operasional (MPO)

Fungsi dan tujuan dari seorang MPO adalah memberikan persetujuan dan mengetahui seluruh transaksi yang terjadi di Bank.

c. *Middle Office (MO)*

Merupakan bagian tersendiri, mempunyai tugas dan fungsi sebagai perantara dari seluruh transaksi yang terjadi di bank. Beberapa yang menjadi tanggung jawab MO yaitu transaksi kliring BI, ingkaso, transfer uang, pengurusan pembayaran rekening listrik

yang berhubungan dengan PLN, pembayaran tagihan telepon yang berhubungan dengan provider yang menjalin kerjasama dengan Bank Syariah Bukopin dan transaksi-transaksi lain.

d. *Back Office*

Dalam bagian *Back Office* sendiri mempunyai beberapa bagian-bagian tersendiri dalam menjalankan tugas dan fungsi operasionalnya, diantaranya sebagai berikut :

1. Legal Staff

Legal staff merupakan bagian penting dalam *supporting division*, seorang legal staff memiliki tugas dan fungsi yang dimulai dari melakukan proses analisis terhadap keabsahan (legalitas) dokumen para calon nasabah yang akan menjalin hubungan dengan pihak bank.

2. Administrasi Pembiayaan (ADMP)

Bertugas melakukan droping pembiayaan, membuat daftar pembiayaan yang diberikan, melakukan pembebanan pokok dan margin pembiayaan, melakukan penurunan baik debet/ plafon, dan pelunasan fasilitas pembiayaan serta memonitoring pembiayaan yang jatuh tempo.

3. Administrasi Pelaporan (ADML)

Bertugas melakukan filterisasi kelengkapan dokumen doping pembiayaan, mengimput data pembiayaan dan agunan, melakukan

droping pembiayaan dan menyusun serta menyimpan file pembiayaan.

4. Sarana Logistik

   Sarana logistik bertugas menyediakan semua kelengkapan kantor.

5. Investigasi Pembiayaan

   Dalam menjalankan proses pengajuan kredit membutuhkan Investigasi Staff, tugas dan fungsinya menilai jaminan yang diajukan oleh calon nasabah.

6. Internal Control

   Betugas memeriksa laporan keuangan harian, memonitoring antara neraca dengan list saldo, menata laporan keuangan dan dokumen-dokumen transaksi yang ada.

7. Sumber Daya Insani (SDI)

   Sumber Daya Insani (SDI) mempunyai tugas yaitu sebagai berikut :

   a) Bertanggungjawab pada hal yang berhubungan dengan absensi karyawan, hitungan gaj, bonus dan tunjangan.
   b) Melakukan tindakan disipliner kepada karyawan yang melanggar peraturan atau kebijakan perusahaan.
   c) Bertanggungjawab mengelola dan mengembangan sumber daya insani.

d) Bertanggungjawab penuh dalam proses rekrutmen, mulai dari mencari calon karyawan, wawancara hingga seleksi.

e) Melakukan seleksi, promosi, tranfering, demosi pada karyawan yang dianggap perlu.

f) Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, keterampilan dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar perusahaan.

g) Membuat sistem Human Resources (HR) yang sfektif dan efisien.

8. SAC

Bertugas mengaudit data setelah terjadinya doping, dan mengecek transaksi keuangan setiap bulan.

e. *Front Office*

Front Office mempunyai beberapa bagian yaitu sebagai berikut

a) *Customer Sercive (CS)*

Customer Sercive tugasnya yaitu memberikan informasi tentang produk-produk yang ada di bank, melayani pembukaan dan penutupan rekening nasabah, melaksanakan tugas lain yang ditunjuk atasan, memberikan saran produk yang tepat kepada

nasabah, melayani segala bentuk komplain dari nasabah, melayani nasabah dalam hal pelayanan produk jasa bank seperti transfer, ingkaso, pemindahbukuan antar rekening nasabah.

b) Teller

Teller tugasnya yaitu melakukan rekap termasuk diantaranya etoran kliring, ingkaso, pemindahbukuan, menyelesaikan transaksi penerimaan dan pembayaran uang tunai dari rekening nasabah meliputi tabungan, pengiriman atau transfer, deposito dan pencairan dana giro/cek.

f. Manajemen Bisnis

Manajemen bisnis atau dalam devisi marketing operasionalnya terbagi menjadi dua bagian yaitu :

1. Account Officer (AO)

Tugas *Account Officer (AO)* yaitu sebagai berikut :

a) Mencari nasabah
b) Analisa nasabah dengan prinsi 5C
c) Menjaga hubungan baik dengan nasabah

2. Relationship Officer (RO)

Tugas *Relationship Officer (RO)* adalah sebagai berikut :

a) Memperkenalkan, mepromosikan, memasaran produk perbankan kepada calon nasabah.

b) Mencari nasabah (pihak ketiga) yang mempunyai dana lebih agar mau menyimpan dananya ke bank dalam bentuk produk yang ditawarkan.

