

**PENGARUH PENGUKURAN SKALA *PAKISTAN SERVICE QUALITY (PAKSERV)*
DAN PEMBERIAN *REWARD/HADIAH* TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA
DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN PRINSIP AMANAH
BANK SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)

SKRIPSI

*Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Perbankan Syariah*



Nafkhotul Islahiyah

1705036112

S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdri Nafkhotul Islahiyah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah saudara:

Nama : Nafkhotul Islahiyah

NIM : 1705036112

Judul : Pengaruh Pengukuran Skala *Pakistan Service Quality (PAKSERV)* dan Pemberian *Reward/Hadiah* Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menabung di Bank Syariah Dengan Prinsip Amanah Bank Sebagai Variabel Moderasi (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Atas perhatian yang diberikan, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I



Rahman El Junusi, SE., M.M
NIP. 19691118 20000 1 001

Pembimbing II



Zuhdan Ady Fataron, S.T., M.M
NIP. 19840308 201503 1 003

PENGESAHAN

Skripsi saudara : Nafkhotul Islahiyyah
NIM : 1705036112
Judul : Pengaruh Pengukuran Skala *Pakistan Service Quality (PAKSERV)* dan Pemberian *Reward/Hadiah* Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menabung di Bank Syariah Dengan Prinsip Amanah Bank Sebagai Variabel Moderasi (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)

Telah dimunaqosahkan oleh Dosen Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus pada tanggal 17 Juni 2021 serta dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1, tahun akademik 2020/2021.

Semarang, 17 Juli 2021

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Choirul Huda, M.Ag
NIP. 19760109 200501 1 002
Penguji I

Sekretaris Sidang

Rahman El Junusi, SE., MM
NIP. 19691118 200003 1 001
Penguji II

Dr. Muhlis, M.Si
NIP. 19610117 198803 1 002



Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag
NIP. 19590413 198703 2 001

Pembimbing I

Rahman El Junusi, SE., MM
NIP. 19691118 200003 1 001

Pembimbing II

Zuhdan Ady Fataron, S.T., M.M
NIP. 19840308 201503 1 003

MOTTO

اللَّهُمَّ لَا سَهْلَ إِلَّا مَا جَعَلْتَهُ سَهْلًا وَأَنْتَ تَجْعَلُ الْحَزْنَ إِذَا
شِئْتَ سَهْلًا

“Ya Allah, tidak ada kemudahan kecuali yang engkau buat mudah. Dan engkau menjadikan kesedihan (kesulitan), jika Engkau kehendaki pasti akan menjadi mudah”

(HR. Ibnu Hibban dalam kitab Shahih-nya no.2427)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Puji syukur kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa pula Shalawat serta salam, penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan penuh rasa syukur atas terselesaikannya skripsi ini, maka penulis mempersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Pak Masruri dan Ibu Masaroh yang telah membesarkan saya dengan penuh cinta dan kasih sayang yang tulus, memberi semangat dukungan moril, materil serta yang selalu mendoakan saya tanpa henti. Semoga kalian diberikan panjang umur dan Allah selalu melindungi serta memberikan kebahagiaan dunia dan akhirat.
2. Adik perempuan saya, Aulia Nazat Afza yang saya sayangi, terimakasih sudah menjadi penyemangat dalam setiap langkah.
3. Keluarga besar saya, terutama untuk sepupu saya yang satu perantauan Ayeng, Sali, dan Mba Icha, terima kasih karena kalian lah orang-orang yang menemani saat saya pertama kali datang ke kota rantau. Semoga kalian sukses dalam apapun yang kalian cita-citakan selama ini.
4. Dosen pembimbing saya Pak Rahman El Junusi dan Pak Zuhdan Ady Fataron, dosen yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini, yang selalu memberikan arahan dan serta bimbingannya kepada saya. Semoga mereka selalu diberikan kesehatan dan keberkahan dalam hidup mereka.
5. Untuk sahabat-sahabat saya Afrilda Nurhasni, Lufthansyah, Dhania Hafidzah, Bunga Rana Novadita, Sandra Ramadhani, Marissa Aulia Fitri, Weny, GBinar, Yoga, Yogi, Indira, Gita Permata, Nabila Gina, Deshinta Elfira, Safitri Ramadhani, Tasya Amalia, Qori Aquarina, Titis Sumandang, Indah Parwati yang sudah menjadi sahabat serta keluarga yang selalu mendoakan, memberikan semangat serta dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat- sahabat saya di perantauan Ranti Dwi Lestari, Elsa Anggraini, Siti Ria Veni YS, Nuzulul Anis, Alya Salma, Sifa Izzatin Ni'mah, Atik Ika Irmawati, Elsa Islamiati, Isnaini Nur Khabibah, Novita Ayu Fibriyanti, Candra

Hendrawan, Emil Dei Rahim, Abdi Sugeha, Sindi Nur Rohma, Rita Sopia, Sofiul Islah, Nur Safitri, Setia Ningsih, Ferina Hotifa, Wijaya Saputra, Tri Novita, Zahratul, Lazizah, Pipit, Iky, Sobib, Lala, Wulan, Rosy yang selalu memberikan doa dukungan dan semangatnya untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Untuk Keluarga besar PMII Rayon Ekonomi khususnya angkatan 2017 “GANDEWA” terimakasih telah menjadi teman berproses saya selama diperkuliahan. Semoga kita tetap bisa menjaga silaturahmi.
8. Seluruh organisasi yang pernah menjadi bagian dari hidup saya selama dibangku kuliah, HMJB, HMJ S1 PERBANKAN SYARIAH, DEMA FEBI, COPYLENS, TEATER KOIN. Semoga pengurus maupun anggotanya selalu diberikan kesehatan dan kesuksesan.
9. Keluarga besar S1 Perbankan Syariah Kelas C Angkatan 2017. Terimakasih teman-teman seperjuangan saya.
10. Untuk Keluarga besar KKN MIR DR Kelompok 44 terimakasih atas doa dan dukungannya.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 17 Mei 2021

Deklarator



Nafkhotul Islahiyah

NIM. 1705036112

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء = ‘	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong

اِي = ay

اُو = aw

D. Syaddah(-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda (ّ).

E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al...* misalnya الصناعات = *al-shina'ah*.
Al ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya الطبيرة المعيشة = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan, sebagai salah satu lembaga kepercayaan masyarakat yaitu perbankan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas untuk memberi kepuasan bagi nasabah sehingga nasabah tetap bertahan menggunakan jasa perbankan Syariah serta loyalitas terhadap bank syariah. Salah satu upaya yaitu dengan adanya pengukuran skala PAKSERV dan pemberian *reward*/hadiah kepada nasabah. Kualitas pelayanan hanya bisa menjadi alat untuk mengawal persaingan jika diukur dengan menggunakan alat yang tepat. Pada penelitian ini menggunakan skala PAKSERV untuk mengukur kualitas layanan, antara lain : keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), ketulusan (*sincerity*), berwujud (*tangibles*), personalisasi, formalitas (*formality*).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh pengukuran skala PAKSERV, pemberian *reward*/hadiah terhadap kepuasan mahasiswa dalam menabung di bank Syariah dengan prinsip amanah sebagai variabel moderasi. Objek penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model regresi linier berganda dengan program SPSS versi 16. Metode sampel yang digunakan adalah *Random Sampling*. Jumlah responden yang di jadikan sampel yaitu sebanyak 96 sampel responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang yang menggunakan jasa perbankan Syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel skala PAKSERV dan variabel pemberian *reward*/hadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam menabung. Dan variabel prinsip amanah bank tidak dapat memoderasi variabel PAKSERV kualitas layanan dan pemberian *reward*/hadiah terhadap kepuasan mahasiswa dalam menabung di bank Syariah.

Kata Kunci : Kepuasan Menabung, *Pakistan Service Quality (PAKSERV)*, Pemberian *Reward/Hadiah*, Prinsip Amanah Bank

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh PAKSERV Kualitas Layanan dan Pemberian *Reward*/Hadiah Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menabung Di Bank Syariah Dengan Prinsip Amanah Bank Sebagai Variabel Moderasi”.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi bagi mahasiswa S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Prof. Dr.H. Imam Taufiq, M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Muhammad Saifullah, M.Ag selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah, Ibu Muyassarah, M.Si selaku Sekertaris Jurusan serta staf ahli program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Rahman El Junusi, SE., MM selaku dosen pembimbing I dan Bapak Zuhdan Ady Fataron, S.T., MM selaku pembimbing II yang selalu sabar bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak Setyo Budi Hartono, S.AB, M.Si selaku wali dosen yang telah sabar memberikan arahan dan masukan selama penulis menuntut ilmu di universitas.
6. Seluruh dosen pengajar Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

7. Orang tuaku Bapak Masruri dan Ibu Masaroh yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril, materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabati semua serta teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan motivasi dan do'a.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

DAFTAR ISI

Contents

PERSETUJUAN PEMBIMBING	1
PENGESAHAN	2
MOTTO	3
PERSEMBAHAN.....	4
DEKLARASI.....	6
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	7
A. Konsonan.....	7
ABSTRAK.....	9
KATA PENGANTAR	10
DAFTAR ISI.....	12
DAFTAR TABEL.....	14
DAFTAR GAMBAR	16
DAFTAR LAMPIRAN.....	17
BAB I.....	18
1.1 Latar Belakang Masalah.....	18
1.2 Perumusan Masalah.....	26
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	26
1.4 Sistematika Penulisan Skripsi	27
BAB II.....	29
2.1 Persepsi Kepuasan Nasabah	29
2.1.1 Teori Kepuasan	29
2.2 Persepsi PAKSERV Kualitas Layanan	32
2.2 Persepsi Pemberian Reward/Hadiah	36
2.3 Persepsi Prinsip Amanah Bank	37

2.5 Penelitian Terdahulu	42
2.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	47
BAB III	49
3.1 Jenis Dan Sumber iData	49
3.2 Populasi dan Sampel	49
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data	51
3.5 Skala Pengukuran	52
3.6 Variabel Penelitian dan Pengukuran Data.....	53
3.7 Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV	60
4.1 Deskripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	60
4.2 Analisis Deskriptif.....	63
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	67
4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	75
4.5 Uji Asumsi Klasik	79
4.6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	83
4.7 Pengujian Hipotesis.....	84
a. Uji Koefisien Determinasi	84
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	91
BAB V	94
5.1 KESIMPULAN	94
5.3 SARAN	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN	99
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perkembangan BUS, UUS dan BPRS di Indonesia.....	20
Tabel 2 Daftar Pra Riset Mahasiswa FEBI.....	22
Tabel 3 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 4 Jumlah Mahasiswa FEBI UIN Walisongo.....	50
Tabel 5 Skor Skala Likert	52
Tabel 6 Operasional Variabel dan Variabel Penelitian.....	53
Tabel 7 Skala Interval	58
Tabel 8 Berdasarkan Angkatan Responden	63
Tabel 9 Berdasarkan Program Studi	64
Tabel 10 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 11 Berdasarkan Rekening Yang Dimiliki	65
Tabel 12 Berdasarkan Transaksi Yang Dilakukan 6 Bulan Terakhir	66
Tabel 13 Berdasarkan Jenis Layanan.....	67
Tabel 14 Distribusi Jawaban Responden Variabel Skala PAKSERV (X1).....	68
Tabel 15 Distribusi Jawaban Responden Variabel Pemberian Reward/Hadiah (X2).....	71
Tabel 16 Distirbusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	73
Tabel 17 Distirbusi Jawaban Variabel Prinsip Amanah Bank (Z).....	74
Tabel 18 Hasil Uji Validitas Variabel X1	76
Tabel 19 Hasil Uji Validitas X2.....	77
Tabel 20 Hasil Uji Validitas Variabel Y	77
Tabel 21 Hasil Uji Validitas Variabel Z	78
Tabel 22 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 23 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 24 Hasil Uji Multikolinieritas	81
Tabel 25 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	84
Tabel 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	85
Tabel 27 Hasil Uji F (Anova)	86
Tabel 28 Hasil Uji iT	87
Tabel 29 Meregresikan variabel bebas Skala PAKSERV (X1) dan Pemberian Reward/Hadiah (X2) terhadap variabel terikat Kepuasan Menabung (Y).....	88

Tabel 30 Meregresikan variabel bebas Skala PAKSERV (X1) dan Pemberian Reward/Hadiah (X2) dan variabel yang di hipotesiskan sebagai variabel moderasi Prinsip Amanah (Z) terhadap variabel terikat Kepuasan Menabung (Y)	89
Tabel 31 Meregresikan variabel bebas Skala PAKSERV (X1) dan Pemberian Reward/Hadiah (X2) dan variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel mdeorasi Prinsip Amanah (Z), dan variabel interaksi terhadap variabel terikat Kepuasan Menabung (Y).....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram Pra Riset Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang.....	22
Gambar 2 Gambar Kerangka Pemikiran	47
Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Pra Riset
2. Data Jawaban Pra Riset
3. Kuesioner Penelitian
4. Data Jawaban Responden
5. Hasil Output – SPSS Uji Validitas
6. Hasil Output – SPSS Uji Reliabilitas
7. Hasil Output – SPSS Uji Normalitas One - Sample KS
8. Hasil Output – SPSS Uji Multikolinieritas
9. Hasil Output – SPSS Uji heteroskedastisitas
10. Hasil Output – SPSS Uji Regresi Linier Berganda
11. Hasil Output – SPSS Uji T
12. Hasil Output – SPSS Uji F (Anova)
13. Hasil Output – SPSS Uji Koefisien determinasi (R^2)
14. Hasil Output – SPSS Uji *Moderated Regeression Analysis* (MRA)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

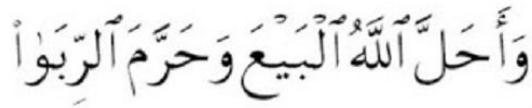
Persaingan bisnis antar perusahaan semakin sulit baik di sektor bisnis dalam negeri maupun di seluruh dunia. Perusahaan yang ingin membuat dan memperoleh keunggulan harus memiliki opsi untuk memberikan barang sebagai produk atau layanan berkualitas dengan biaya rendah, pengiriman cepat, dan menawarkan bantuan besar kepada konsumen mereka dibandingkan dengan pesaing mereka. Untuk memenuhi loyalitas konsumen dalam bisnis perbankan, kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan untuk diawasi secara tepat dalam memenuhi keinginan konsumen (Gustriani, 2012).¹ Di saat persaingan semakin ketat, pihak perbankan akan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga menyebabkan nasabah memiliki banyak pilihan dalam menggunakan jasa perbankan. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan akan menjadi sangat penting untuk mempertahankan posisi perusahaan di pasar serta menciptakan efektivitas dan efisiensi perusahaan. Kepuasan merupakan perbedaan antara harapan dan unjuk kerja. Apabila harapan tinggi sementara unjuk kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin konsumen akan merasa kecewa), sebaliknya apabila unjuk kerjanya melebihi dari yang diharapkan kepuasan meningkat, karena yang memiliki konsumen cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman konsumen. Pembeli merasa puas setelah pembeliannya tergantung pada kinerja penawaran sehubungan dengan harapan pembeli.²

Dalam perbankan konvensional, masyarakat menempatkan dana bank dengan imbalan bunga tetap sejak awal dan semua produk berbasis bunga (Ifham, 2015: 60). Sistem berbasis bunga pada bank konvensional tersebut ternyata belum sepenuhnya mampu memenuhi kebutuhan nasabah sebagai konsumen. Hal ini terlihat dari syarat-syarat masyarakat yang beragama Islam, karena dalam keyakinan Islam tidak memungkinkan

¹ Kasnaeny K, "Kajian Mengenai Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Kota Makassar" Jurnal Kajian Perbankan, 2017.

² Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru" Jurnal Kajian Ekonomi Islam Vol.2 No.1, 2017.

adanya kerangka riba. Mengumpulkan atau mendapatkan keuntungan karena riba kredit adalah haram, hal ini ditegaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 275:



Artinya : “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”
QS. Al Baqarah: 275

Adanya isu-isu tersebut mendorong perbaikan perenungan tentang keharusan bagi umat Islam untuk memiliki perbankan sendiri. Awal perkembangan perhatian para insan cerdas Islam dan para peneliti tentang penguatan finansial kelompok umat Islam berubah menjadi pembahasan tentang hukum penerimaan bank dan hukum zakat dan retribusi. Masih terdapat perbedaan penilaian di kalangan umat Islam terkait dengan gagasan pendapatan bank, mulai dari anggapan haram (dilarang), suhat (mencurigakan), hingga halal (lumayan) yang menyebabkan kemajuan bank syariah di Indonesia cukup moderat. Selain itu, sudut legitimasi juga kurang kuat, tepatnya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967 tentang aturan perbankan yang mengatur tentang perbankan syariah. Padahal sebelumnya Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang dijunjung tinggi oleh pertemuan para visioner bisnis syariah dan orang-orang cerdas telah mendirikan PT Bank Muamalat pada Mei 1992 dan pada 1991 terdapat tiga Bank Perkreditan Rakyat (BPRS) di Bandung dan PT BPRS Heraukat di Bandung. Nangroe Aceh Darusalam.