5. Produk-Produk PT.Bank Syariah Bukopin

Bank Syariah Bukopin memiliki tiga produk yaitu :pendanaan, pemebiayaan dan jasa.

a. Produk Pendanaan

1) Tabungan iB SiAga

Simpanan pada Bank Syari'ah Bukopin untuk perorangan dalam bentuk mata uang Rupiah yang penarikannya dapat dilakukan secara sewaktu-waktu dengan cara tertentu yang telah dipersyaratkan. Akad yang digunakan adalah *wadi'ah yad dhamanah*, yang berarti *mustawda* (Bank) dapat memanfaatkan dana dan menyalurkan danayang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh *muwwadi* (Nasabah).

2) Tabungan Simpel iB

Simpanan Pelajar iB merupakan tabungan untuk pelajar dengan persyaratan mudah dan fitur yang menarik dalam rangka edukasi perbankan untuk mendorong budaya menabung sejak usia dini.

3) Tabungan iB Multiguna

Jenis tabungan berjangka dengan potensi bagi hasil yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang, sekaligus memberikan manfaat proteksi asuransi jiwa gratis. Akad yang digunakan adalah akad *mudharabah muthlaqah*, dimana Bank(*mudharib*) diberikan kuasa penuh oleh nasabah (*shahibul maal*) untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan/batasan dan Bank wajib memberitahukan kepada nasabah mengenai *nisbah* (bagi hasil) keuntungan yang diperoleh dan risiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akadnya.

4) Tabungan iB Pendidikan

Jenis tabungan berjangka dengan potensi bagi hasil yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang, sekaligus memberikan manfaat proteksi asuransi jiwa gratis. Akad yang digunakan adalah akad *mudharabah muthlaqah*, di mana Bank (*mudharib*) diberikan kuasa penuh oleh nasabah (*shahibul maal*) untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan atau batasan dan Bank wajib memberitahukan kepada nasabah mengenai *nisbah* (bagi hasil) keuntungan yang diperoleh dan

risiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akadnya.

5) Tabungan iB SiAga Bisnis

Simpanan yang diperuntukan bagi perorangan dan badan usaha, yang penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan syarat dan ketentuan tertentu yang telah disepakati dan tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau media lainnya yang dipersamakan dengan itu. Akad yang digunakan adalah *Mudharabah Muthlaqah*, yang berarti Bank *(mudharib)* diberikan kuasa penuh oleh penabung *(shahibul maal)* untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan / batasan dan Bank *(mudharib)* wajib memberitahukan kepada penabung *(shahibul maal)* mengenai nisbah (porsi) bagi hasil yang diperoleh dan risiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akad.

6) TabunganKu iB

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Akad yang digunakan adalah akad *wadi'ah yad dhamanah*, yang berarti bank dapat

memanfaatkan dana dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh nasabah.

7) Tabungan iB Haji

Merupakan simapanan yang dikelola dengan prinsip *Wadi'ah* dengan beragam fasilitas dan manfaat untuk persiapan ibadah haji ke tanah suci.

8) Deposito iB

Merupakan jenis simpanan dengan mata uang rupiah yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara deposan dengan pihak bank. Akad yang digunakan adalah akad *Mudharabah Mutlaqah*, dimana bank *(mudharib)*diberikan kuasa penuh oleh nasabah *(shahibul maal)* untuk menggunakan dana tersebut tampa larangan atau batasan. Dan bank *(mudharib)* wajib memberitahukan kepada nasabah *(shahibul maal)* mengenai *nisbah* atau bagi hasil keuntungan yang dieroleh dan resiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akadnya.

9) Giro iB

Simpanan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek atau sarana perintah pembayaran lainnya atau melalui pemindahbukuan lainnya. Akad yang digunakan adalah akad *Wadi'ah yaddhamanah* yaitu berarti *mustawda* (bank) dapat memanfaatkan dana dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa danatersebut dapat ditarik setiap saat oleh *muwwadi* (nasabah).

b. Produk Pembiayaan

1. Pembiayaan Murabahah

Adalah jual-beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Akad yang digunakan adalah *Murabaha*h, yaitu akad jual-beli antara bank dan nasabah. Bank akan melakukan pembelian atau pemesanan barang sesuai permintaan nasabah kemudian menjualnya kepada nasabah sebesar harga beli ditambah keuntungan Bank yang disepakati.

Manfaat :

a) Dapat digunakan untuk memenuhi usaha modal kerja, investasiatau konsumtif (misalnya, kendaraan bermotor, rumah, dll)
b) Angsuran tetap selama masa perjanjian.

2. Pembiayaan Mudharabah

Adalah kerjasama antara pemilik modal dan pengelola untuk suatu usaha tertentu dengan kesepakatan bagi hasil. Akad yang digunakan adalah *Mudharabah*, yaitu kerjasama antara Bank dengan nasabah, dimana pihak bank menyediakan seluruh modal dan nasabah sebagai pengelola dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah bagi hasil yang telah disepakati.

Manfaat :

a) Uaha 100% dibiayai oleh bank
b) Dapat digunakan untuk pembiayaan modal kerja usaha
c) Sistem bagi hasil sesuai hasil proyek/ usaha
d) Pembayaran dapat dilakukan sesuai dengan cash flow

3. Pembiayaan IB Kepemilikan Mobil

Merupakan fasilitas pembiayaan kepemilikan mobil yang menggunakan akad *Murabahah*, yaitu jual beli barang sebesar harga perolehan ditambah dengan margin yang disepakati oleh

penjual dan pembeli. Akad yang digunakan adalah *Murabahah*, yaitu jual beli dengan harga pokok dengan margin keuntungan yang disepakati

4. Pembiayaan IB Kepemilikan Rumah

   Adalah pembiayaan yang diberikan bank untuk pembelian atau renovasi rumah tinggal, pembelian rumah susun/apartemen, rumah toko atau rumah kantor. Manfaat :

   a) Membantu masyarakat untuk memiliki properti dan membangun /merenovasi properti yang dimiliki.
   b) Persyaratan mudah dan proses cepat.
   c) Angsuran tetap selama jangka waktu pembiayaan.
   d) Uang muka relatif ringan.
   e) Bebas menentukan pilihan lokasi.
   f) Angsuran dapat disesuaikan dengan pendapatan.
   g) Margin kompetitif.

5. Pembiayaan iB K3A

   Pembiayaan yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin kepada Koperasi Karyawan (kopkar), Koperasi Pegawai, Koperasi Pegawai Negeri (KPN) atau koperasi sejenis lainnya yang

diteruskan kepada anggotanya untuk memenuhi berbagai kebutuhan.

6. iB Kepemilikan Emas

Adalah pembiayaan yang diberikan oleh Bank kepada Nasabah dengan menggunakan akad *Murabahah* dalam rangka membantu nasabah untuk memiliki emas. Akad yang digunakan yaitu Murabahah yang merupakan transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak, dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.

Manfaat :

a) Mendapatkan dana secara mudah dan cepat untuk berbagai kebutuhan yang mendesak.
b) Merupakan salah satu alternatif investasi untuk memiliki emas melalui pembiayaan dari Bank.
c) Dapat mengangsur pembayaran dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian.
d) Bebas biaya administrasi selama masa promosi.
e) Margin yang kompetitif.

c. Produk Jasa

1. Cash Management

   Layanan perbankan elektronik yang memudahkan nasabah dalam melakukan akses *inquiry* saldo atau transaksi secara *Real Time On-Line* melalui terminal komputer dari lokasi usaha masing-masing sehingga pengelolaan keuangan menjadi lebih efektif, efisien dan tersentralisasi.

2. Wakaf Uang

   Layanan jasa ini merupakan layanan perbankan dimana perseroan menerima wakaf yang dilakukan seserang, kelompook orang, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang yang dapat dikelola secara produktif dan hasilya dimanfaatkan untuk kesejahteraan umat.

3. Save Deposit Box

   Layanan jasa bagi nasabah untuk menyimpan barang-barang berharga dan dokumen pribadi yang rahasia dengan sistem pengamanan berteknologi modern.

4. SMS Banking

   Fasilitas layanan kepada nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dengan berbasis teknologi seluler.

5. Mobile Banking

Mobile Banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon selular/*hamdphone* GSM (*Global for Mobile Communication)* atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon selular misal XL, Indosat, Telkomsel, dan operator telepon lainnya.

6. Internet Banking

Internet Banking adalah fasilitas layanan yang diberikan kepada nasabah Bank Syariah Bukopin untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, kapan saja, dimana saja.

7. Kartu iB Siaga Visa Elektron

Layanan jasa yang diberikan kepada nasabah untuk dapat melakukan transaksi belanja dan transaksi lainnya di ATM yang berlogo VISA atau VISA Elektron.

8. ATM iB SiAga

Layanan jasa kepada nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dengan perangkat mesin ATM *(Automatic Teller*

Machine) yang dimiliki atau ditunjuk oleh PT Bank Syariah Bukopin Tbk.

9. PPOB (Payment Point Online Bank)

   Pembayaran online sehingga masyarakat umum dapat dengan leluasa membuka loket pembayaran PLN, Telkom, PDAM dan lain-lain.

10. Virtual Account

    Virtual Account adalah layanan berbasis sistem teknologi yang berisi rincian transaksi-transaksi secara terperinci.

B. Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini jumlah responden nasabah yang menabung di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi dalam penelitian ini adalah sebanyak 81 orang nasabah yang ditemui selama 25 hari.

Berdasarkan kuesioner tersebut dapat diidentifikasi karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan tujuh karakteristik yaitu jenis kelamin, usia, status perkawinan, jumlah tanggungan, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan pendapatan.