Pada tahun 1998, diberikan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1998 yang dikoreksi oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang menegaskan bahwa Bank Usaha dan Bank Perkreditan Rakyat dapat menyelesaikan kegiatan usaha tradisional sekaligus seperti halnya pelaksanaan yang bergantung pada standar syariah (kerangka keuangan ganda), Namun tidak masalah dalam hal apapun tergantung pada standar syariah tidak mengizinkan latihan bisnis biasa. Dalam pengaturan Bank Indonesia terdapat pos-pos bank dan kegiatan usaha yang bergantung pada standar syariah, sehingga dengan adanya Undang-Undang Nomor

10 Tahun 1998 telah dipersepsikan oleh bank-bank berbasis syariah untuk memberikan pembiayaan kepada nasabah dengan premis bagi hasil.³

Mulai tahun 1998, keuangan syariah terus menunjukkan realitasnya untuk terus maju dan berkembang di Indonesia. Keadaan darurat terkait uang yang terjadi sekitar saat itu telah mencekik bank-bank biasa dan banyak yang dijual karena kekecewaan kerangka premium. Kemudian, bank yang menerapkan kerangka syariah dapat terus eksis dan memiliki opsi untuk bertahan. Tidak hanya itu, perbankan syariah bahkan mengalami kemajuan dan kemajuan yang ditandai dengan maraknya bank syariah di berbagai daerah di Indonesia. Berikutnya adalah informasi peningkatan keuangan syariah yang meliputi Bank Usaha Syariah (Angkutan), Unit Khusus Syariah (UUS) dan Bank Syariah Pedesaan (BPRS).⁴

Tabel 1 Perkembangan BUS, UUS dan BPRS di Indonesia

Tahun	Bank Umum Syariah (BUS)	Unit Usaha Syariah (UUS)	Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)
2015	12	22	163
2016	13	21	166
2017	13	21	167
2018	14	20	167
2019	14	20	164
2020/Maret	14	20	163

Sumber : ojk.go.id/Statistika Perbankan Syariah Tahun 2015 – Maret 2020

³ Syaiful Ma'rif. 2016 *Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah bertransaksi di Bank Syariah (studi kasus di BSM cabang Boyolali)* Publikasi Ilmiah Surakarta : UMS Surakarta.

⁴ Nurul Inayah, Sri Sudiarti, *Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (studi kasus di PT.Puduarta Insani)* Jurnal At-Tawassuth Vol.2 No.1, 2017, Hal 191-214.

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan dari segi kuantitas. Pada tahun 2015 hanya terdapat 12 Bank Umum Syariah (BUS) saja, dan mengalami peningkatan menjadi 14 Bank Umum Syariah (BUS) per Maret 2020. Namun terjadi penurunan pada Unit Usaha Syariah (UUS), pada tahun 2015 terdapat 22 Unit Usaha Syariah (UUS), kemudian berkurang dan menjadi 20 Unit Usaha Syariah (UUS) per Maret 2020. Peningkatan terlihat pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), pada tahun 2015 terdapat 163 BPRS meningkat menjadi 167 BPRS pada tahun 2017 dan hanya mampu bertahan sampai 2018, kemudian terjadi penurunan pada tahun 2019 dengan jumlah 164 BPRS dan per Maret 2020 dengan jumlah 163 BPRS. Angka tersebut menunjukkan bahwa perbankan syariah mampu bertahan dan bersaing di Indonesia.

Kondisi ini menjadi ujian bagi setiap pendirian bank syariah di Indonesia. Bertambahnya jumlah perbankan syariah di Indonesia berdampak pada semakin ketatnya persaingan antar bank. Ketika perlawanan semakin ketat, bidang keuangan akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, dengan cara ini membuat nasabah memiliki banyak pilihan dalam memanfaatkan pelayanan perbankan. Loyalitas konsumen dengan pelayanan perusahaan akan sangat penting untuk menjaga situasi perusahaan tetap waspada dan membuat kelangsungan dan efektivitas perusahaan. Sifat bantuan dari perusahaan ini diusulkan sebagai pekerjaan untuk memenuhi asumsi pembeli, sementara asumsi pembeli umumnya tidak sama. Dalam jangka panjang, asumsi pembeli untuk kualitas pelayanan akan luar biasa dan akan terus berkembang. Membangun loyalitas konsumen adalah inti dari pencapaian keuntungan jangka panjang. Pemenuhan adalah kontras antara asumsi dan eksekusi.

Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain itu nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di bank, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk itu dari sisi bank syariah harus dapat membaca peluang ini serta dapat segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Peneliti melakukan pra riset dengan jumlah sampel sebanyak 60 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang terdiri dari Angkatan 2017, 2018 dan 2019. Hasilnya adalah sebagai berikut :

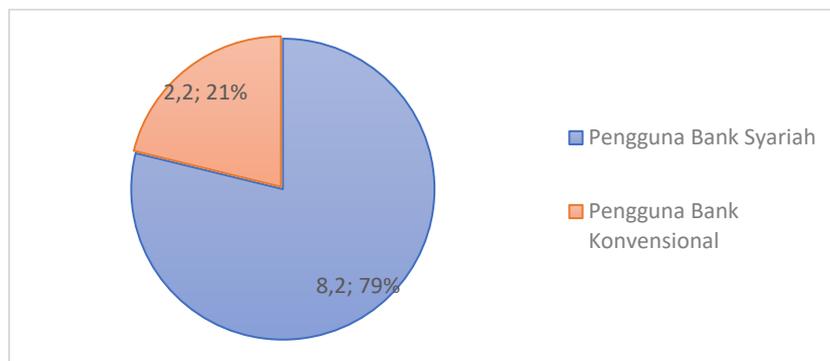
Tabel 2 Daftar Pra Riset Mahasiswa FEBI

No	Angkatan	Yang Sudah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah	Yang Belum Menggunakan Jasa Perbankan Syariah	Jumlah Sampel
1.	2017	18	3	21
2.	2018	17	3	20
3.	2019	13	6	19
Jumlah		48 Mahasiswa	12 Mahasiswa	60 Mahasiswa

Data Pra Riset 31 Maret 2021

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Angkatan 2017 dengan jumlah sampel 21 mahasiswa yang sudah menggunakan jasa perbankan syariah sebanyak 18 mahasiswa dan yang belum menggunakan sebanyak 3 mahasiswa. Dan pada Angkatan 2018 yang sudah menggunakan jasa perbankan Syariah sebanyak 17 mahasiswa dengan jumlah sampel 20 mahasiswa serta pada Angkatan 2019 dengan jumlah sampel 19 mahasiswa, yang sudah menggunakan jasa perbankan Syariah sebanyak 13 mahasiswa.

Gambar 1 Diagram Pra Riset Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang



Dari diagram diatas juga dapat diketahui bahwa pengguna jasa bank Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebesar 79%. Dengan adanya hal tersebut maka mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berpotensi untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan, sebagai salah satu lembaga kepercayaan masyarakat harus mampu memberikan pelayan yang berkualitas untuk memberi kepuasan bagi nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan dilakukan melalui perluasan jaringan maupun dalam bentuk kerjasama dengan lembaga lain.⁵ Faktor pendukung terhadap kepuasan mahasiswa dalam melakukan transaksi di bank Syariah yaitu dari segi fasilitas terutama fasilitas perbankan yang memadai. Kualitas pelayanan hanya bisa menjadi alat untuk mengawal persaingan jika diukur dengan menggunakan alat yang tepat. Kualitas pelayanan sebagian besar telah disurvei menggunakan skala SERVQUAL dalam pengaturan yang berbeda (Mersha et al., 2012). Meskipun demikian, para ilmuwan menunjukkan dengan tegas merekomendasikan untuk investigasi tambahan kesimpulan konsumen tentang kualitas bantuan dalam berbagai pengaturan sosial (Rudolf dan Horn, 2011). Raajpoot (2004) mengembangkan skala PAKSERV untuk mengukur kualitas pelayanan dalam konteks negara Pakistan. Temuan PAKSERV menegaskan dimensi SERVQUAL tentang sifat berwujud, keandalan, dan jaminan tetapi menggantikan daya tanggap dan empati dengan tiga dimensi baru yaitu: Ketulusan (evaluasi konsumen atas keaslian personel layanan); Formalitas (evaluasi konsumen terhadap jarak sosial, bentuk sapaan dan ritual); dan Personalisasi (evaluasi konsumen atas kustomisasi dan perhatian individual).

Oleh karena itu ipeneliti iakan imenggunakan iskala iPAKSERV Kualitas Layanan dalam penelitian ini. Implementasi PAKSERV model adalah penelitian yang dilakukan oleh Kashif et al. i(2014) yang membuktikan bahwa Tangibility, Reliability, Assurance, Sincerity, Personalization, dan Formality, semua berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kecuali satu dimensi yang tidak berpengaruh yaitu Reliability. Selain itu penelitian ini juga menemukan hasil yang signifikan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Kashif et al (2015) menyatakan bahwa generalisasi

⁵ Nina Indah Febriana, "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung" jurnal Ekonomi Syariah. Vol.03 No.1, 2016, hal. 148

pengukuran kualitas layanan yang dilakukan melalui Servqual kurang tepat karena kualitas layanan lebih merupakan fenomena budaya. Dengan demikian indikator kualitas layanan akan berbeda dalam budaya yang berbeda pula, mengukur kualitas layanan menggunakan indikator yang sama seperti yang disampaikan dalam budaya yang berbeda seperti Servqual akan memberikan aplikasi yang berbeda dalam konteks yang berbeda.⁶

Pemberian hadiah memiliki pekerjaan yang signifikan dan sangat berhasil dalam mengembangkan minat dalam menyelamatkan individu yang direncanakan dan menjaga loyalitas nasabah. Saat ini, pemberian hadiah tidak hanya digunakan untuk pemberian pribadi atau bonus bagi para pekerja, namun kini pemberian hadiah digunakan secara luas oleh perusahaan, terutama perbankan, sebagai bagian dari prosedur promosi untuk menarik konsumen. Hadiah sangat penting untuk strategi pemasaran yang biasa dilakukan oleh sebuah organisasi, khususnya perbankan, untuk menjaga hubungan antara bank dan kliennya. Selain sebagai metodologi promosi, pemberian hadiah juga direncanakan sebagai bentuk apresiasi bank kepada nasabah atas kepercayaannya dalam menjaga asetnya dan harapan bahwa pemberian hadiah dapat menjadi cara untuk menjaga dedikasi nasabah.⁷ Selain itu, ada aturan yang harus diterapkan, khususnya pedoman amanah pada bank syariah. Karena setiap pendirian moneter Islam memiliki cara berpikir mencari keridhaan Allah SWT untuk memperoleh kebaikan di muka bumi dan sekitarnya serta menghindari komponen riba dan melaksanakan kerangka pembagian dan pertukaran manfaat. Pedoman ini menjadi hal yang menggerakkan setiap pertukaran dalam yayasan moneter syaria'h, khususnya perbankan syaria'h. Tatanan ini merupakan etika keuangan yang diperoleh dari kualitas terhormat dalam hukum Islam. Dalam administrasi aset orang luar, penggunaan pedoman keandalan sangat penting karena mengidentifikasi kepercayaan klien dalam menyimpan asetnya di bank. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Uswatinnisa (2011), menegaskan bahwa aturan reliabilitas yang dimaksud dalam penatausahaan aset pihak luar pada Perbankan Syariah adalah aturan yang mengandung komponen kejelasan, kewajaran, tidak ada

⁶ Soegeng Wahyoedi dan Heri Winoto "Pengaruh Religitas, Kualitas Layanan dan Trust Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Kota" jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen. Vol.17 No.2, Juli 2017, hal. 5

⁷ Ramandhita Putri Kurniawati, Skripsi: "Analisis Hadiah Dalam Meningkatkan Menabung Produk Sirela di KSPPS Binama Semarang" (Semarang: UIN Walisongo, 2019) hal. 46

tekanan, adanya kesesuaian antara perjanjian dan eksekusi dalam administrasi aset pihak luar.⁸

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abu Amar Fauzi (2016) menyatakan bahwa semua dimensi Carter (*compliance, assurance, reability, tangible, empathy, dan responsiveness*) dengan tesis yang berjudul “*Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Dengan Model Carter Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah Indonesia*” terbukti secara signifikan menjadi faktor pembentuk dan mampu mengukur kualitas layanan di perbankan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma Wijayanto (2020) dengan Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol.17, No.1, Juni Tahun 2015, dengan judul penelitian “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank*” menyatakan bahwa variabel *assuance* (jaminan), *reability* (keandalan), dan *empathy* (perhatian) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini ingin mengkaji lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah dan juga mengukur tingkat kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Pada penelitian ini mencoba meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat diidentifikasi melalui penghitungan PAKSERV yang menggunakan enam dimensi kualitas pelayanan yaitu: *Tangible, Assurance, Reliability, Sincerity, Personalisasi, dan Formality*. Sehingga dari penelitian ini dapat ditentukan bagian mana dari pelayanan bank syariah yang perlu dikembangkan atau ditingkatkan guna memberikan kepuasan kepada nasabah. Pada penelitian ini, peneliti menetapkan fokus peneliti terhadap kepuasan menabung di bank syariah yaitu pada karakteristik faktor pakserv kualitas layanan dan pemberian reward serta prinsip amanah bank sebagai variabel moderasi. Dalam hal ini peneliti memilih Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang menjadi responden penelitian sehingga lokasi penelitian ini dilakukan di kampus UIN Walisongo Semarang dengan judul “**Pengaruh Pengukuran Skala *Pakistan Service Quality (PAKSERV)* dan Pemberian *Reward/Hadiah* Terhadap Kepuasan**

⁸ Uswatinnisa, Skripsi: “*Implementasi Prinsip Amanah Dalam Pengelolaan Dana Pihak Ketiga Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT.Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Pekanbaru)*” (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim, 2011) hal. 78

Mahasiswa Dalam Menabung di Bank Syariah Dengan Prinsip Amanah Bank Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)”

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah skala pengukuran PAKSERV mempengaruhi kepuasan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menabung di Bank Syariah secara signifikan ?
2. Apakah pemberian reward mempengaruhi kepuasan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menabung di Bank Syariah secara signifikan?
3. Apakah prinsip Amanah dapat memoderasi skala pengukuran PAKSERV terhadap kepuasan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menabung di Bank Syariah ?
4. Apakah prinsip Amanah dapat memoderasi pemberian *reward*/hadiah terhadap kepuasan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menabung di Bank Syariah ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.1.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh PAKSERV kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menabung di Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh pemberian *reward*/hadiah terhadap kepuasan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menabung di Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh moderasi prinsip Amanah yang memoderasi skala pengukuran PAKSERV terhadap kepuasan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menabung di Bank Syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh moderasi prinsip Amanah yang memoderasi pemberian *reward*/hadiah terhadap kepuasan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menabung di Bank Syariah.

1.1.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di peroleh dari hasil penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis atau Akademi

Dalam penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan sumbangan berupa wacana tentang pengertian dan perkembangan terhadap factor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam memilih menabung di bank syariah.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis, yaitu manfaat yang dapat di pakai atau diterapkan secara langsung, jadi manfaat praktis dari hasil penelitian ini adalah salah satunya untuk lingkungan UIN Walisongo Semarang, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini bisa dijadikan bahan untuk penelitian selanjutnya khususnya di bidang Perbankan Syariah.

3. Manfaat bagi penulis

Diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi penulis dalam bidang Perbankan Syariah, khususnya teori mengenai factor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam menabung di bank syariah.

1.4 Sistematika Penulisan Skripsi

Penjelasan pada bab dan subbab dijabarkan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan:

Pada bagian ini, pendahuluan menyajikan kontrol pembaca untuk mengetahui latar belakang masalah dalam penelitian tersebut. Selanjutnya bagian awal dalam penelitian ini berisi tentang: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II Tinjauan Pustaka:

Pada bagian II, ini menggambarkan penelitian terdahulu dan premis hipotetis. Pembentukan hipotetis merupakan pedoman bagi para ilmuwan dalam menyelesaikan pemeriksaan untuk mengatasi masalah. Sedangkan teori

merupakan respon sementara atas suatu masalah atau sub bagian dari masalah yang dikemukakan oleh ilmuwan, yang digambarkan dari survei tertulis dan masih harus dicoba kebenarannya. .