Secara rinci karakteristik dari responden nasabah tabungan di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Pria	65	80,24%
2	Wanita	16	19,75%
Total		**81**	**100**

Sumber ; Hasil Penelitian Lapangan (2019), data di olah

Berdasarkan tabel 4.1 di atas diketahui bahwa dari 81 orang responden nasabah tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi yang terdiri dari 65 orang atau 80,24% responden pria dan 16 orang atau 19,75% responden wanita. Dari data di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi adalah pria.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	17-25 Tahun	51	63%
2	26-35 Tahun	25	31%
3	36-45 Tahun	2	2,5%
4	46-55 Tahun	2	2,5%
Total		**81**	**100%**

Sumber ; Hasil Penelitian Lapangan (2019), data di olah

Berdasarkan tabel 4.2 di atas diketahui bahwa dari 81 orang responden nasabah tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi yang terdiri dari 51 orang atau 63% responden berusia antara 17-25 tahun, 25 orang atau 31% responden berusia antara 26-35 tahun, 2 orang atau 2,5% berusia antara 36-45 tahun, dan 2 orang atau 2,5% responden berusia antara 46-55 tahun. Dari data di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden usia pada penelitian di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi adalah berumur antara 17-25 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

No	Status Perkawinan	Jumlah	Persentase
1	Kawin	21	26%
2	Belum Kawin	55	68%

3	Janda/Duda	5	2,5%
Total		**81**	**100%**

Berdasarkan tabel 4.3 di atas diketahui bahwa dari 81 orang responden nasabah tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi yang terdiri dari 21 orang atau 26% responden berstatus kawin, 55 orang atau 68% responden berstatus belum kawin, dan 5 orang atau 6% responden berstatus janda/duda. Dari data di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi adalah berstatus belum kawin.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan

No	**Tanggungan**	**Jumlah**	**Persentase**
1	1-3 Orang	17	21%
2	4-5 Orang	3	3,8%
3	6-9 Orang	2	2,5%
4	>10 Orang	1	1,2%
Total		**81**	**100%**

Sumber ; Hasil Penelitian Lapangan (2019), data di olah

Berdasarkan tabel 4.4 di atas diketahui bahwa dari 81 orang responden nasabah tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi yang terdiri dari 17 orang atau 21% responden bertanggungan 1-3 orang, 3 orang atau 3,8% responden bertanggungan 4-5 orang, 2 orang atau 2,5% responden bertanggungan 6-9 orang, dan 1 orang atau 1,2% responden bertanggungan >10 orang.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentae
1	Pegawai	7	8,64%
2	Pensiunan	2	2,5%
3	Mahasiswa	34	42%
4	Wiraswasta	12	14,81%
5	Pedagang	9	11,11%
6	Pelajar	4	4,93%
7	Petani	0	0%
8	Lainnya	13	16%

Total	**81**	**100%**

Sumber ; Hasil Penelitian Lapangan (2019), data di olah

Berdasarkan tabel 4.5 di atas diketahui bahwa dari 81 orang responden nasabah tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi yang terdiri dari 7 orang atau 8,64% responden bekerja sebagai Pegawai, 2 orang atau 2,5% responden bekerja sebagai Pensiunan, 34 orang atau 42% responden bekerja sebagai Mahasiswa, 12 orang atau 14,81% responden bekerja sebagai Wiraswasta, 9 orang atau 11,11% responden bekerja sebagai Pedagang, 4 orang atau 4,93% bekerja sebagai Pelajar, 0 orang atau 0% responden bekerja sebagai Petani, dan 13 orang atau 16% responden bekerja sebagai Lainnya. Dari data di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi adalah bekerja sebagai Mahasiswa.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan Terakhir

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SD	4	4,93%
2	SLTP	7	8,64%
3	SLTA	52	64,2%
4	Akademi (Diploma)	3	3,7%
5	S1	13	16%

6	S2	2	2,5%
Total		**81**	**100%**

Sumber ; Hasil Penelitian Lapangan (2019), data di olah

Berdasarkan tabel 4.5 di atas diketahui bahwa dari 81 orang responden nasabah tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi yang terdiri dari 4 orang atau 4,93% responden berpendidikan SD, 7 orang atau 4% responden berpendidikan SLTP, 52 orang atau 64,2% berpendidikan SLTA, 3 orang atau 3,7% responden berpendidikan Akademi (Diploma), 13 orang atau 16% respnden berpendidikan S1, dan 2 orang atau 2,5% responden berpendidikan S2. Dari data di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi adalah yang berpendidikan SLTA.

7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1	<Rp.1.000.000	47	58%
2	Rp.1.000.000- Rp.5.000.000	28	34,56%
3	Rp. 5.000.000- Rp.10.000.000	5	6,17%
4	>Rp.10.000.000	1	1,2%
Total		**81**	**100%**

Sumber ; Hasil Penelitian Lapangan (2019), data di olah

Berdasarkan tabel 4.7 di atas diketahui bahwa dari 81 orang responden nasabah tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi yang terdiri dari 47 orang atau 58% responden berpendapatan <Rp.1.000.000, 28 orang atau 34,56% responden berpendapatan Rp.1.000.000-Rp.5.000.000, 5 orang atau 6,17% berpendapatan Rp.5.000.000-Rp.10.000.000, dan 1 orang atau 1,2% responden berpendapatan >Rp.10.000.000. Dari data di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi adalah yang berpendapatan <Rp.1.000.000.

C. Hasil Analisis Data

Penelitian ini menguji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi berganda, koefisien deteminasi dan uji F. Jawaban ini dihitung berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan dimana variabel sustainable comunication terdiri dari 10 pernyataan, variabel aksesibilitas terdiri dari 10 pernyataan, variabel integritas layanan terdiri dari 10 pernyataan, dan variabel minat nasabah terdiri dari 10 pernyataan.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan item-item dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Validitas item ditunjukan dengan adanya dukungan terhadap skor total. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan, maka kegiatan yang harus dilakukan adalah membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel}. Dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,01 atau 10% dengan n = 81, sehingga r_{tabel} dalam penelitian ini adalah 0,2185.

Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka akan dilakukan terlebih dahulu perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS 16.0. Adapun hasil output perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8

Uji Validitas Variabel X1 (Sustainable Comunication)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Item 1	0,601	0,218	Valid
Item 2	0,444	0,218	Valid
Item 3	0,515	0,218	Valid
Item 4	0,449	0,218	Valid
Item 5	0,653	0,218	Valid
Item 6	0,643	0,218	Valid
Item 7	0,523	0,218	Valid
Item 8	0,493	0,218	Valid
Item 9	0,656	0,218	Valid
Item 10	0,634	0,218	Valid

Sumber ; Hasil Penelitian Lapangan (2019), data di olah

Berdasarkan tabel 4.8 di atas secara keseluruhan pernyataan pada item X1 dapat dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai ruang yang lebih besar dari 0,218.

Tabel 4.9

Uji Validitas Variabel X2 (Aksesibilitas)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Item 1	0,561	0,218	Valid
Item 2	0,375	0,218	Valid
Item 3	0,611	0,218	Valid

Item 4	0,543	0,218	Valid
Item 5	0,623	0,218	Valid
Item 6	0,596	0,218	Valid
Item 7	0,479	0,218	Valid
Item 8	0,456	0,218	Valid
Item 9	0,497	0,218	Valid
Item 10	0,596	0,218	Valid

Sumber ; Hasil Penelitian Lapangan (2019), data di olah

Berdasarkan tabel 4.9 di atas secara keseluruhan pernyataan pada item X2 dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,218.

Tabel 4.10

Uji Validitas Variabel X3 (Integritas Layanan)

Item Pernyataan	**r_{hitung}**	**r_{tabel}**	**Kesimpulan**
Item 1	0,550	0,218	Valid
Item 2	0,598	0,218	Valid
Item 3	0,596	0,218	Valid
Item 4	0,522	0,218	Valid
Item 5	0,572	0,218	Valid
Item 6	0,580	0,218	Valid
Item 7	0,568	0,218	Valid
Item 8	0,451	0,218	Valid
Item 9	0,574	0,218	Valid
Item 10	0,584	0,218	Valid

Sumber ; Hasil Penelitian Lapangan (2019), data di olah

Berdasarkan tabel 4.10 di atas secara keseluruhan pernyataan pada item Y1 dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,218.

Tabel 4.11

Uji Validitas Variabel Y1 (Minat Nasabah)

Item Pernyataan	**r_{hitung}**	**r_{tabel}**	**Kesimpulan**
Item 1	0,427	0,218	Valid
Item 2	0,515	0,218	Valid
Item 3	0,511	0,218	Valid
Item 4	0,685	0,218	Valid
Item 5	0,684	0,218	Valid
Item 6	0,604	0,218	Valid
Item 7	0,452	0,218	Valid
Item 8	0,457	0,218	Valid
Item 9	0,635	0,218	Valid
Item 10	0,651	0,218	Valid

Sumber ; Hasil Penelitian Lapangan (2019), data di olah

Berdasarkan tabel 4.11 di atas secara keseluruhan pernyataan pada item Y1 dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,218.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitasdengan menggunakan statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* 0,60 (>060).