Bab III Metode Penelitian

Berisi strategi penelitian. Bagian ini memberikan gambaran yang lebih rinci tentang strategi eksplorasi yang terdapat dalam bab pendahuluan. Sub bagian tentang strategi penelitian adalah sebagai berikut: jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, teknik analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Memaparkan hasil Pengaruh Kualitas Pelayanan PAKSERV dan Hadiah terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menabung Di Bank Syariah Dengan Prinsip Amanah Bank Sebagai Variabel Moderasi. (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)

Bab V Penutup

Penutupan yang diisi dengan hasil akhir atau penyelesaian pemeriksaan yang telah dilakukan, sama halnya dengan memberikan sedikit gambaran bagi kemajuan perbankan di Indonesia, khususnya dalam menarik nasabah untuk menabung di Bank Syariah. Daftar pustaka pun dilampirkan sebagai bentuk tanggung jawab akademis yang menjadi rujukan dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Persepsi Kepuasan Nasabah

2.1.1 Teori Kepuasan

Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Dari beragam definisi kepuasan konsumen yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan pelanggan.⁹

2.1.2 Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai persentase yang dialami oleh pelanggan melebihi tingkat kepuasan terhadap produk / layanan yang di harapkan atau Ketika harapan pelanggan untuk produk/ layanan memenuhi atau melampaui yang diantisipasi (Anton,1996). Sektor jasa, terutama sektor perbankan, saat ini terus - menerus bertujuan untuk melampaui harapan pelanggan, melalui pengembangan produk/layanan baru dengan mengadopsi teknologi terbaru. Dari layanan online hingga e-money dan pengiriman uang internasional, untuk memperlakukan pelanggan sebagai pusat strategi pemasaran.

Kepuasan pelanggan merupakan bagian integral dari suatu perusahaan karena secara langsung berkaitan dengan profitabilitas, baik reputasi dan pangsa pasar melalui pembelian berulang (Cronin dan Taylor, 1992) dan loyalitas, serta bersama menyebarkan informasi kepada orang lain. Dengan meningkatnya persaingan, setiap lembaga keuangan ingin mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan retensi untuk prospek bisnis yang menguntungkan. Pelanggan

⁹ Kasnaeny K, "Kajian Mengenai Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Kota Makassar" Jurnal Kajian Perbankan, 2017.

yang puas biasanya menjanjikan hubungan jangka panjang (Bontis et al., 2007), loyalitas dan mengurangi waktu transaksi (Amin et al., 2011).¹⁰

Kepuasan nasabah akan mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan. Kepuasan nasabah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan, memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena di tengah ketatnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan. Irawan (2004:3) berpendapat bahwa : "Kepuasan nasabah adalah hasil akumulasi dari konsumen atau nasabah dalam menggunakan produk atau jasa.". Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, kepuasan nasabah mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Karena itu, siapa pun yang terlibat dalam urusan keputusan nasabah, ia telah melibatkan diri dalam urusan jangka panjang. Upaya memuaskan nasabah adalah pengalaman panjang yang tidak mengenal batas akhir.

2.1.3 Pengertian Menabung

Menabung berarti menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk disimpan dalam jangka waktu tertentu. Menabung merupakan kegiatan yang tidak boleh kita lupakan, kegiatan ini penting. Menabung harus dibiasakan sejak dini. Dengan menabung kita bisa menjadi pribadi yang lebih hemat dan tentu juga kita dapat belajar mengatur keuangan (Syatriadi, 2013). Tujuan Menabung Membiasakan diri hidup hemat. Hidup hemat berarti tidak boros. Selain itu, mengajarkan menabung sejak usia dini

¹⁰ Sunarsih dan Mugi Harsono, "Model-model Pendekatan Kualitas Layanan Untuk Memprediksi Kepuasan Pelanggan Bank Syariah" Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora, Vol.01 No.05 Desember 2019, hal. 60

memiliki manfaat yaitu anak terbiasa belajar mengelola uang pribadi, memiliki perencanaan keuangan, menghargai uang, belajar disiplin, dan membuat kebanggaan (Olvista, 2013).¹¹ Pengertian menabung menurut Bank Indonesia adalah kegiatan menyisihkan uang untuk dikumpulkan guna mencapai target dana tertentu agar kelak dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.¹²

2.1.4 Menabung Dalam Perspektif Islam

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik (Antonio, 2001).

Firman Allah Swt dalam Surat An-Nisaa' (4:9) :

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ
فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang. Orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.” (QS. An-Nisa: 9)

¹¹ Jamalul Lail dan Ari Maulana, “Program Sentono Menabung” Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan, Vol.4, No.1, Januari 2015, h.54

¹² Departemen Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM Bank Indonesia, “Tabunganku” (<file:///C:/Users/WELCOME/AppData/Local/Temp/TabunganKu%20Pelajar%20SMP%20dan%20SMA.pdf>) di akses pada 15 November 2020, 14.07 WIB)

Firman Allah dalam Surat Al-Baqarah (2:266):

أَيُّودٌ أَحَدُكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِّن نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِن
تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِن كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَةٌ
ضُعْفَاءُ فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ
لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

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

Kedua ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/taqwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaan adalah dengan menabung.¹³

2.2 Persepsi PAKSERV Kualitas Layanan

2.2.1 Pengertian Pelayanan

Menurut Sinambela, (2014:4) pelayanan adalah kegiatan untuk memenuhi kebutuhan seseorang atau menyediakan keperluan orang.

Pelayanan juga merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. Pelayanan sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan yang melayani.¹⁴

¹³ Sisca Damayanti, “Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri cabang X” Manajemen dan Pemasaran Jasa, Vol.9, No.1, 2016, h.20

¹⁴ Amalia Susepti dan Djamhur Hamid, Andriani Kusumawati, “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas tamu hotel (study tentang persepsi tamu hotel mahkota plengkung kabupaten Banyuwangi)” jurnal Administrasi Bisnis. Vol.50 No.5, 2017, hal. 29

Gagliano dan Dwi Haryono Wiratno (1998) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan cara pandang pembeli terhadap hubungan antara asumsi pelanggan dengan kebenaran yang didapat dari pelayanan. Sedangkan kepuasan adalah pandangan konsumen tentang pengalaman bantuan yang didapat (Cronin dan Taylor, 1992). Pembeli akan terpenuhi jika eksekusi yang nyata sesuai dengan asumsi mereka, maka sekali lagi, pelanggan akan kecewa jika eksekusi yang nyata berada di bawah asumsi mereka. Selain itu pelanggan akan sangat terpuaskan jika kinerja yang dirasa melebihi asumsi mereka. Dalam hal ini, untuk mendapatkan konsumen yang memiliki kesetiaan pada suatu perusahaan, loyalitas konsumen menjadi sesuatu yang penting untuk diawasi dengan lebih serius. Perusahaan harus mulai merenungkan pentingnya program bantuan konsumen yang lebih berkembang melalui bantuan berkualitas. Informasi apa yang harus tersedia agar loyalitas konsumen dapat dilampaui, karena loyalitas konsumen tidak hanya didapat dari sifat barang yang mereka konsumsi, tetapi juga dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada perusahaan tersebut. Konsumen membutuhkan pelayanan tertentu, namun juga tingkat dan sifat pelayanan yang benar. Perusahaan perlu fokus atau bahkan fokus pada arah untuk melayani konsumen yang dapat memenuhi konsumen.

Parasuraman et al 'mencirikan kualitas pelayanan sebagai pemeriksaan antara pelayanan yang diharapkan pembeli dan pelayanan yang mereka dapatkan (Parasuraman et. Al., 1988). Ada dua faktor fundamental yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu bantuan biasa dan bantuan semu. Pada saat itu, kualitas pelayanan yang baik dan buruk tidak bergantung pada pandangan koperasi spesialis tetapi tergantung pada kesan pelanggan terhadap siklus secara keseluruhan. Kesan kualitas pelayanan adalah keyakinan pembeli tentang pelayanan yang didapat atau manfaat yang dialami (Parasuraman et al., 1988). Kualitas pelayanan dapat dilihat dari komponen dependability (kapasitas memberikan jaminan), (responsivitas dalam menawarkan jenis bantuan), affirmation (kapasitas untuk menawarkan dukungan memastikan), simpati (kemampuan FI untuk memahami keinginan klien), dan efek (penampilan aktual). administrasi) (Parasurano et. Al., 1988). Kelima ukuran tersebut dinamakan SERVQUAL (Administration

Quality) yang merupakan kualitas bantuan aparat konflik (Parasuraman et. Al, 1988).¹⁵

2.1.3 Skala PAKSERV Kualitas Layanan

Kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Al-Hawari dan Ward, 2006), yang akhirnya akan berpengaruh pada kinerja keuangan bank (Ombati et al., 2010). Menurut Ombati et al. (2010) penyiapan layanan dengan kualitas tinggi dan lebih baik adalah komponen dasar untuk pertumbuhan bank dan peningkatan kepuasan konsumen. ¹⁶ Kualitas pelayanan hanya bisa menjadi alat untuk mengawal persaingan jika diukur dengan menggunakan alat yang tepat. Organisasi layanan mengukur kualitas layanan melalui alat tradisional seperti SERVQUAL yang kurang dapat diterapkan di berbagai konteks (Malhotra et al., 2005). Akibatnya, hal ini tidak memberikan banyak manfaat bagi pembuat strategi pemasaran (Laroche et al., 2004). Pengukuran kualitas layanan dan strategi pemasaran yang dihasilkan merupakan fenomena budaya. Pemasar disarankan untuk memindai konteks sosio-budaya pelanggan tertentu sebelum menawarkan berbagai produk layanan (Malhotra et al., 2005). Kualitas layanan sebagian besar telah dinilai dengan menggunakan skala SERVQUAL dalam berbagai konteks (Mersha et al., 2012). Namun, peneliti pemasaran sangat menyarankan untuk mempelajari lebih lanjut pendapat pelanggan tentang kualitas layanan dalam konteks budaya yang berbeda (Rudolf dan Horn, 2011). Skala SERVQUAL telah digunakan secara luas untuk menyelidiki kualitas layanan dalam berbagai konteks budaya. Kekuatan utama skala SERVQUAL adalah kemampuannya untuk dengan cepat beradaptasi dengan konteks budaya tertentu (Cronin dan Taylor, 1992). Selama sepuluh tahun terakhir, peneliti pemasaran jasa telah mempertanyakan penerapannya agar sesuai dengan konteks negara yang berbeda (Tsoukatos dan Rand, 2007; Furrer et al., 2000; Kueh dan Voon, 2007). Selain kritik atas penerapannya, SERVQUAL juga dipertanyakan dari segi kelengkapannya mewakili budaya

¹⁵ Agung Utama, "Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten" Opsi, Vol.1, No.2, Desember 2003, hal.2-3

¹⁶ Sunarsih dan Mugi Harsono, "Model-model Pendekatan Kualitas Layanan Untuk Memprediksi Kepuasan Pelanggan Bank Syariah" Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora, Vol.01 No.05 Desember 2019, hal. 61

lokal secara memadai (Raajpoot, 2004; Witkowski dan Wolfenbarger, 2001, hal 153). Meskipun kualitas layanan juga telah diukur dengan menggunakan skala SERVQUAL yang dimodifikasi, namun peneliti menyarankan untuk menambahkan beberapa dimensi baru yang dapat meningkatkan kelengkapan pengukuran kualitas layanan (Choudhury, 2013). Mengingat perbedaan budaya yang berkaitan dengan persepsi kualitas layanan antara orang-orang dari masyarakat Asia dan Barat, Raajpoot (2004) mengembangkan skala PAKSERV untuk mengukur kualitas layanan dalam konteks negara Pakistan.

Temuan PAKSERV menegaskan dimensi SERVQUAL tentang sifat berwujud, keandalan, dan jaminan tetapi menggantikan daya tanggap dan empati dengan tiga dimensi baru yaitu: Ketulusan (evaluasi konsumen atas keaslian personel layanan); Formalitas (evaluasi konsumen terhadap jarak sosial, bentuk sapaan dan ritual); dan Personalisasi (evaluasi konsumen atas kustomisasi dan perhatian individual). Terlepas dari kegunaannya, para peneliti mengkritik SERVQUAL sebagai kurang berguna dalam konteks negara berkembang (Malhotra et al., 2005). Peneliti pemasaran jasa sangat merekomendasikan gagasan untuk menetapkan skala peka budaya yang dapat menguntungkan konteks lokal untuk merumuskan strategi pemasaran yang disesuaikan (Winsted, 1997; Raajpoot, 2004; Malhotra et al., 2005). Model lain yang ada seperti model diskonfirmasi ekspektasi oleh Oliver (1977); model Nordik oleh Gronroos (1984); Model SERVPERF oleh Cronin dan Taylor (1992); model tiga komponen oleh Rust dan Oliver (1994); model terintegrasi oleh Brady dan Cronin (2001); dan model SERVQUAL itu sendiri oleh Parasuraman et al. (1988, 1994), semuanya dikembangkan dalam konteks Barat. Menanggapi kritik tersebut, Raajpoot (2004) membentuk skala peka budaya yang diberi nama PAKSERV. Ada tiga dimensi baru yang dimunculkan melalui penyajian skala PAKSERV dalam setting Asia. Misalnya, pelanggan dalam budaya konteks tinggi mengakui jarak sosial dan menghargai elemen hierarki saat berinteraksi satu sama lain (Hofstede, 2001). Hal ini menyebabkan pengembangan dimensi formalitas yang menekankan pada karyawan yang mengenakan kode pakaian formal, menunjukkan etiket terkait pekerjaan, dan pemeliharaan pakaian formal selama pertemuan layanan (Witkowski dan Wolfenbarger, 2001).

Selain budaya Asia yang terbuka untuk mempertahankan status quo dan tingkat penghindaran risiko yang tinggi, peneliti selanjutnya menambahkan dua dimensi; Personalisasi dan Ketulusan saat menetapkan skala PAKSERV (Raajpoot, 2004). Peneliti selanjutnya menyarankan beberapa ulangan untuk memvalidasi temuan model PAKSERV. Namun, skala tersebut hanya direplikasi sekali untuk menyajikan kualitas layanan sektor perbankan Afrika (Saunders, 2008). Keenam dimensi PAKSERV telah divalidasi dan ditemukan bahwa dimensi ini berkontribusi pada pengukuran kualitas layanan dalam konteks Afrika. Selain temuan PAKSERV, pengetahuan yang tulus dan personal tentang pelanggan telah dianggap sebagai elemen kunci untuk membangun dan menumbuhkan hubungan layanan yang tahan lama (Gro'nroos, 2000).¹⁷

2.2 Persepsi Pemberian Reward/Hadiah

2.2.1 Pengertian Pemberian Reward/Hadiah

Reward berasal dari Bahasa Inggris yang artinya hadiah, ganjaran, penghargaan atau imbalan. Reward sebagai alat Pendidikan diberikan ketika siswa melakukan sesuatu yang baik. Menurut Djamarah (2008: 182), reward (hadiah) adalah memberikan sesuatu kepada orang lain sebagai penghargaan atau kenang-kenangan/cenderamata. Hadiah yang diberikan kepada orang lain berupa apa saja, tergantung dari keinginan pemberi.¹⁸

2.2.2 Pemberian *Reward*/Hadiah dalam Perspektif Islam

Menurut An-Nabawi hibah, hadiah, sedekah adalah bentuk-bentuk kebaikan yang maknanya saling berdekatan. Semuanya sama dalam hal pengalihan milik (kepada orang lain) tanpa kompensasi. Secara sederhana penghargaan/hadiah dapat diartikan sebagai pemberian dari seseorang kepada orang lain tanpa adanya penggantian dengan maksud memuliakan.¹⁹

¹⁷ Muahmmad Kashif Sharifah Suzana Wan Shukran Mohsin Abdul Rehman Syamsulang Sarifuddin, "Customer Satisfaction and Loyalty in Malaysian Islamic Banks: A PAKSERV Investigation" Jurnal Internasional Pemasaran Bank, Vol.33 Iss 1. 2014

¹⁸ Nur Endah Wilujeng, "Pengaruh Pemberian Reward" (<http://repository.ump.ac.id/52/3/BAB%20II.pdf/>, di akses pada 6 November 2020, 22:20 WIB)

¹⁹ Sulaiman Rasyid, *Fiqih Islam (Hukum Fiqih Lengkap)*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2007, Cetakan Keempat, h.326.

Adapun yang menjadi landasan dalam pemberian hadiah yaitu terdapat dalam firman Allah dalam surah Al-Mudatsir ayat 6 yang berbunyi:

وَلَا تَمُنُّنَّ تَسْتَكْبِرُ^ط

Artinya: Dan janganlah kamu memberi (dengan maksud) memperoleh (balasan) yang lebih banyak. (Q. S Al-Mudatsir: 6)

Adapun keutamaan dalam pemberian hadiah dapat dilihat dari efek positif dalam jiwa penerimanya. Seperti hilangnya rasa dendam dan permusuhan serta timbulnya kasih sayang antar sesama.