Hasil pengajian reliabilitas instrument menggunakan alat bantu oleh statistik SPSS 16.0, adapun hasil output dapat diketahui sebagaimana dalam hal berikut :

Tabel 4.12

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	**Realibility Coefficients**	**Cronbach Alpha**	**Keterangan**
X1	10 Item	0,738	Reliabel
X2	10 Item	0,728	Reliabel
X3	10 Item	0,738	Reliabel
Y	10 Item	0,739	Reliabel

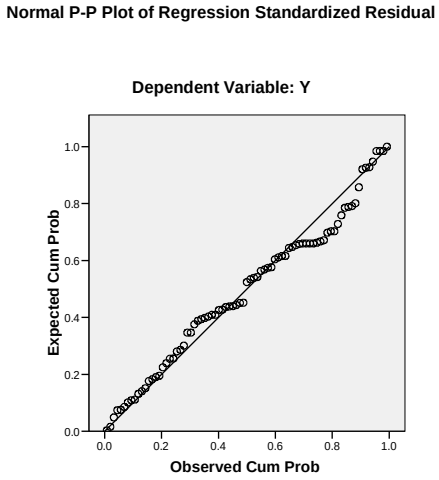
Sumber ; Hasil Penelitian Lapangan (2019), data di olah

Dari tabel 4.12 di atas dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabl memiliki *Cronbach Alpha* dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan semua variabel X1, X2,X3, dan Y reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan data yang telah dikumpulkan 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 lebih dari 30 angka (n > 30), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Bisa dikatakan sebagai sampel besar. Namun untuk memberikan kepastian, data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak, sebaiknya digunakan uji statistik normalitas. Untuk itu perlu suatu pembuktian sebagai berikut:



Berdasarkan tabel 4.40 dapat dilihat bahwa terdapat titik yang mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi liner terdapat korelasi anatara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan t-1 (sebelumnya). Jika du<d<4-du maka tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 4.13

Output Uji Autokorelasi

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,715(a)	,511	,492	2,623	,511	26,810	3	77	,000	2,015

a Predictors: (Constant), X3, X2, X1
b Dependent Variable: Y
(Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2019)

Berdasarkan tabel 4.34 diatas diperoleh nilai du<d<4-du yaitu 1,8413<2,078<2,1587. Berarti dapat disimpulkan bahwa nilai pengamatan bersifat bebas (tidak ada korelasi).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.Model regresi yang baik seharusnya bebas tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas.

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

1) Melihat nilai tolerance
    a) Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
    b) Jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
2) Melihat nilai VIF
    a) Jika nilai VIF<10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas.
    b) Jika nilai VIF>10,00 maka terjadi multikolinearitas.

Berikut adalah hasil dari uji multikolinearitas:

Tabel 4.14

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	6,181	4,072		1,518	,133		
	X1	,220	,119	,214	1,849	,068	,472	2,117
	X2	,298	,115	,288	2,578	,012	,511	1,959
	X3	,338	,110	,325	3,064	,003	,566	1,767

a Dependent Variable: Y

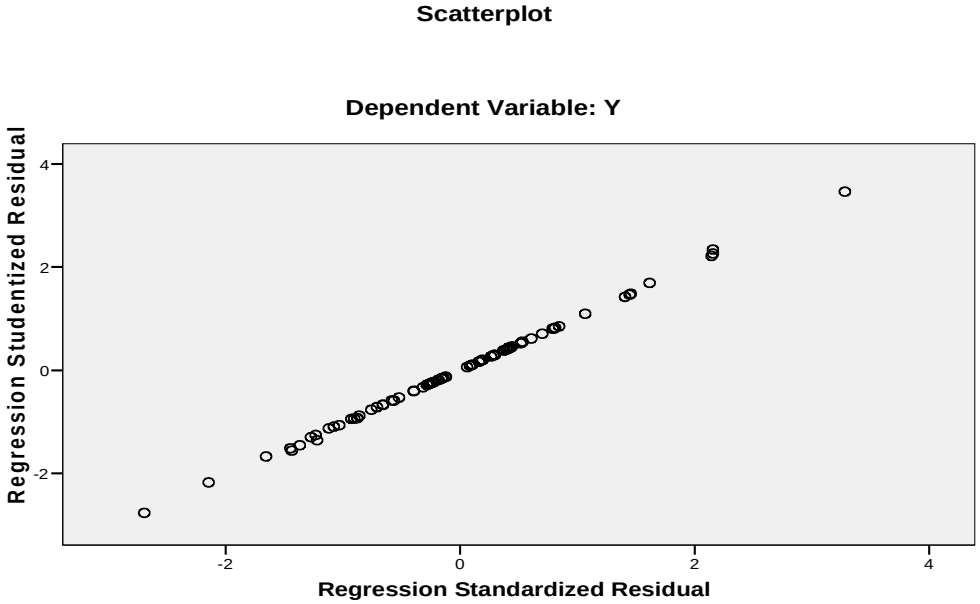
(Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2019)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat diketahui bahwa untuk semua variabel bebasnya tidak terjadi multikolonearitas dengan ditunjukkan dari nilai VIF dari variabel bebasnya yang lebih kecil dari 5.

d. Uji Heteroskedastiditas

Uji heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Output Uji Heteroskedastiditas



Berdasarkan gambar diatas terlihat data residual pada kedua model regresi teratur baik di atas maupun di bawah titik 0 dan membentuk pola tertentu. Dengan demikian model regresi yang diajukan dalam penelitian ini terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara satu variabel terikat terhadap dua atau lebih variabel bebas. Pada penelitian ini dilakukan analisis regresi linear berganda antara variabel-variabel berikut ini. Lokasi (X1), Pelayanan (X2) terhadap minat nasabah menabung (Y), darihasil pengolahan dan dan penelitian sebagai berikut :

Tabel 4.15

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	6,181	4,072		1,518	,133		
	X1	,220	,119	,214	1,849	,068	,472	2,117
	X2	,298	,115	,288	2,578	,012	,511	1,959
	X3	,338	,110	,325	3,064	,003	,566	1,767

a Dependent Variable: Y

(Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2019)

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan diatas adalah sebagai berikut :

Y= a+b1X1+b2X2+b3X3

Minat Menabung = 6,181+0,220+0,298+0,338

Hasil analisis tersebut akan diinterprestasikan sebagai berikut:

a. Konstanta 6,181 artinya apabila variabel-variabel bebas (sustainable comunication, aksesibilitas, integritas layanan) nilainya 0, maka tingkat minat nasabah menabung nilainya adalah 6,181.
b. Koefesien regresi motivasi ¿) bernilai positif, sebesar 0,220. ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel motivasi sebesar 1 satuan, maka tingkat minat nasabah (Y) menabung juga meningkat sebesar 0,220 satuan.
c. Koefesien regresi belajar (X_2) bernilai positif, sebesar 0,298. ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel belajar sebesar 1 satuan, maka tingkat minat nasabah menabung (Y) juga meningkat sebesar 0,298 satuan.
d. Koefesien regresi sikap (X_3) bernilai positif, sebesar 0,338. ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel sikap sebesar 1 satuan, maka tingkat minat nasabah menabung (Y) juga meningkat sebesar 0,338satuan.

b. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh terhadap variabel dependen dan seberapa besar pengaruhnya atau untuk melihat pengaruh gabungan motivasi, belajar,

sikap, persepsi, nisbah, dan perhitungan bisnis terhadap minat nasabah menabung.

Tabel 4.16

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,715(a)	,511	,492	2,623	,511	26,810	3	77	,000	2,015

a Predictors: (Constant), X3, X2, X1
b Dependent Variable: Y
(Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2019)

Berdasarkan hasil output SPSS tabel model summary pada nilai “R” sebesar 0,715. Nilai tersebut menunjukkan bahwa derajat kekuatan hubungan antara variabel independen (sustainable comunication, aksesibilitas, integritas layanan) berada pada derajat sangat kuat. Nilai koefisien determinasi terdapat pada tabel summary pada kolom ”R Square” dengan nilai 0,511. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui bila kontribusi atau keefektifan model dari struktur variabel independen (sustainable comunication, aksesibilitas, integritas layanan) terhadap variabel dependen (minat nasabah menabung) adalah sebesar 51,1%.

c. Hasil Uji T (Uji Parsial)

Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk menguji pengaruh parsial variabel independent terhadap variabel dependent yaitu variabel X yaitu sustainable comunication, aksesibilitas, dan integritas layanan terhadap variabel Y yaitu minat nasabah menabung. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu:

Ho diterima, apabila t hitung < t table pada a – 5 %

H1 diterima, apabila t hitung > t table pada a – 5 %

Dengan bunyi hipotesis sebagai berikut:

Ho :tidak terdapat pengaruh Motivasi, Belajar, Sikap, Persepsi, Nisbah, dan Perhitungan Bisnis terhadap minat nasabah menabung.

H1 :terdapat pengaruh Motivasi, Belajar, Sikap, Persepsi, Nisbah , dan Perhitungan Bisnis terhadap minat nasabah menabung.

Tabel 4.17

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	6,181	4,072		1,518	,133		
	X1	,220	,119	,214	1,849	,068	,472	2,117
	X2	,298	,115	,288	2,578	,012	,511	1,959
	X3	,338	,110	,325	3,064	,003	,566	1,767

a Dependent Variable: Y

(Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2019)

Pernyataan Hipotesis yang hendak diuji sebagai berikut:

(1) Uji Hipotesis 1 (X_1)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel sustainable comunication yaitu 1,849 dengan tingkat signifikan 0,068 < 0,05, maka H_0ditolak dan H_1 diterima. Jadi secara parsial atau individu sustainable comunication memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menabung.