2.3 Persepsi Prinsip Amanah Bank

2.3.1 Pengertian Amanah

Amanah menurut bahasa adalah janji atau titipan dan sesuatu yang dipercayakan kepada seseorang.²⁰ Sedangkan menurut istilah adalah suatu sifat dan sikap pribadi yang setia, tulus hati dan jujur didalam melaksanakan sesuatu yang dipercayakan kepadanya, berupa harta benda, rahasia maupun tugas kewajiban.²¹ Amanah secara etimologis (pendekatan kebahasaan/lughawi) dari bahasa Arab dalam bentuk mashdar dari (amina-amanatan) yang berarti jujur atau dapat dipercaya. Sedangkan dalam bahasa Indonesia amanah berarti pesan, perintah, keterangan atau wejangan. Amanah menurut pengertian terminologi (istilah) terdapat beberapa pendapat, diantaranya menurut Ahmad Musthafa Al-Maraghi, Amanah adalah sesuatu yang harus dipelihara dan dijaga agar sampai kepada yang berhak memilikinya.²² Dari beberapa pengertian di atas, dapat diambil suatu pengertian bahwa amanah adalah menyampaikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga maupun jasa.

²⁰ Sudarsono, *Kamus Agama Islam*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003, Cet. Ke-1, h. 33

²¹ *Ibid.*

²² Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi*, Jilid 2 (Daral-Fikr, tt.), h.70.

2.3.2 Prinsip Amanah Bank

Ada unsur moral yang harus diterapkan dalam pelaksanaan setiap transaksi dalam perbankan Syariah khususnya. Prinsip itu adalah prinsip amanah. Prinsip inilah yang paling menjiwai setiap transaksi dalam lembaga keuangan syari'ah terutama perbankan syar'iah. Dalam pengelolaan dana pihak ketiga ini penerapan prinsip Amanah sangatlah diperlukan karena ini berkaitan dengan kepercayaan nasabah dalam menyimpan dana mereka pada bank tersebut. Pada bank yang berbasis syari'ah, maka dalam pengelolaan dana pihak ketiga ini harus disesuaikan dengan lima segi religious yaitu:

1. Tidak ada transaksi keuangan berbasis bunga (riba)
2. Pengenalan pajak religious atau pemberian sedekah, zakat
3. Pelarangan produksi barang dan jasa yang bertentangan dengan system nilai Islam (haram)
4. Penghindaran aktivitas ekonomi yang melibatkan maysir (judi) dan gharar (ketidakpastian)
5. Penyediaan takaful (asuransi Islam)²³

Syariah memiliki sudut pandang sendiri dalam pengelolaan entitas termasuk dana-dana yang dipercayakan masyarakat kepada pihak perbankan atau dikenal sebagai Dana Pihak Ketiga (DPK) yang menjadi penopang asset suatu entitas perbankan. Asset merupakan salah satu alat banding yang menentukan posisi suatu entitas. Menurut Muhammad besar kecilnya suatu organisasi sangat ditentukan oleh nilai assetnya. Dari sini kita bisa melihat bahwa asset memiliki peranan yang sangat penting dalam kelangsungan suatu entitas (going concern). Dalam pengelolaann dana pihak ketiga yang pada akhirnya akan di pertanggungjawabkan kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap entitas tersebut, secara konvensional pertanggungjawabannya hanya kepada manusia dan manusia. Islam atau dalam konteks syariah memiliki sudut pandang sendiri berkaitan dengan pertanggungjawaban (akuntabilitas), karena dalam Islam semua yang dititipkan kepada manusia adalah amanah.

²³ Uswatinnisa, Skripsi : *IMPLEMENTASI PRINSIP AMANAH DALAM PENGELOLAAN DANA PIHAK KETIGA DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*(Studi Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.Cabang Pekanbaru). (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2011) h.7

Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS al-Anfal/8: 27.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”

Konsep amanah yang sampai hari ini diterapkan berawal dari teori keagenan (agency theory). Dimana dalam pengelolaan suatu entitas para pemegang (principal) saham menitipkan kepada pihak manajemen (agent) untuk mengelolanya. Kedua pihak ini memiliki peranan yang kuat dalam menentukan kebijakan. Namun, menurut Kholmi agency theory yang menjadi rerangka pikir akuntabilitas seperti saat ini, sarat dengan nilai egois, matrealitas, bersifat kuantitatif, dan dibelenggu oleh sistem kapitalis. Dana yang dipercayakan masyarakat yang begitu besar dalam hal ini DPK sangat dekat dengan tindakan kecurangan dan memungkinkan untuk melakukan penyelewengan dengan berbagai macam cara. Maka dari itu dibutuhkan sebuah konsep amanah yang mampu untuk meminimalisir tindakan-tindakan yang tidak sesuai norma dan tata aturan yang maslahat. Konsep yang dimaksud disini adalah konsep yang mampu untuk menjadi standar dalam pengelolaan harta (asset) dengan kesesuaian konsep syariah yang sebenarnya.²⁴

Realitas yang sampai hari ini memperlihatkan bahwa entitas syariah yang ada di nusantara ini dalam pandangan masyarakat masih sekedar topeng belaka. Maka, dari itu perlu sebuah strategi baru untuk penegakan eksistensi sistem syariah yang sesuai dengan maqasid asy-syariah. Dimana dalam maqasidasy-syariah memiliki beberapa konsep yang menjadi fondasi utama dalam memelihara amanah yang dititipkan oleh Allah SWT. Dalam

²⁴ Saddam Husain dan Wahyuddin Abdullah, “METAFORA AMANAH PENGELOLAAN DANA PIHAK KETIGA (DPK) SEBAGAI PENOPANG ASSET PERBANKAN SYARIAHDITINJAU DARI ASPEK TRILOGI AKUNTABILITAS (STUDI KASUS PADA PT. BANK BNI SYARIAH CABANG MAKASSAR) Iqtisaduna, Vol. 1 No.2 Desember 2015, hal.2-4

implementasi amanah tersebut juga membutuhkan strategi yang lebih humanis dalam sebuah metafora, metafora amanah yang dikembangkan merupakan kiasan. Metafora amanah digunakan untuk mendesain dan mengoperasikan organisasi, lanjut menurut Triyuwono bahwa metafora amanah ini lebih bernuansa humanis dan transendental. Namun disini amanah yang dimaksudkan akan lebih terarah pada konsep penjagaan harta (asset) atau al-mal yang harus sesuai dengan prinsip-prinsip atau pada hakikat syariah. Pada dasarnya Islam memiliki pandangan sendiri mengenai konsep kepemilikan asset. Sebagai realisasi universalitas Islam, masalah kepemilikan diatur secara luas dalam fiqh Mu'amalah Al-Mal (harta benda) dan Al-Milk. Secara lebih luas, jauh sebelumnya dalam konsep Islam telah mengenal dan memahami dengan jelas bahwa asset yang selama ini dipahami secara konvensional adalah kepemilikan manusia merupakan kepemilikan dzat yang maha satu yaitu Allah SWT.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS Yunus/10: 55.

أَلَا إِنَّ لِلَّهِ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ ۗ إِنَّا نَعْدُوهُ حَقًّا وَلَكِنَّ أَكْثَرَهُمْ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٥٥﴾

Artinya : “Ingatlah, Sesungguhnya kepunyaan Allah apa yang ada di langit dan di bumi. Ingatlah, Sesungguhnya janji Allah itu benar, tetapi kebanyakan mereka tidak mengetahui (Nya).”

Ayat di atas jelas memberikan pemahaman bahwa segala apa yang ada dalam bumi ini merupakan kepemilikan Allah SWT. Jadi pemahaman yang sewajarnya muncul adalah dalam pengelolaan asset itu harus sesuai dengan konsep yang ditentukan oleh sang pemiliknya atau yang sesuai dengan pertanggungjawaban yang sewajarnya yaitu terhadap Allah, Manusia, dan Alam (trilogi akuntabilitas).

2.3.3 Konsep Amanah Dalam Islam

Amanah dalam pandangan Islam memiliki makna dan substansi yang luas, dimana seluruh kepentingan dan substansi direduksi menjadi satu kepentingan, yaitu setiap orang merasa bahwa Allah Yang Maha Kuasa

senantiasa bersamanya dalam setiap usaha yang diembannya, dan setiap orang. memahami dengan kepastian penuh bahwa suatu saat dia akan dianggap bertanggung jawab atas masalah ini seperti yang digambarkan dalam ungkapan Nabi Muhammad: 25 Setiap dari Anda adalah seorang pionir, dan Anda masing-masing akan mendapatkan informasi tentang otoritasnya, sebuah Imam adalah seorang pelopor dan akan mendapatkan informasi tentang inisiatifnya, seorang laki-laki adalah inovator dalam keluarganya, dan dia akan mendapatkan informasi tentang pemerintahannya, seorang wanita adalah pelopor di rumah separuh yang lebih baik dan akan mendapatkan beberapa informasi. tentang inisiatifnya, dan seorang pembersih rumah adalah pelopor dalam menjaga properti tuannya dan dia juga akan mendapatkan beberapa informasi tentang otoritasnya. (HR. Imam Bukhori). Hadis menunjukkan bahwa Allah selalu bersama kita apa pun yang terjadi. Dengan demikian apapun yang berubah menjadi kegiatan kita akan berada di bawah pengelolaan Allah SWT. Tidak sedikit orang yang menunjukkan bahwa perintah sekarang adalah menjaga sesuatu yang diberkahi, tetapi lebih pada substansi perintah adalah percaya bahwa apa yang bergantung juga penting untuk karakter kita.

Berkenaan dengan urutan, Al-Qur'an menyampaikan beberapa bait yang tersebar di beberapa bagian dengan jenis kata, gaya bahasa, dan pengaturan yang berbeda. Kata amanah dalam Al-Qur'an dirujuk sebanyak 6 kali.²⁶ Hal ini menunjukkan bahwa ketertiban sangat ditekankan untuk dijaga dan dilakukan. Amanah tidak digunakan sebagai barang yang hanya sekedar tanda melainkan eksekusi praktis. Dengan menguraikan urutan substansi Al-Qur'an dan Hadits, eksekusi yang sesungguhnya dapat terlaksana secara selaras. Tingkah laku yang ditujukan pada derajat kesadaran surgawi pada dasarnya adalah penampakan adanya kepercayaan dalam diri seseorang. Dengan cara ini tatanan tersebut akan menjadi acuan dalam bertingkah laku.

2.5 Penelitian Terdahulu

Dalam sub bab ini akan dijelaskan tentang penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menabung yang dilakukan pada penelitian sebelumnya.

Tabel 3 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Abu Amar Fauzi (2016)	Tesis berjudul “Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Dengan Model Carter Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah Indonesia”	Untuk menganalisis dimensi atau faktor-faktor kualitas layanan dengan model CARTER yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001) dan pengaruhnya terhadap kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah perbankan syariah di Indonesia khususnya Bank Muamalat Indonesia (BMI) Cabang Surabaya.	Dengan hasil dimensi CARTER yang terdiri dari compliance, assurance, reability, tangible, empathy, dan responsiveness terbukti secara signifikan menjadi faktor pembentuk dan mampu mengukur kualitas layanan di perbankan.
2.	Sunarsih dan Mugi Harsono (2019)	Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora dengan judul “Model-model Pendekatan Kualitas Layanan Untuk Memprediksi Kepuasan Pelanggan Bank Syariah”	Untuk menggali model-model dimensi kualitas layanan yang telah diterapkan di dalam beberapa penelitian terdahulu. Penelitian ini merupakan Library Research dengan sampel penelitian terdahulu yang terkait dengan kualitas layanan pelanggan dengan kepuasan pelanggan.	dengan hasil berdasarkan library research yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa untuk mengukur kualitas layanan ada tiga model yang dibisa digunakan yaitu SERVQUAL Model, CARTER Model, dan PAKSERV Model yang semuanya menunjukkan memiliki keterkaitan dengan kualitas layanan. Dari penelitian - penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dibuktikan secara statistic semua dimensi dari ketiga

3. Kusuma Jurnal Ekonomi
Wijayanto Manajemen Sumber
(2015) Daya dengan judul
 “Pengaruh Kualitas
 Pelayanan Terhadap
Kepuasan Nasabah dan
 Loyalitas Nasabah
 Bank”
- Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepausan pelanggan yang terdiri dari dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas pelanggan.
- model tersebut sudah teruji validitas dan reliabilitasnya.
- . (a) Bahwa variabel bukti fisik dan ketanggapan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan untuk variabel jaminan, keandalan, dan perhatian masing - masing tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. (b) Variabel bukti fisik, jaminan, ketanggapan, keandalan, perhatian dan kepuasan masing - masing berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Variabel dami yang menjelaskan adanya dua kelompok responden tidak berpengaruh signifikan serta menjadikan ketanggapan dan kepuasan menjadi tidak berpengaruh terhadap loyalitas. (c) Hasil uji F

			<p>menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, perhatian dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah sehingga model yang digunakan sudah tepat atau fit. (d) Bagi pihak Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta, variabel bukti fisik dan ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan serta variabel bukti fisik, jaminan, ketanggapan, keandalan, perhatian dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas.</p>
<p>4. Wirdayani Wahab (2017)</p>	<p>Jurnal Kajian Ekonomi Islam dengan judul “judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru”</p>	<p>Untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank Syariah.</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari kelima faktor kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru yang paling kecil pengaruhnya adalah variabel reliability sehingga disarankan</p>

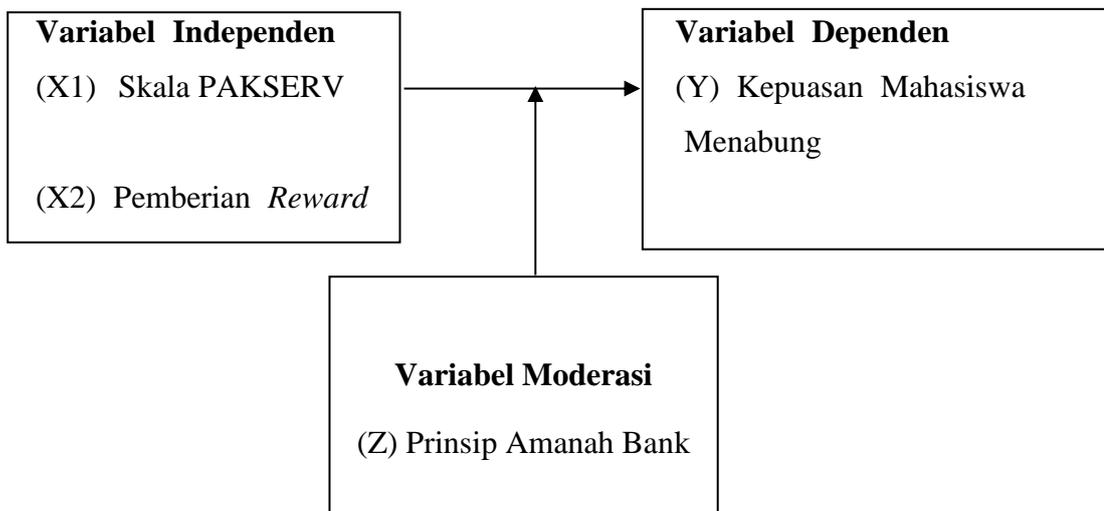
pada pimpinan Bank
bahwa dalam
meningkatkan kepuasan
nasabah, reliability
(keandalan) dalam
memberikan pelayanan
kepada nasabah perlu
ditingkatkan

5. Hendri Jurnal Aplikasi Bisnis Untuk menganalisis faktor-faktor
Wijaya, dan Manajemen yang mempengaruhi kepuasan
Irfan dengan judul dan loyalitas nasabah bank
Syauqi “Pengaruh Kualitas Syariah.
Beik dan Layanan Perbankan
Bagus Terhadap Kepuasan
Sartono dan Loyalitas Nasabah
(2017) Bank Syariah XYZ di
 Jakarta”

2.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Model penelitian dalam peneliti ini adalah bagaimana persepsi model PAKSERV kualitas layanan, persepsi pemberian *reward*/hadiah mempengaruhi kepuasan mahasiswa UIN Walisongo Semarang dalam menabung di bank syariah dengan prinsip amanah bank sebagai variabel moderasi. Penelitian ini akan meneliti sejauh mana pengaruh model PAKSERV kualitas layanan, persepsi pemberian *reward*/hadiah dan dengan menggunakan prinsip amanah bank sebagai variabel moderasi. Kerangka pemikiran yang dibuat berupa gambar skema untuk lebih menjelaskan mengenai hubungan antara variabel dependen, variabel moderasi dan variabel independen. Gambar 2.1 adalah kerangka pemikiran dari penelitian mengenai pengaruh model PAKSERV kualitas layanan dan pemberian *reward*/hadiah terhadap kepuasan menabung mahasiswa dengan prinsip amanah bank sebagai variabel moderasi.