(2) Uji Hipotesis 2 (X_2)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel aksesibilitas yaitu 2,578 dengan tingkat signifikan 0,012 < 0,05, maka H_0ditolak dan H_1 diterima. Jadi secara parsial atau individu aksesibilitas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

(3) Uji Hipotesis 3 (X_3)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel integritas layanan yaitu 3,064 dengan tingkat signifikan 0,003<0,05, maka H_1ditolak danH_0 diterima. Jadi secara parsial atau individu integritas layanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menabung.

d. Hasil Uji F

Untuk mengetahui pengarui pengaruh variabel bebas secara similtan (bersama-bersama) terhadap minat nasabung menabung dilakukan uji F. hipotesis berbunyi:

Ho :Secara bersama - sama motivasi, belajar, sikap,persepsi, Nisbah ,dan Perhitungan Bisnis tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung.

H1 :Secara bersama - sama motivasi, belajar, sikap, persepsi, Nisbah ,dan Perhitungan Bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung.

Tabel 4.18

Hasil Hipotesis

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	553,481	3	184,494	26,810	,000(a)
	Residual	529,877	77	6,882		
	Total	1083,358	80			

a Predictors: (Constant), X3, X2, X1
b Dependent Variable: Y
(Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2019)

Berdasarkan tabel Anova 4.18 di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 26,810 dengan nilai signifikansi 0,00 < 0,05 . Jadi dapat disimpulkan secara keseluruhan (sustainable comunication, aksesibilitas, integritas layanan) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung

D. Pembahasan Hasil Analisis Data Dalam Konsep Syariah

Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai mintat nasabah adalah standar syariah. Pandangan Islam nasabah adalah hal yang penting terutama bagi perbankan syariah, dikarenakan jika nasabah mengerti dan paham akan pandangan islam maka otomatis akan menggunakan bank syariah dakam menabung dikarenakan sistem bagi hasil, dibandingakn dengan menggunakan bank konvensional yang menggunakan sistem riba.

Untuk menjawab menjawab dan membuktikan hipotesis terdahulu maka dilakukan mengumpulan data yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner sebanyak 81 rangkap. Setelah data terkumpul maka data diolah dengan menggunakan spss 16. Teknik yang digunakan empat variabel yaitu sustainable comunication, aksesibilitas, integritas layanan, dan minat nasabah.

Menurut Qardhawi sebagai pedoman untuk mengetahui minat menabung konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan :

1. Jujur

   Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. PT. Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi sangat menjunjung tinggi kejujuran baik sesama pegawai maupun dengan nasabahnya.

2. Amanah

   Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya. Tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harta maupun lainnya. Dalam berdagang dikenal dengan “menjual denga amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri kualitas, harga, dan keuntungan kepada nasabah dengan tidak melebih-lebihkan. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah

   Faktor pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi setelah dilakukan uji terhadap kualitas pelayanan mempunyai hungan positif terhadap pembiayaan Tabungan iB Multiguna.

3. Benar

   Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas Allah SWT. Dalam penelitian ini stelah dilakukan uji, mempunyai hungan positif sehingga dikatakan bahwa dalam melakukan penjualan produk serta jasa pada PT. Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi telah sesuai dengan standar syariah.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi, maka dapat dikemukakan kesimpulan bahwa faktor sustainable comunication, aksesibilitas, dan integritas layanan terhadap minat nasabah menabung sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda Y=6,181+0,220+0,298+0,338. Berda-sarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta 6,181, sustainable comunication 0,220, aksesibilitas 0,298, integritas layanan 0,338 mempunyai pengaruh positif (+) terhadap minat nasabah.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sustainable comunication (X_1¿, aksesibilitas $(X$¿¿2)¿, integritas layanan (X_3) ”R Square” dengan nilai 0,511. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui bila kontribusi atau keefektifan model dari struktur variabel independen mempunyai hubungan yang kuat yaitu sebesar 51,1%.
3. Secara Parsial berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi parsial dengan menggunakan probabilitas menunjukkan bahwa secara parsial variabel bebas yaitu sustainable comunication (X_1¿, aksesibilitas $(X$¿¿2)¿, dan integritas layanan (X_3) mempunyai pengaruh positif secara

signifikan terhadap minat nasabah manabung pada PT Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi.

4. Terdapat hubungan dan pengaruh secara simultan dari variabel sustainable comunication (X_1¿, aksesibilitas $(X¿¿2)$¿, integritas layanan (X_3) mempunyai hubungan yang kuat dan pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah memilih tabungan iB Multiguna pada PT Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi (Y) karena memiliki F hitung sebesar 26,810 dengan nilai signifikansi 0,00 < 0,05 diterima sehingga H_0 ditolak.

B. SARAN

Hendaknya PT Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi melakukan promosi untuk memberikan tambahan informasi dan pengetahuan agar dapat menarik minat nasabah atau calon nasabah memilih tabungan iB Multiguna. Melalui peran media baik itu media cetak atau maupun elektronik harus lebih gencar lagi. Dapat juga melakukan penyebaran brosur yang menyertakan informasi produk tabungan iB Multiguna pada PT Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi dan juga pemasangan spanduk di lokasi yang strategis. Sehingga informasi yang disampaikan dapat sampai pada semua lapisan masyarakat.