Gambar 2 Gambar Kerangka Pemikiran



Kerangka pemikiran gambar 2.1 menunjukkan prinsip amanah bank sebagai variabel moderasi yaitu prinsip amanah bank dapat memperlemah ataupun memperkuat hubungan antara variabel independen yaitu skala PAKSERV dan pemberian *reward* serta variabel dependen yaitu kepuasan menabung mahasiswa. Dalam menunjang kepuasan mahasiswa dalam menabung, terdapat faktor-faktor pemicunya yaitu antara lain adalah skala PAKSERV dan pemberian *reward* serta prinsip amanah yang dimiliki bank tersebut. Pelayanan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan

konsumen dengan layanan yang diterimanya. Pemberian *reward* atau imbalan untuk menarik dan mempertahankan nasabah serta memotivasi mereka agar menggunakan jasa perbankan syariah. Sedangkan prinsip amanah bank adalah prinsip yang paling menjiwai setiap transaksi dalam lembaga keuangan syari'ah terutama perbankan syar'iah.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1 : Persepsi skala PAKSERV berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa dalam menabung di bank Syariah.
- H2 : Persepsi Pemberian *Reward*/Hadiah berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa dalam menabung di bank Syariah
- H3 : Prinsip Amanah Bank memoderasi pengaruh skala PAKSERV terhadap kepuasan mahasiswa dalam menabung di bank Syariah
- H4 : Prinsip Amanah Bank memoderasi pengaruh pemberian *reward*/hadiah terhadap kepuasan mahasiswa menabung di bank Syariah

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Sumber iData

3.1.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.²⁵ Penelitian ini melihat keterkaitan antara dampak skala pengukuran PAKSERV dan pemberian reward/hadiah terhadap kepuasan menabung mahasiswa dengan menggunakan prinsip amanah bank sebagai variabel moderasinya.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini memanfaatkan jenis data primer. Data primer adalah informasi yang datang langsung dari sumber informasi yang dikumpulkan secara eksplisit dan secara langsung diidentifikasi dengan masalah yang sedang diperiksa. (Cooper dan Emory, 1995). Data ini didapat dari hasil *interview* atau kuesioner penelitian. Data yang didapat melalui prosedur dan metode pertemuan atau pengisian kuesioner kepada mahasiswa UIN Walisongo Semarang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Melakukan observasi seperti hasil dari wawancara atau pengisian kuisisioner. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer dengan metode survei untuk memperoleh opini responden.²⁶

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah berbagai macam komponen yang memiliki berbagai kualitas umum, yang terdiri dari zona-zona yang akan dipertimbangkan. Atau sekali lagi, populasi adalah keseluruhan kumpulan individu, peristiwa, atau hal-hal yang ingin diselidiki oleh analis (Malhotra: 1996). Akibatnya, populasi

²⁵ Sandu Siyoto & M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015, h.17

²⁶ Isti Pujihastuti, "Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian" *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, Vol.2, No.1 Desember 2010, Hal.44

adalah berbagai macam komponen yang dapat digunakan untuk mencapai beberapa tujuan.²⁷

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

Tabel 4 Jumlah Mahasiswa FEBI UIN Walisongo

No	Angkatan	Jumlah
1.	2013	7
2.	2014	26
3.	2015	61
4.	2016	223
5.	2017	435
6.	2018	471
7.	2019	553
8.	2020	391
	Jumlah	2167

Sumber : Akademik FEBI UIN Walisongo Semarang,2021

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sampel yang akan digunakan oleh peneliti harus benar-benar dapat mewakili populasi yang diteliti. Penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling*, yaitu penelitian yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsure (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik acak sederhana (*Simple Random Sampling*) yang merupakan Teknik *Probability Sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa aktif angkatan 2017-2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Dalam penyusunan sampel perlu disusun kerangka sampling yaitu daftar dari semua

²⁷Amirullah, *Metode Penelitian Manajemen*, (Malang: ayumedia Publishing Malang, 2015, h.68.

unsur sampling. Untuk Menentukan ukuran sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin dalam menetapkan jumlah sample. Rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

n = besaran sampel

N = besaran populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidakpastian karena kesahan penarikan sampel).

Dimana :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{2167}{1 + 2167 \cdot (10)^2}$$

$$n = \frac{2167}{1 + 2167 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2167}{1 + 21,67}$$

$$n = \frac{2167}{22,67} = 95,58 \text{ dibulatkan menjadi } 96 \text{ orang}$$

Proses penyebaran angket dilakukan dengan menyebarkan kepada mahasiswa aktif angkatan 2017-2019 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan dan memberikan kuesioner dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis yang sifatnya terbuka kepada responden. Berbagai data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa :

- a. Metode kuesioner, sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden mahasiswa FEBI UIN Semarang mengenai minatnya untuk menabung di bank tersebut.

- b. Metode wawancara, proses untuk mendapatkan informasi yang digunakan untuk dengan tujuan penelitian dan dilakukan dengan cara bertanya jawab antara peneliti dengan responden.²⁸

3.5 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini menggunakan alat bantu yaitu kuesioner untuk mendapatkan jawaban responden. Hasil jawaban responden akan diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti sesuai dengan variabel penelitian dan ditetapkan secara spesifik.

Tabel 5 Skor Skala Likert

Pernyataan Positif			Pernyataan Negatif		
Alternatif Jawaban	Simbol	Nilai	Alternatif Jawaban	Simbol	Nilai
Sangat Setuju	SS	5	Sangat Setuju	SS	1
Setuju	S	4	Setuju	S	2
Netral	N	3	Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2	Tidak Setuju	TS	4
Sangat Tidak Setuju	STS	1	Sangat Tidak Setuju	STS	5

²⁴ Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013. H.38

3.6 Variabel Penelitian dan Pengukuran Data

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel (*depenpent*) serta variabel moderasi

1. Variabel bebas (*independent*) persepsi PAKSERV kualitas layanan (X₁), persepsi pemberian *reward* (X₂).
2. Variabel terikat (*dependent*) minat mahasiswa dalam menabung (Y).
3. Variabel moderasi (*moderating*), prinsip amanah bank (Z).

Tabel 6 Operasional Variabel dan Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Independen: Skala PAKSERV (X ₁)	PAKSERV Layanan Islam adalah skala pengukuran untuk melakukan penelitian kualitas pelayanan yang disesuaikan dengan budaya Asia.	- Keandalan (<i>reliability</i>) - Jaminan (<i>assurance</i>) - Ketulusan (<i>sincerity</i>) - Berwujud (<i>tangibles</i>) - Personalisasi - Formalitas (<i>formality</i>) ²⁹	Diukur dengan skala angket dengan menggunakan skala <i>likert</i> .
Independen: <i>Reward</i> /Hadiah (X ₂)	<i>Reward</i> /Hadiah adalah memberikan sesuatu kepada orang lain sebagai penghargaan atau kenang-kenangan/cenderamata.	- Mempertahankan nasabah - Meningkatkan loyalitas - Menarik konsumen baru ³⁰	Diukur dengan skala angket dengan menggunakan skala <i>likert</i> .

²⁹ Muahmmad Kashif Sharifah Suzana Wan Shukran Mohsin Abdul Rehman Syamsulang Sarifuddin, "Customer Satisfaction and Loyalty in Malaysian Islamic Banks: A PAKSERV Investigation" Jurnal Internasional Pemasaran Bank, Vol.33 Iss 1. 2014

³⁰ Ramandhita Putri Kurniawati, Tugas Akhir: Analisis Hadiah Dalam Meningkatkan Minat Menabung Produk Sirela di KSPPS Binama Semarang.(Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2019) hal.15

<p>Dependen:</p> <p>Kepuasan Mahasiswa dalam menabung (Y)</p>	<p>Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kesesuaian harapan - Melakukan penggunaan jasa secara berkelanjutan (<i>continue purchasing</i>) - Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain (<i>recommend friend</i>).³¹ 	<p>Diukur dengan skala angket dengan menggunakan skala <i>likert</i>.</p>
<p>Moderasi :</p> <p>Prinsip Amanah Bank (Z)</p>	<p>Ada unsur moral yang harus diterapkan dalam pelaksanaan setiap transaksi dalam perbankan syariah khususnya. Prinsip itu adalah prinsip amanah. Prinsip inilah yang paling menjwai setiap transaksi dalam lembaga keuangan syari'ah terutama perbankan syar'iah.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada bunga (riba) - Tidak ada unsur penipuan (gharār) - Tidak ada unsur judi (maisīr).³² 	<p>Diukur dengan skala angket dengan menggunakan skala <i>likert</i></p>

³¹ Sinta Anggraeni, Skripsi : *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi BSQ (Bank Service Quality) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang Bandar Lampung)*.(Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2017) hal.73

³² Maltuf Fitri, "*Prinsip Kesyariahan Dalam Pembiayaan Syariah*", Vol.4 Edisi 1, Mei 2015, hal.63

3.7 Teknik Analisis Data

Data yang yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan :

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan maupun mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r table dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r table $<$ r hitung maka valid. Teknik korelasi yang digunakan adalah :³³

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

Keterangan :

R : Koefisien korelasi antara item (X) dengan skor total (Y)

X : Skor tiap item

Y : Skor Total

N : Jumlah Responden

3.7.2 Uji Reabilitas

Reabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk suatu kuisisioner

Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai r_{xx} mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.700 .

³³Wiratna dan Poly, *Statistika untuk Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, hal.177

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut :

Keterangan :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

- r₁₁ = reliabilitas yang dicari
- n = Jumlah item pertanyaan yang di uji
- ∑σ²_t = Jumlah varians skor tiap-tiap item
- σ²_t = vrians total

Jika alpha > 0.90 maka reliabilitas sempurna. Jika alpha antara 0.70 – 0.90 maka reliabilitas tinggi. Jika alpha 0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat. Jika alpha < 0.50 maka reliabilitas rendah. Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah ada penyimpangan terhadap variabel yang ada dalam model dan untuk mendapatkan kesimpulan statistik yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam regresi berganda ada beberapa uji asumsi yang harus dapat dipenuhi, yaitu :

3.7.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini akan digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansinya lebih besar dari 0,05.

3.7.3.2 Uji Asumsi Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen lain dalam satu model, kemiripan antar variabel independen dalam

suatu model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara suatu variabel independen dengan variabel independen yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat melihat nilai *tolerance* dan *varian inflation factor* (VIF) sebagai tolak ukur. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model regresi tersebut dapat dikatakan terbebas dari Multikolinieritas.

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan lain. Pada penelitian ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Scatterplot*. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot*.

3.7.4 Analisis Regresi Linier

Analisis regresi linier adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yaitu regresi variabel terikat (Y) dihubungkan lebih dari satu variabel dan juga digunakan untuk alat ukur mengenai hubungan yang terjadi antara variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas. Jadi, analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.³⁴ Uji ini digunakan untuk menjawab permasalahan apakah variabel skala PAKSERV dan pemberian *reward*/hadiah secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap kepuasan menabung mahasiswa.

3.7.4.1 Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independent serentak terhadap variabel dependent³⁵. Nilai R Square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R Square berkisar antara 0 sampai 1.

³⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, h.275

³⁵Duwi Priyanto, *SPSS Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate*, h.56

Tabel 7 Skala Interval

No	Interval	R²
1.	0-0,2	Sangat Tidak Kuat
2.	0,3-0,49	Tidak Kuat
3.	0,5-0,79	Kuat
4.	0,8-1	Sangat Kuat

3.7.4.2 Uji F (Anova)

Uji F atau koefisien regresi secara serentak digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara simultan atau bersama-sama, apakah pengaruhnya signifikansi atau tidak. Maka dapat dilihat dari hasil perhitungan dengan menggunakan uji F, dimana F hitung yang diperoleh kemudian dikonsultasikan dengan F tabel. Jika F hitung lebih besar dari F tabel maka dapat disimpulkan variabel independent berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Sebaliknya bila F hitung lebih kecil dari F tabel maka dapat disimpulkan variabel independent tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent.

3.7.4.3 Uji T

Uji T ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh antara independent factor PAKSERV kualitas layanan (X1), dan pemberian reward (X2) terhadap kepuasan menabung mahasiswa di bank syariah (Y) dengan prinsip amanah bank sebagai variabel moderasi (Z). Dengan asumsi sebagai berikut :

1. Jika probability (signifikan) $> 0,05$ (α), maka variabel independent secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
2. Jika probability (signifikan) $< 0,05$ (α), maka variabel independent secara individual berpengaruh terhadap dependent.

3.7.4.4 Uji *Moderated Regeression Analysis* (MRA)

Variabel moderating adalah variabel yang dapat memperkuat atau memperl lemah hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen. *Moderated Regression Analysis* (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_1X_2 + e$$

Variabel perkalian antara X_1 dan X_2 disebut juga variabel moderat oleh karena menggambarkan pengaruh moderating variabel X_2 terhadap hubungan X_1 dan Y . Sedangkan variabel X_1 dan X_2 merupakan pengaruh langsung dari variabel X_1 dan X_2 terhadap Y . X_1X_2 dianggap sebagai variabel moderat karena:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_1X_2 + e$$

$$dY/dX_1 = b_1 + b_3X_2$$

Persamaan tersebut memberikan arti bahwa dY/dX_1 merupakan fungsi dari X_2 atau variabel X_2 memoderasi hubungan antara X_1 dan Y .

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

4.1.1 Gambaran Umum FEBI UIN Walisongo Semarang

Perguruan Tinggi Islam Negeri Walisongo Semarang memiliki komitmen etis untuk menghadirkan kerangka keuangan syariah (Islam) sebagai andalan ekonomi Indonesia baru, menggantikan kerangka moneter biasa yang telah lalai untuk mendorong perekonomian Indonesia. Komitmen untuk menawarkan kerangka Keuangan dan Bisnis Islam yang tidak hanya terbatas pada asal mula tetapi lebih dari itu pada pelaksanaan membuat kemajuan menuju aksesibilitas SDM yang sesuai kedalam relung – relung perniagaan sistem ekonomi masyarakat.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Perguruan Tinggi Islam Negeri Walisongo Semarang berdiri pada tanggal 13 Desember 2013, diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia, Dr. Suryadharma Ali. Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dilatarbelakangi beberapa pertimbangan sebagai berikut:

1. Tenaga Kerja aspek Keuangan dan Bisnis Islam adalah jalur instruktif yang relevan dan sangat penting untuk mengatasi masalah bidang moneter, khususnya bidang keuangan publik dan untuk mengatasi kesulitan pergantian peristiwa dan kemajuan ilmu pengetahuan dan budaya saat ini dan di masa yang akan datang.
2. Banyaknya bank konvensional yang membuka pelayanan syariah, selain itu jelas sudah banyak lahir bank syariah baru. Saat ini terdapat beberapa bank umum yang telah membuka pelayanan syariah, antara lain Bank IFI, Bank Syariah Danamon, BRI Syariah, BCA Syariah, dan lain-lain. Terlebih lagi, tumbuh subur nya daerah dalam membangun Bank Perkreditan Rakyat

(BPRS) dan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) jelas merupakan bukti bahwa kerangka perbankan syariah mulai diakui bahkan akan menjadi sistem perbankan alternatif. Hal itu menunjukkan bahwa akan terus banyak dibutuhkan dan diperlukan tenaga-tenaga profesional perbankan syariah pada saat ini maupun akan datang.

3. Banyaknya lulusan Madrasah Aliyah dan sekolah menengah yang senang belajar di perguruan tinggi negeri hanya karena program pendidikan tinggi secara keseluruhan terlihat lebih terbuka, lebih menarik dan menjamin bidang usaha yang lebih luas. Terlepas dari kenyataan bahwa baik lulusan MA dan SMU adalah sumber utama siswa yang akan datang. Sejalan dengan itu, diharapkan ada kemajuan untuk membuka program studi baru di Perguruan Tinggi Islam Negeri Walisongo Semarang yang lebih relevan dan dijunjung tinggi oleh jaringan pengelolaan dan pemagangan yang profesional.
4. Kehadiran tenaga ahli keuangan syariah dan tenaga ahli perbankan Syariah semakin dibutuhkan. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya bank umum konvensional yang membuka pelayanan syariah.
5. UIN Walisongo terletak di fokus moneter dan wilayah mekanis yang dicakup oleh berbagai jenis perusahaan, unit khusus, dan yayasan moneter yang berbeda. Wilayah ini berguna untuk latihan skolastik Tenaga Kerja urusan Keuangan dan Bisnis Islam. Landasan Aspek Keuangan Tenaga Kerja dan Bisnis Islam UIN Walisongo adalah semacam interaksi mutualisme yang menguntungkan antara dunia pendidikan dan dunia usaha.

Sementara itu, asas lain dari Tenaga Kerja Keuangan dan Aspek Bisnis Islam Perguruan Tinggi Islam Negeri Walisongo Semarang diidentikkan dengan peningkatan perekonomian masyarakat, antara lain: Sebagai permulaan, gelar bidang kerja alumni di bidang Keuangan Islam dan Bisnis yang berkembang secara progresif dari tahun ke tahun.

Kedua, staf ini secara efektif memberikan kontribusi kepada perumus pedoman moneter Islam, khususnya terkait dengan persyaratan substansi moral dan standar Islam.

Ketiga, keberadaan tenaga kerja ini dapat menambah menjawab kebutuhan buruh di ranah uang Islami yang berkarakter dan baik dengan tetap menjaga jiwa dan santunan Islami yang mencukupi. Lulusan personel ini dapat menjawab permasalahan di lapangan secara substansial karena memiliki premis keislaman yang kokoh sehingga menjadi pembeda utama dari pesaing yang berbeda. Karakter islami tidak hanya muncul dalam substansi keislaman dalam mata kuliah yang diajarkan, tetapi juga dijunjung tinggi oleh mata kuliah keislaman secara khusus. Hal ini ditegaskan oleh mata kuliah yang bersangkutan, secara khusus memunculkan dan menciptakan ilmu pelayanan dengan bantuan penuh kualitas keislaman dalam kondisi asli di arena publik..³⁶

4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan FEBI UIN Walisongo Semarang

a. Visi FEBI UIN Walisongo Semarang

Terdepan dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038.

b. Misi FEBI UIN Walisongo Semarang

1. Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.
2. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam teoritik dan aplikatif yang mampu menjawab problematika masyarakat.
3. Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam.
4. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal bidang ekonomi dan bisnis Islam.
5. Menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional di bidang

³⁶ Website FEBI, *Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, <https://febi.walisongo.ac.id/profil-febi-uin-walisongo/> diakses pada tanggal 09 April 2021

pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.

6. Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan profesional berstandar internasional.

4.2 Analisis Deskriptif

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang. Jumlah mahasiswa yang dipilih sebagai responden adalah 100 mahasiswa dengan karakteristik berdasarkan Angkatan, program studi, jenis kelamin, rekening bank yang dimiliki, transaksi yang dilakukan dan jasa layanan bank Syariah yang sering digunakan. Adapun karakteristik responden dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Angkatan

Adapun data mengenai Angkatan responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 8 Berdasarkan Angkatan Responden

No	Angkatan	Jumlah	Presentase (%)
1.	2017	30	31,3 %
2.	2018	44	45,8 %
3.	2019	22	22,9 %
	Total	96	100 %

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang Angkatan 2017 sebanyak 30 mahasiswa atau 31,3 %, Angkatan 2018 sebanyak 44 mahasiswa atau 45,8%, dan Angkatan 2019 sebanyak 22 mahasiswa atau 22,9 %. Hal ini

menunjukkan bahwa sebagian besar responden lebih banyak mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang Angkatan 2018.

2. Prodi (Program Studi)

Adapun data mengenai program studi responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 9 Berdasarkan Program Studi

No	Prodi	Jumlah	Presentase (%)
1.	D3 Perbankan Syariah	6	6,3 %
2.	S1 Perbankan Syariah	50	52,1 %
3.	S1 Ekonomi Islam	12	12,5 %
4.	S1 Akuntansi Syariah	13	13,5 %
5.	S1 Manajemen	15	15,6 %
	Total	96	100 %

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang program studi D3 Perbankan Syariah sebanyak 6 mahasiswa atau 6,3 %, program studi S1 Perbankan Syariah sebanyak 50 mahasiswa atau 52,1 %, program studi S1 Ekonomi Islam sebanyak 12 mahasiswa atau 12,5 %, program studi S1 Akuntansi Syariah sebanyak 13 mahasiswa atau 13,5 %, dan program studi S1 Manajemen sebanyak 15 mahasiswa atau 15,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo sebagian besar berasal dari program studi S1 Perbankan Syariah.

3. Jenis Kelamin

Adapun mengenai data jenis kelamin responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 10 Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki-laki	32	33,3 %
2.	Perempuan	64	66,7 %
	Total	96	100 %

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden dari total keseluruhan responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang adalah 32 atau 33,3 % responden laki-laki, dan 64 atau 66,7 % responden perempuan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan.

4. Rekening Yang Dimiliki

Adapun data responden mengenai rekening yang dimiliki oleh mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 11 Berdasarkan Rekening Yang Dimiliki

No	Jenis Rekening	Jumlah	Presentase (%)
1.	Bank Muamalat	1	1,1 %
2.	Bank Mandiri Syariah	2	2,1 %
3.	BRI Syariah	75	78,1 %
4.	BNI Syariah	2	2,1 %

5.	BPD Jateng Syariah	3	3,1 %
6.	Lainnya	13	13,5 %
	Total	96	100 %

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang yang menggunakan rekening Bank Muamalat sejumlah 1 atau 1,1% responden, rekening Bank Mandiri Syariah sebanyak 2 atau 2,1 % responden, rekening Bank BRI Syariah sebanyak 75 atau 78,1 % responden, rekening BNI Syariah sebanyak 2 atau 2,1 % responden, rekening BPD Jateng Syariah sebanyak 3 atau 3,1 responden dan rekening lainnya sebanyak 13 atau 13,5 % responden. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang Sebagian besar menggunakan rekening BRI Syariah.

5. Transaksi Yang Dilakukan

Adapun data transaksi yang dilakukan responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang selama 6 bulan terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel 12 Berdasarkan Transaksi Yang Dilakukan 6 Bulan Terakhir

No	Transaksi Yang Dilakukan	Jumlah	Presentase (%)
1.	Tidak Pernah	19	19,8 %
2.	Kurang dari 5 kali	28	29,2 %
3.	5-10 kali	24	25 %
4.	Lebih dari 10 kali	25	26 %
	Total	96	100 %

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa transaksi yang dilakukan 6 bulan terakhir oleh responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang

adalah tidak pernah transaksi sebanyak 19 atau 19,8 % responden, kurang dari 5 kali transaksi sebanyak 28 atau 29,2 %, 5-10 kali transaksi sebanyak 24 atau 25 % responden dan lebih dari 10 kali transaksi sebanyak 25 atau 26 % responden. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang transaksi yang dilakukan 6 bulan terakhir adalah kurang dari 5 kali transaksi.

6. Jasa Layanan

Adapun data mengenai jasa layanan yang sering digunakan oleh responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 13 Berdasarkan Jenis Layanan

No	Jenis Jasa Layanan	Jumlah	Presentase (%)
1.	Tabungan Syariah	74	77,1 %
2.	Pembiayaan Syariah	3	3,1 %
3.	Lainnya	19	19,8 %
	Total	96	100 %

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang menggunakan jasa layanan bank Syariah pada tabungan Syariah sebanyak 74 atau 77,1 % responden, pembiayaan Syariah sebanyak 3 atau 3,1 % dan lainnya sebanyak 19 atau 19,8 %. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang Sebagian besar menggunakan jasa layanan tabungan Syariah.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian ini terdiri dari variabel independent, dependen dan variabel moderasi. Variabel dependen yaitu skala PAKSERV (X1) dan pemberian *reward*/hadiah (X2). Variabel independent

yaitu kepuasan mahasiswa dalam menabung di bank Syariah (Y). Variabel moderasi yaitu prinsip amanah bank (Z).

Data hasil kuesioner diperoleh dengan membagikan kuesioner secara online melalui *whatsapp* dan *instagram* kepada mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang. Data hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Persepsi Variabel Skala PAKSERV (X1)

Pada variabel skala PAKSERV, peneliti menggunakan 6 indikator dan dengan 14 item pernyataan yang diajukan kepada responden menggunakan skala likert. Tabel persepsi variabel skala PAKSERV adalah sebagai berikut :

Tabel 14 Distribusi Jawaban Responden Variabel Skala PAKSERV (X1)

X1	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0	0	0	16	16,7	62	64,6	18	18,8
X1.2	0	0	1	1	10	10,4	63	65,6	22	22,9
X1.3	0	0	2	2,1	30	31,3	48	50	16	16,7
X1.4	0	0	1	1	19	19,8	53	55,2	23	24
X1.5	0	0	0	0	16	16,7	51	51,3	29	30,2
X1.6	0	0	3	3,1	10	10,4	55	57,3	28	29,2
X1.7	2	2,1	0	0	28	29,2	40	41,7	26	27,1
X1.8	0	0	1	1	11	11,5	40	41,7	44	45,8
XI.9	1	1	8	8,3	25	26	47	49	15	15,6
XI.10	0	0	2	2,1	25	26	50	52,1	19	19,8
X1.11	1	1	1	1	4	4,2	41	42,7	49	51
X1.12	0	0	2	2,1	12	12,5	50	52,1	32	33,3

X1.13	6	6,3	17	17,7	26	27,1	25	26	22	22,9
X1.14	17	17,7	38	39,6	22	22,9	12	12,5	7	7,3

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa distribusi variabel skala PAKSERV setiap item pernyataan adalah sebagai berikut :

- a. “Alat dan perlengkapan yang digunakan bank Syariah sudah modern”. Berdasarkan hasil dari data diatas presentase responden memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 0%, memilih netral (N) sebanyak 16,7 %, memilih setuju (S) sebanyak 64,6%, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 18.8 %.
- b. “Fasilitas yang ditawarkan bank Syariah cukup menarik”. Berdasarkan hasil dari data diatas presentase responden memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 1%, memilih netral (N) sebanyak 10,4%, memilih setuju (S) sebanyak 65,6 %, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 22,9 %.
- c. “Di bank Syariah, layanan yang dijanjikan sebenarnya tersedia setiap saat”. Berdasarkan hasil dari data diatas presentase responden memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 %, memilih tidak setuju 2,1 %, memilih netral (N) sebanyak 31,3 %, memilih setuju (S) sebanyak 50%, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 16,7 %.
- d. “Spesifikasi layanan diikuti oleh bank Syariah”. Berdasarkan hasil dari data diatas presentase responden memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 %, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 1 %, memilih netral (N) sebanyak 19,8 %, memilih setuju (S) sebanyak 55,2 %, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 24 %.
- e. “Bank Syariah menawarkan investasi yang aman secara finansial”. Berdasarkan hasil data diatas presentase responden memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 0%, memilih netral (N) sebanyak 16,7 %, memilih setuju (S) sebanyak 51,3 %, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 30,2 %.

- f. “Pegawai bank Syariah memiliki kompetensi untuk bekerja secara profesional” berdasarkan data diatas presentase responden memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 3,1 %, memilih netral (N) sebanyak 10,4 %, memilih setuju (S) sebanyak 57,3 %, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 29,2 %.
- g. “Di bank Syariah, minat nasabah diambil dari hati” berdasarkan data diatas presentase responden memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 2,1 %, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 0 %, memilih netral (N) sebanyak 29,2 %, memilih setuju (S) sebanyak 41,7 %, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 27,1 %.
- h. “Pegawai bank Syariah berperilaku baik” berdasarkan data diatas presentase responden memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 1%, memilih netral (N) sebanyak 11,5 %, memilih setuju (S) sebanyak 41,7% , memilih sangat setuju (SS) sebanyak 45,8 %.
- i. “Nasabah diberi perhatian pribadi di bank Syariah” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 %, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 8,3 %, memilih netral (N) sebanyak 26 %, memilih setuju (S) sebanyak 49 % , memilih sangat setuju (SS) sebanyak 15,6 %
- j. “Di bank Syariah, ada solusi khusus yang disediakan untuk masalah nasabah” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 %, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 2,1 %, memilih netral (N) sebanyak 26 %, memilih setuju (S) sebanyak 52,1 %, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 19,8 %.
- k. “Pegawai bank Syariah tidak menggunakan Bahasa yang kasar” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 %, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 1 %, memilih netral (N) sebanyak 4,2 %, memilih setuju (S) sebanyak 42,7 %, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 51 %.
- l. “Pegawai bank Syariah memperhatikan penuh kepada pelanggan” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 %, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 2,1 %,

memilih netral (N) sebanyak 12,5 %, memilih setuju (S) sebanyak 52,1 %, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 33,3 %.

- m. “Lokasi bank Syariah tidak strategi sehingga sulit dijangkau” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 6,3 %, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 17,7 %, memilih netral (N) sebanyak 27,1 %, memilih setuju (S) sebanyak 26 %, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 22,9 %.
- n. “Pegawai tidak memiliki pengetahuan tentang produk bank Syariah” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 17,7 %, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 39,6 %, memilih netral (N) sebanyak 22,9 %, memilih setuju (S) sebanyak 12,5 %, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 7,3 %.

2. Persepsi Variabel Pemberian Reward/Hadiah (X2)

Pada variabel pemberian reward/hadiah, penelitian menggunakan 3 indikator dengan 4 item pernyataan kepada responden menggunakan skala likert. Tabel persepsi variabel pemberian rewar/hadiah adalah sebagai berikut :

Tabel 15 Distribusi Jawaban Responden Variabel Pemberian *Reward/Hadiah* (X2)

X2	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	4	4,2	10	10,4	40	41,7	31	32,3	11	11,5
X2.2	3	3,1	6	6,3	35	36,5	36	37,5	16	16,7
X2.3	3	3,1	12	12,5	36	37,5	34	35,4	11	11,5
X2.4	11	11,5	14	14,6	41	42,7	21	21,9	9	9,4

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa distribusi variabel PAKSERV kualitas layanan setiap item pernyataan adalah sebagai berikut :

- a. “Saya tertarik menggunakan bank Syariah karena ada program tabungan berhadiah menarik” berdasarkan data diatas presentase

memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 4,2%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 10,4 %, memilih netral (N) sebanyak 41,7 %, memilih setuju (S) sebanyak 32,3 %, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 11,5 %.

- b. “Dengan adanya program tabungan berhadiah, saya semakin semangat dalam menabung” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 3,1%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 6,3 %, memilih netral (N) sebanyak 36,5 %, memilih setuju (S) sebanyak 37,5 %, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 16,7 %.
- c. “Saya bertahan menjadi nasabah bank Syariah karena ada program tabungan berhadiah yang menarik” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 3,1%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 12,5 %, memilih netral (N) sebanyak 37,5 %, memilih setuju (S) sebanyak 35,4 %, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 11,5 %.
- d. “Program tabungan berhadiah tidak membuat saya tertarik untuk menabung di bank Syariah” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 11,5%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 14,6%, memilih netral (N) sebanyak 42,7%, memilih setuju (S) sebanyak 21,9%, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 9,4%.

3. Persepsi Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Pada variabel kepuasan nasabah, penelitian menggunakan 3 indikator dengan 4 item pernyataan kepada responden menggunakan skala likert. Tabel persepsi variabel kepuasan nasabah adalah sebagai berikut :

Tabel 16 Distirbusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Y	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	0	0	1	1	15	15,6	56	58,3	24	25
Y2	0	0	3	3,1	28	29,2	49	51	16	16,7
Y3	0	0	1	1	18	18,8	50	52,1	27	28,1
Y4	13	13,5	34	35,4	20	20,8	15	15,6	14	14,6

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa distribusi variabel kepuasan nasabah setiap item pernyataan adalah sebagai berikut :

- a. “Bank Syariah memberikan layanan sesuai yang diharapkan” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 1%, memilih netral (N) sebanyak 15,6%, memilih setuju (S) sebanyak 58,3%, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 25%.
- b. “Fasilitas yang ada di bank Syariah sangat lengkap sehingga saya akan menggunakan jasa bank Syariah kembali” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 3,1%, memilih netral (N) sebanyak 29,2%, memilih setuju (S) sebanyak 51%, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 16,7%.
- c. “Pelayanan bank Syariah yang memuaskan akan membuat kita bebrsedia untuk merekomendasikan kepada orang lain” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 1%, memilih netral (N) sebanyak 18,8%, memilih setuju (S) sebanyak 52,1%, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 28,1%.
- d. “Pelayanan di bank Syariah tidak dapat memenuhi harapan saya karena pembiayaan di bank Syariah lebih mahal dan lebih lama prosedurnya” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 13,5%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak

35,4%, memilih netral (N) sebanyak 20,8%, memilih setuju (S) sebanyak 15,6%, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 14,6%.

4. Persepsi Variabel Prinsip Amanah Bank (Z)

Pada variabel kepuasan nasabah, penelitian menggunakan 3 indikator dengan 4 item pernyataan kepada responden menggunakan skala likert. Tabel persepsi variabel prinsip amanah bank adalah sebagai berikut :

Tabel 17 Distribusi Jawaban Variabel Prinsip Amanah Bank (Z)

Z	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Z1	1	1	1	1	14	14,6	40	41,7	40	41,7
Z2	0	0	1	1	11	11,5	50	52,1	34	35,4
Z3	0	0	2	2,1	15	15,6	45	46,9	34	35,4
Z4	4	4,2	16	16,7	36	37,5	28	29,2	12	12,5

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa distribusi variabel prinsip amanah bank setiap item pernyataan adalah sebagai berikut :

- a. “Bank Syariah di Indonesia tidak menggunakan sistem bunga/riba” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 1%, memilih netral (N) sebanyak 14,6%, memilih setuju (S) sebanyak 41,7%, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 41,7%.
- b. “Bank Syariah dalam melakukan transaksi objeknya jelas sehingga tidak menimbulkan keraguan dalam bertransaksi (tidak gharar)” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 1%, memilih netral (N) sebanyak 11,5%, memilih setuju (S) sebanyak 52,1%, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 35,4%.

- c. “Di bank Syariah tidak ada transaksi yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan karena hal tersebut tidak sesuai dengan prinsip ekonomi Islam (tidak ada maisyir)” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 1%, memilih netral (N) sebanyak 11,5%, memilih setuju (S) sebanyak 52,1%, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 35,4%.
- d. “Bank Syariah belum sepenuhnya menjalankan konsep berdasarkan prinsip Syariah” berdasarkan data diatas presentase memilih sangat tidak setuju (STS) sebanyak 4,2%, memilih tidak setuju (TS) sebanyak 16,7%, memilih netral (N) sebanyak 37,5%, memilih setuju (S) sebanyak 29,2%, memilih sangat setuju (SS) sebanyak 12,5%.

4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan substantial berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan information itu legitimate atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2004:137). Dengan demikian, instrumen yang substantial merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak di ukur.

Dalam penelitian ini , peneliti menggunakan uji validitas dengan uji *Person Product Moment*. Uji validitas *Person Product Moment* menggunakan prinsip mengkorelasikan atau menghubungkan antara masing-masing skor thing atau soal dengan skor complete yang diperoleh dari jawaban responden atas kuesioner. Dasar pengambilan keputusan uji validitas item second yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu :

Membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung $>$ r tabel , maka item soal angket tersebut dinyatakan valid.

2. Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak valid.

Item pernyataan dinyatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif. Apabila r hitung $>$ dari r tabel dengan nilai r tabel pada $(df) = n-2 = 96 -2 = 94$, dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05, maka hasil r tabel yang digunakan adalah 0,1689.

Berikut hasil dari pengujian validitas dengan uji *Person Product Moment* dengan menggunakan IBM SPSS Statistic Version 16 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

1. Uji Validitas Skala PAKSERV (X1)

Tabel 18 Hasil Uji Validitas Variabel X1

Item	r-hitung	r-tabel 5%	Keterangan
Kuesioner			
X1.1	0,542	0,1689	Valid
X1.2	0,601	0,1689	Valid
X1.3	0,563	0,1689	Valid
X1.4	0,710	0,1689	Valid
X1.5	0,686	0,1689	Valid
X1.6	0,726	0,1689	Valid
X1.7	0,647	0,1689	Valid
X1.8	0,703	0,1689	Valid
X1.9	0,670	0,1689	Valid
X1.10	0,740	0,1689	Valid
X1.11	0,596	0,1689	Valid
X1.12	0,755	0,1689	Valid
X1.13	0,173	0,1689	Valid

X1.14	0,225	0,1689	Valid
-------	-------	--------	-------

Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.11 dinyatakan bahwa keseluruhan dari pernyataan atau item mengenai variabel skala PAKSERV (X1) valid, karena semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

2. Uji Validitas Variabel Pemberian *Reward*/Hadiah (X2)

Tabel 19 Hasil Uji Validitas X2

Item Kuesioner	r-hitung	r-tabel 5%	Keterangan
X2.1	0,871	0,1689	Valid
X2.2	0,808	0,1689	Valid
X2.3	0,830	0,1689	Valid
X2.4	0,374	0,1689	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dinyatakan bahwa keseluruhan dari pernyataan atau item mengenai variabel pemberian *reward*/hadiah (X2) valid, karena semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

3. Uji Validitas Kepuasan Menabung (Y)

Tabel 20 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item Kuesioner	r-hitung	r-tabel 5%	Keterangan
Y1	0,836	0,1689	Valid
Y2	0,766	0,1689	Valid
Y3	0,846	0,1689	Valid

Y4	0,582	0,1689	Valid
----	-------	--------	-------

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.13 dinyatakan bahwa keseluruhan dari pernyataan atau item mengenai variabel kepuasan menabung (Y) valid, karena semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

4. Uji Validitas Prinsip Amanah Bank (Z)

Tabel 21 Hasil Uji Validitas Variabel Z

Item Kuesioner	r-hitung	r-tabel 5%	Keterangan
Z1	0,830	0,1689	Valid
Z2	0,847	0,1689	Valid
Z3	0,842	0,1689	Valid
Z4	0,577	0,1689	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.14 dinyatakan bahwa keseluruhan dari pernyataan atau item mengenai variabel moderasi prinsip amanah bank (Z) valid, karena semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu instrumen penelitian dikatakan berkualitas dan dapat dipertanggungjawabkan jika sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya. Uji reliabilitas berfungsi untuk menentukan tingkat konsistensi survei yang digunakan oleh para ilmuwan, dengan tujuan agar kuesioner dapat diandalkan untuk mengukur faktor-faktor penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Uji Reliabilitas *Alpha Cronbach* dengan dasar keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach Alpha > 0,60, maka kuesioner atau survei dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika Cronbach Alpha bernilai <0,60, kuesioner atau survei dinyatakan bermasalah atau bertentangan.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 22 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Hitung	Alpha Cronbach	Keterangan
1.	PAKSERV Kualitas Layanan	0,825	0,60	<i>Reliabel</i>
2.	Pemberian Reward/Hadiah	0,666	0,60	<i>Reliabel</i>
3.	Kepuasan Menabung	0,701	0,60	<i>Reliabel</i>
4.	Prinsip Amanah Bank	0,756	0,60	<i>Reliabel</i>

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan hasil data diatas dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari variabel X1 (skala PAKSERV), variabel X2 (Pemberian *Reward/Hadiah*), variabel Y (Kepuasan Menabung) dan variabel Z (Prinsip Amanah Bank) adalah *reliabel* karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 sehingga dikatakan *reliabel* atau konsisten.

4.5 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah tes yang dilakukan untuk mengevaluasi penyebaran informasi dalam suatu pengumpulan informasi atau faktor, terlepas dari apakah peredaran informasi tersebut normal atau tidak. Dalam penelitian ini dilakukan uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov* dengan taraf 5% atau 0,05. Uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov* penting untuk tes anggapan tradisional.

Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Alasan dinamika dalam uji normalitas ini adalah:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka nilai residual berdistribusi tidak normal.

Berikut adalah hasil pengujian dengan Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*.

**Tabel 23 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67305962
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.048
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.613
Asymp. Sig. (2-tailed)		.846

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan hasil tabel 4.16 diketahui bahwa nilai Signifikansinya adalah 0,846 yang artinya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

b. Uji Asumsi Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Uji multikolinieritas adalah bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi linier berganda. Model regresi yang baik

ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independent (hubungan yang kuat) antar variabel independent. Salah satu cara yang paling akurat untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinieritas ini adalah dengan menggunakan metode Tolerance dan VIF. Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas ini adalah :

1. Melihat nilai Tolerance, jika nilai Tolerance lebih besar dari $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.
2. Melihat nilai VIF, jika nilai VIF lebih kecil dari $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil perhitungan SPSS menunjukkan sebagai berikut :

Tabel 24 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.080	1.549		.697	.487		
Skala PAKSERV	.193	.037	.521	5.253	.000	.564	1.774
Pemberian Reward/Hadiah	.002	.070	.002	.027	.979	.780	1.282
Prinsip Amanah Bank	.237	.098	.239	2.420	.017	.569	1.758

a. Dependent Variable:

Kepuasan Menabung

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan hasil tabel 4.17 diketahui bahwa nilai Tolerance skala PAKSERV = 0,564, Pemberian *Reward/Hadiah* = 0,780 dan Prinsip Amanah Bank = 0,569 lebih besar dari 0,10. Pada hasil perhitungan VIF, PAKSERV Kualitas Layanan = 1,774, Pemberian *Reward/Hadiah* = 1,282 dan Prinsip Amanah Bank = 1,758 lebih kecil dari 10,00. Jadi dapat

disimpulkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

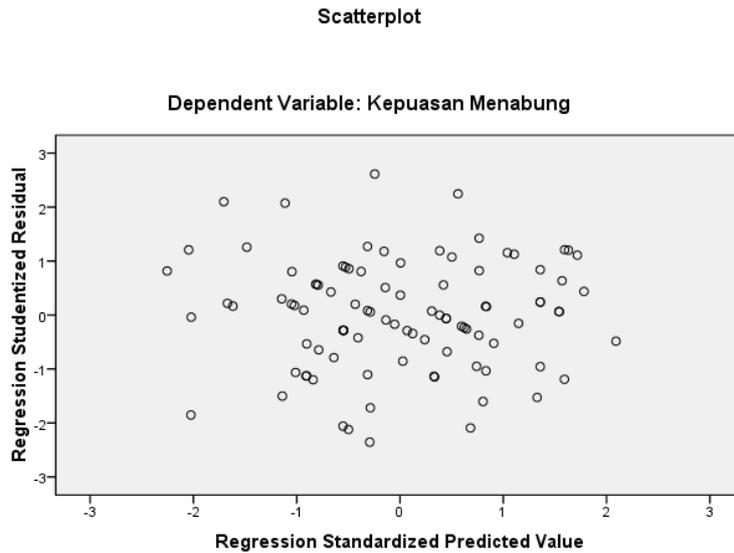
c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat penyimpangan dari praduga heteroskedastisitas yang patut dicontoh, khususnya perbedaan variasi residual untuk semua persepsi dalam model relaps. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada model relaps lurus terdapat ketidakseimbangan perubahan dari residual satu persepsi ke persepsi lainnya. Pada pengujian ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Scatterplot dengan melihat ada tidaknya contoh-contoh tertentu pada grafik Scatterplot. Tidak ada indikasi atau masalah heteroskedastisitas jika:

1. Fokus informasi penyebar berada di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
2. Bintik-bintik tidak berkelompok tepat di atas atau di bawah.
3. Penyebaran fokus informasi hendaknya tidak membentuk contoh bergelombang yang melebar kemudian membatasi dan membesar lagi.
4. Sirkulasi fokus informasi tidak dirancang.

Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas :

Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan gambar 4.1 diketahui bahwa titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, dan titik-titik data tidak terdapat pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedasitas dalam penelitian ini.

4.6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini, menggunakan penelitian analisis regresi linier berganda, yaitu variabel terikat (Y) dihubungkan dengan lebih dari satu variabel dan juga digunakan sebagai alat penaksir terhadap hubungan yang terjadi antara variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas. Berikut adalah hasil uji analisis regresi linier berganda :

Tabel 25 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.571	1.575		.997	.321
PAKSERV Kualitas Layanan	.243	.031	.655	7.743	.000
Pemberian Reward/Hadiah	.038	.070	.045	.536	.593

a. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.18 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan SPSS versi 16, maka model persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,571 + 0,243 X_1 + 0,038 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

Nilai Konstanta (α) bernilai positif sebesar 1,571

- a. Koefisien regresi pada variabel PAKSERV Kualitas Layanan (X_1) sebesar 0,243.
- b. Koefisien regresi pada variabel Pemberian *Reward/Hadiah* (X_2) sebesar 0,038.

4.7 Pengujian Hipotesis

- a. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independent serentak terhadap variabel dependent.

Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi :

Tabel 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676^a	.457	.445	1.744

a. Predictors: (Constant), Pemberian Reward/Hadiah,PAKSERV Kualitas Layanan

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.19 menjelaskan bahwa didapatkan nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,457 yang artinya adalah variabel skala PAKSERV (X1) dan pemberian *reward*/hadiah (X2) memberikan pengaruh 45,7% terhadap kepuasan menabung (Y) sedangkan sisanya sebesar 54,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

Seperti yang dijelaskan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Y. Rahmat Akbar, Irsyadi Zain dan Putri Nuraini (2019) yang menjelaskan bahwa produk, promosi, tempat/lokasi, sarana fisik, orang/karyawan dan prosedur berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di bank Syariah.

b. Uji F (Anova)

Uji F atau koefisien regresi secara serentak digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara simultan atau bersama-sama, apakah pengaruhnya signifikansi atau tidak.

Adapun dasar pengambilan keputusan Uji F adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, atau $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

2. Nilai sig > 0,05, atau f hitung < f tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

$$\begin{aligned}
 F \text{ tabel} &= f (k : n - k) \\
 &= f (2 : 96 - 2) \\
 &= f (2 : 94) \\
 &= 3,09
 \end{aligned}$$

Berikut adalah hasil uji F (Anova)

Tabel 27 Hasil Uji F (Anova)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	237.657	2	118.828	39.071	.000 ^a
	Residual	282.843	93	3.041		
	Total	520.500	95			

a. Predictors: (Constant), Pemberian Reward/Hadiah, PAKSERV Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan hasil tabel 4.20 diketahui nilai sig untuk pengaruh skala PAKSERV (X1) dan pemberian *reward*/hadiah (X2) secara simultan terhadap kepuasan menabung (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $39,071 > f$ tabel 3,09, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima yang berarti terdapat pengaruh skala PAKSERV (X1) dan pemberian *reward*/hadiah (X2) secara simultan terhadap kepuasan menabung (Y).

c. Uji T

Adapun dasar pengambilan keputusan Uji T adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

2. Nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

$$\begin{aligned}
 T \text{ tabel} &= t (a/2 : n - k - 1) \\
 &= t (0,025 : 96 - 2 - 1) \\
 &= t (0,025 : 93) \\
 &= 1,989
 \end{aligned}$$

Berikut adalah hasil Uji T :

Tabel 28 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.251	1.196		3.554	.001
	PAKSERV Kualitas Layanan	.063	.024	.203	2.655	.009
	Pemberian Reward/Hadiah	.442	.053	.637	8.340	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.21 diatas diketahui bahwa :

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh pengukuran skala PAKSERV (X1) terhadap kepuasan menabung (Y) adalah sebesar 0,009 < 0,05 dan nilai t hitung 2,655 > t tabel 1,989, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif skala PAKSERV (X1) terhadap kepuasan menabung (Y).

2. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh pemberian *reward*/hadiah (X2) terhadap kepuasan menabung (Y) adalah sebesar $0,000 > 0,05$ dan nilai t hitung $8,340 > t$ tabel 1,989, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif pemberian *reward*/hadiah (X2) terhadap kepuasan menabung (Y).

d. Uji *Moderated Regeression Analysis* (MRA)

Variabel moderating adalah variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel moderating adalah variabel yang mempunyai pengaruh terhadap sifat atau arah hubungan antar variabel.

Tabel 29 Meregresikan variabel bebas Skala PAKSERV (X1) dan Pemberian *Reward*/Hadiah (X2) terhadap variabel terikat Kepuasan Menabung (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	237.657	2	118.828	39.071	.000 ^a
	Residual	282.843	93	3.041		
	Total	520.500	95			

a. Predictors: (Constant), Pemberian reward, Skala Pakserv

b. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.571	1.575		.997	.321
	Skala Pakserv	.243	.031	.655	7.743	.000
	Pemberian reward	.038	.070	.045	.536	.593

a. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

Analisis :

1. berdasarkan persamaan regresi output pertama diperoleh koefisien regresi skala PAKSERV (X1) sebesar 0,243. Dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka variabel skala PAKSERV (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan menabung (Y)
2. berdasarkan persamaan regresi output pertama diperoleh koefisien regresi pemberian *reward*/hadiah (X2) sebesar 0,038. Dengan nilai signifikan sebesar $0,593 > 0,05$, maka variabel pemberian *reward* (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan menabung (Y)
3. variabel skala PAKSERV (X1) dan pemberian *reward*/hadiah (X2) secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan menabung (Y) karena nilai signifikan $0,000 < 0,05$

Tabel 30 Meregresikan variabel bebas Skala PAKSERV (X1) dan Pemberian Reward/Hadiah (X2) dan variabel yang di hipotesiskan sebagai variabel moderasi Prinsip Amanah (Z) terhadap variabel terikat Kepuasan Menabung (Y)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.080	1.549		.697	.487
	Skala Pakserv	.193	.037	.521	5.253	.000
	Pemberian reward	.002	.070	.002	.027	.979
	Prinsip Amanah	.237	.098	.239	2.420	.017

a. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

Analisis :

1. Berdasarkan output persamaan regresi kedua diperoleh koefisien regresi prinsip Amanah (Z) sebesar 0,237. Dengan nilai signifikan sebesar $0,017 < 0,05$, maka variabel prinsip Amanah (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan menabung (Y).

Tabel 31 Meregresikan variabel bebas Skala PAKSERV (X1) dan Pemberian Reward/Hadiah (X2) dan variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel mdeorasi Prinsip Amanah (Z), dan variabel interaksi terhadap variabel terikat Kepuasan Menabung (Y)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.890	11.368		.166	.868
	Skala Pakserv	.176	.212	.474	.832	.408
	Pemberian reward	.013	.504	.016	.026	.980
	Prinsip Amanah	.183	.742	.185	.246	.806
	Interaksi X1Z	.001	.014	.103	.084	.933
	Interaksi X2Z	.000	.032	-.022	-.024	.981

a. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

Analisis :

1. Berdasarkan output persamaan regresi ketiga diperoleh koefisien regresi variabel interaksi X1Z sebesar 0,001. dengan nilai signifikan sebesar $0,922 > 0,05$, maka variabel interaksi X1Z tidak berpengaruh terhadap kepuasan menabung (Y).
2. Berdasarkan output persamaan regresi ketiga diperoleh koefisien regresi variabel interaksi X1Z sebesar 0,00. dengan nilai signifikan sebesar $0,981 > 0,05$, maka variabel interaksi X2Z tidak berpengaruh terhadap kepuasan menabung (Y).

Kesimpulan :

- Berdasarkan hasil analisis diatas diketahui variabel prinsip Amanah (Z) pada persamaan regresi kedua (tanpa memasukkan variabel interaksi) berpengaruh terhadap kepuasan menabung (Y).
- Pada persamaan regresi ketiga variabel interaksi tidak berpengaruh terhadap kepuasan menabung (Y)
- Oleh karena itu variabel prinsip Amanah merupakan variabel predictor moderasi (moderasi predictor) antara skala PAKSERV (X1) dan pemberian *reward*/hadiah (X2) terhadap kepuasan menabung (Y), karena pengaruh dari Z terhadap Y pada estimasi pertama signifikan dan pengaruh Interaksi X1*Z pada estimasi kedua

tidak signifikan. Artinya variabel moderasi ini hanya berperan sebagai variabel independen dalam model hubungan yang dibentuk dan tidak dapat memoderasi skala PAKSERV (X1) dan pemberian *reward*/hadiah (X2) terhadap kepuasan menabung (Y).

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PAKSERV berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,989. Ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama dapat diterima. Hasil tersebut dapat diprediksi dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Muahmmad Kashif Sharifah Suzana Wan Shukran Mohsin Abdul Rehman Syamsulang Sarifuddin (2014) yang mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang kokoh antara kualitas pelayanan PAKSERV dengan loyalitas konsumen. Konsekuensi dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PAKSERV sesuai dengan kualitas syariah yang diterapkan oleh bank syariah dalam hal perlu memberikan usaha yang menghasilkan jenis tenaga dan produknya, harus memberikan kualitas, jangan memberi yang buruk atau tidak layak bagi orang lain. Seperti yang tertuang dalam al-Quran surat al- Baqarah [2] ayat 267:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوْا الْخِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَّلَسْتُمْ
يٰۤاٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تَغْمِضُوْا فِيْهِ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَفِيْرٌ حَمِيْدٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan 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 nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata

terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (QS.al-Baqarah:267).

- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Sig. untuk pengaruh Pemberian *Reward/Hadiah* (X2) terhadap Kepuasan Menabung (Y) adalah sebesar $0,000 > 0,05$ dan nilai t hitung $8,340 > t$ tabel $1,989$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh Pemberian *Reward/Hadiah* (X2) terhadap Kepuasan Menabung (Y). Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aslia (2015) yang menyatakan bahwa program pemberian hadiah mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung, karena dengan adanya program pemberian hadiah yang menarik dan bermacam-macam akan dapat menarik masyarakat untuk menabung. Dan penelitian yang dilakukan oleh Juliana Sandra Agustin (2018) yang menyatakan bahwa Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Program Undian Berhadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

Dalam Islam hadiah dapat diartikan sebagai pemberian dari seseorang kepada orang lain tanpa adanya penggantian dengan maksud memuliakan. Adapun yang menjadi landasan dalam pemberian hadiah yaitu terdapat dalam firman Allah dalam surah Al-Mudatstsir ayat 6:

وَلَا تَمُنُّ بِتَسْتَكْبِرٍ

Artinya : “dan janganlah engkau (Muhammad) memberi (dengan maksud) memperoleh (balasan) yang lebih banyak”. (QS. Al-Mudatstsir : 6)

- c. Dalam hasil analisis moderasi dapat diketahui sebagai berikut :
- Berdasarkan hasil analisis diatas diketahui variabel prinsip Amanah (Z) pada persamaan regresi kedua (tanpa memasukkan variabel interaksi) berpengaruh terhadap kepuasan menabung (Y).
 - Pada persamaan regresi ketiga variabel interaksi tidak berpengaruh terhadap kepuasan menabung (Y).
 - Oleh karena itu variabel prinsip Amanah merupakan variabel predictor moderasi (moderasi predictor) antara skala PAKSERV (X1) dan pemberian *reward/hadiah* (X2) terhadap kepuasan menabung (Y), karena pengaruh dari

Z terhadap Y pada estimasi pertama signifikan dan pengaruh Interaksi X1*Z pada estimasi kedua tidak signifikan. Artinya variabel moderasi ini hanya berperan sebagai variabel independen dalam model hubungan yang dibentuk dan tidak dapat memoderasi skala PAKSERV (X1) dan pemberian *reward*/hadiah (X2) terhadap kepuasan menabung (Y).

Sebagai penyedia jasa, bank Syariah sudah seharusnya memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya. Dalam fiqh Islam, amanah berarti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang berkaitan dengan pemeliharaan harta benda, seperti al- wadi'ah dan ariyah. Dalam hal ini, bank sebagai pihak penerima titipan yang diberi amanah oleh nasabahnya untuk merawat dan memelihara keutuhan dan keselamatan barang titipan itu dengan sebaik-baiknya. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S. An-Nisa' (4) : 58 sebagai berikut :

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا
بَصِيرًا﴾

Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.” (QS. An-Nisa’: 58)

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan mengenai skala PAKSERV dan pemberian *reward*/hadiah terhadap kepuasan mahasiswa dalam menabung di bank Syariah dengan prinsip amanah bank sebagai variabel moderasi, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Nilai Sig. variabel skala PAKSERV (X1) terhadap kepuasan menabung (Y) adalah sebesar $0,009 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,655 > t$ tabel $1,989$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh skala PAKSERV (X1) terhadap kepuasan menabung (Y). artinya skala PAKSERV menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa UIN Walisongo Semarang dalam menabung di bank Syariah.
2. Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh pemberian *reward*/hadiah (X2) terhadap kepuasan menabung (Y) adalah sebesar $0,000 > 0,05$ dan nilai t hitung $8,340 > t$ tabel $1,989$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh pemberian *reward*/hadiah (X2) terhadap kepuasan menabung (Y). hal tersebut menunjukkan bahwa pemberian *reward*/hadiah menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa UIN Walisongo Semarang dalam menabung di bank Syariah.
3. Prinsip amanah bank (Z) tidak dapat memoderasi variabel PAKSERV kualitas layanan (X1). Hal tersebut di buktikan dalam hasil output spss menyatakan bahwa variabel prinsip Amanah merupakan variabel predictor moderasi (moderasi predictor) antara skala PAKSERV (X1) dan pemberian *reward*/hadiah (X2) terhadap kepuasan menabung (Y), karena pengaruh dari Z terhadap Y pada estimasi pertama signifikan dan pengaruh Interaksi $X1*Z$ pada estimasi kedua tidak signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak.
4. Prinsip amanah bank (Z) tidak dapat memoderasi variabel pemberian *reward*/hadiah (X2). Hal tersebut di buktikan dalam hasil output spss menyatakan bahwa variabel prinsip Amanah merupakan variabel predictor

moderasi (moderasi predictor) antara skala PAKSERV (X1) dan pemberian *reward*/hadiah (X2) terhadap kepuasan menabung (Y), karena pengaruh dari Z terhadap Y pada estimasi pertama signifikan dan pengaruh Interaksi X1*Z pada estimasi kedua tidak signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak.

5.2 KETERBATASAN PENELITIAN

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Faktor-faktor penyebab kepuasan nasabah dalam menabung sangat banyak, namun peneliti hanya menggunakan dua variabel independent yaitu skala PAKSERV dan pemberian *reward*.
2. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara online dalam memperoleh data, terkadang ada beberapa responden yang kurang memahami pertanyaan dan peneliti tidak dapat mendampingi langsung pengisian kuesioner oleh responden sehingga menimbulkan hasil pengolahan data yang kurang maksimal.

5.3 SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan adanya keterbatasan dalam penelitian ini, untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam menabung di bank Syariah. Maka peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya, untuk memperluas penelitian maka disarankan untuk melakukan penelitian dengan menambah dan mengembangkan variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dalam pengisian kuesioner responden dapat didampingi secara langsung agar informasi yang diperoleh lebih tepat.
3. Bank Syariah seharusnya lebih memperhatikan secara sungguh-sungguh faktor kualitas pelayanan yaitu berwujud (*tangibility*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), ketulusan (*sincerity*), personalisasi

(personalization), formalitas (*formality*), agar mampu meningkatkan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi di bank Syariah. Hal tersebut penting dilakukan untuk menjaga kualitas perbankan Syariah dan membuat nasabah bertahan untuk menggunakan jasa perbankan Syariah

Daftar Pustaka

- Al-Maraghi, Ahmad Mushthafa. *Tafsir Al-Maraghi, Jilid 2* (Daral-Fikr, tt.), h.70
- Amirullah, *Metode Penelitian Manajemen*, Malang: Ayumedia Publishing Malang, 2015.
- Damayanti, Sisca. 2016. *Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri cabang X*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, 9 (1), h.20
- Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.
- Duwi Priyanto, *SPSS Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate*, h.56
- HR. Ibnu Hibban dalam kitab Shahih-nya no.2427
- Hafidudin, Didin dan Hendri Tanjung.. *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani,2003.
- Herlambang, Susatyo. *Basic Marketing*.Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014.
- Husain, Saddan., dan Wahyuddin Abdullah. 2015. *Metafora Amanag Pengelolaan Dana Pihak Ketiga (DPK) Sebagai Penopang Asset Perbankan Syariah Ditinjau Dari Aspek Trilogi Akuntabilitas (Studi Kasus pada PT.Bank BNI Syariah Cabang Makassar*. Jurnal Iqtisaduna, 1 (2), hal.2-4
- Inayah, Nurul dan Sri Sudiarti.2017. *Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (studi kasus di PT.Puduarda Insani)* Jurnal At-Tawassuth 2 (1), h.191-214
- Lail, Jamalul., dan Ari Maulana. 2015. *Program Sentono Menabung*. Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan, 4 (1), hal.54
- Ma'rif, Syaiful. *Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah bertransaksi di Bank Syariah (studi kasus di BSM cabang Boyolali)* Publikasi Ilmiah Surakarta : UMS Surakarta, 2016.
- Mintarja, Endang., Ahsin Abdul Wahab dan Uki Masduki. 2017. *Hubungan Pengajaran Mata Kuliah Ekonomi Islam Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi, 1 (2), hal.4

Muhammad, Abu Bakar bin Abdullah Ibnul Araby, *Ahkam al-Qur'an, Jilid 1* (Dar al-Ma'rifat, Beirut, tt.),h.449

Pujihastuti, Isti. 2010. *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian*. Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah, 2(1), hal.44

Rasyid, Sulaiman. *Fiqih Islam (Hukum Fiqih Lengkap)*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, Cetakan Keempat,2007)

Ricki, Yuliardi dan Zuli N, *Statistika Penelitian Plus Total SPSS*, Yogyakarta : Innosain, 2017.

Siyoto, Sandu., dan M. Ali Sodik,. *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing,2015.

Sudarsono,*Kamus Agama Islam*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, Cet. Ke-1, 2003)

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*,(Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas, 2008)

Susepti, Amalia., Djamhur Hamid., & Andriani Kusumawati. 2017.“*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas tamu hotel (study tentang persepsi tamu hotel mahkota plengkung kabupaten Banyuwangi*” Jurnal Administrasi Bisnis. 50 (5), hal. 29

Sutrisni, Badri, *Metode Statistik untuk Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2012.

Tambunan, Monang Ranto, dan Inggrita Gusti Sari Nasution. 2013. *Analisis factor yang mempengaruhi yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank BCA kota Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Jilid 1, No.1

University, Binus. 2014. *Uji Validitas dan Reliabilitas*. <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/> (di akses pada 01 Januari 2021)

Uswatinnisa. *Implementasi Prinsip Amanah Dalam Pengelolaan Dana Pihak Ketiga Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.Cabang Pekanbaru)*. Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Sultan Syarif Kasim: Riau, 2011.

Utama, Agung. 2003.“*Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten*” Opsi, 1 (2), hal. 2-3

Wiratna dan Poly, *Statistika untuk Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pra Riset

Nama Lengkap :
Jenis Kelamin :
Angkatan :
Program Studi :

Pertanyaan-Pertanyaan :

1. Apakah anda memiliki tabungan di bank ?
(Ya/Tidak)
2. Apakah anda menggunakan bank Syariah dalam bertransaksi ?
(Ya/Tidak)

Lampiran 2 Data Jawaban Responden Pra Riset

No.	Memiliki Tabungan	Menggunakan Bank Syariah
1.	√	√
2.	√	√
3.	√	√
4.	√	-
5.	-	-
6.	√	√
7.	√	√
8.	√	-
9.	√	√
10.	√	-
11.	√	√

12.	√	√
13.	√	√
14.	√	√
15.	√	-
16.	-	-
17.	√	-
18.	√	√
19.	√	√
20.	√	√
21.	√	√
22.	√	√
23.	√	√
24.	√	√
25.	√	√
26.	√	√
27.	√	-
28.	√	√
29.	√	√
30.	√	√
31.	√	√
32.	√	√
33.	√	√
34.	√	√
35.	√	√
36.	√	√
37.	√	√

38.	√	√
39.	√	√
40.	√	√
41.	√	-
42.	√	√
43.	√	√
44.	√	√
45.	√	√
46.	√	√
47.	√	√
48.	√	√
49.	√	-
50.	√	√
51.	√	√
52.	√	√
53.	√	√
54.	√	-
55.	√	√
56.	√	-
57.	√	√
58.	√	√
59.	√	√
60.	√	√

KUESIONER PENELITIAN

A. Pengantar

Perkenalkan saya Nafkhotul Islahiyah, mahasiswa prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Saya sedang melakukan penelitian dalam menyelesaikan tugas akhir atau skripsi pada prodi S1 Perbankan Syariah.

Dalam rangka penelitian, dengan ini saya mohon bantuan saudara/i untuk bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Untuk itu saya mohon saudara/i mengisi pertanyaan yang ada di kuesioner ini dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Sehubungan dengan hal tersebut maka jawaban responden diharapkan objektif.

Adapun penelitian ini berjudul **“PAKSERV Kualitas Layanan dan Pemberian Reward/Hadiah Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menabung di Bank Syariah Dengan Prinsip Amanah Bank Sebagai Variabel Moderasi”**. Atas kesediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

B. Biodata Responden (isi/check list “v”)

Nama Lengkap :

NIM :

Jenis Kelamin :

Laki- Laki Perempuan

Prodi :

S1 Perbankan Syariah D3 Perbankan Syari S1
Ekonomi Islam
 S1 Manajemen S1 Akuntansi Syariah

Mahasiswa Angkatan :

Rekening yang saudara/i miliki :

BRI Syariah Mandiri Syariah Bank
Muamalat

BNI Syariah BPD Jateng S ah Lainnya

Selama 6 bulan terakhir transaksi yang saudara/i lakukan :

Tidak Pernah Kurang dari 5 kali 5-10 Lebih dari 10 kali

Jasan layanan bank yang sering digunakan :

Tabungan Syariah Deposito Syariah Pembiayaan Syariah Lainnya

C. Petunjuk Pengisian

Bacalah dengan teliti pernyataan berikut dan pilihlah satu jawaban yang sesuai menekan pada kolom yang sesuai dengan apa yang saudara/i ketahui. Dengan petunjuk sebagai berikut :

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

DAFTAR PERNYATAAN

1. Variabel X1, PAKSERV Kualitas Layanan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Alat dan perlengkapan yang digunakan oleh bank Syariah sudah modern					
2.	Fasilitas yang ditawarkan bank Syariah cukup menarik					
3.	Di bank Syariah, layanan yang dijanjikan sebenarnya tersedia setiap saat					
4.	Spesifikasi layanan diikuti oleh bank Syariah					

5. Bank syariah menawarkan investasi yang aman secara finansial
6. Pegawai bank Syariah memiliki kompetensi untuk bekerja secara profesional
7. Di bank Syariah, minat nasabah diambil dari hati
8. Pegawai bank Syariah berperilaku baik
9. Nasabah diberi perhatian pribadi di bank Syariah
10. Di bank Syariah, ada solusi khusus yang disediakan untuk masalah nasabah
11. Pegawai bank Syariah tidak menggunakan bahasa yang kasar
12. Pegawai bank Syariah memperhatikan penuh kepada pelanggan
13. lokasi bank syariah tidak strategis sehingga sulit dijangkau
14. Pegawai tidak memiliki pengetahuan tentang produk bank Syariah

2. Variabel X2, Pemberian *Reward/Hadiah*

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tertarik menggunakan bank Syariah karena ada program tabungan berhadiah menarik					

2. Dengan adanya program tabungan berhadiah, saya semakin semangat dalam menabung
3. Saya bertahan menjadi nasabah bank Syariah karena ada program tabungan berhadiah yang menarik
4. Program tabungan berhadiah tidak membuat saya tertarik untuk menabung di bank Syariah

3. Variabel Y, Kepuasan Nasabah

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Bank Syariah memberikan layanan sesuai yang diharapkan					
2.	Fasilitas yang ada di bank Syariah sangat lengkap sehingga saya akan menggunakan jasa bank Syariah kembali					
3.	Pelayanan bank Syariah yang memuaskan akan membuat kita bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain					
4.	Pelayanan di bank Syariah tidak dapat memenuhi harapan saya karena pembiayaan di bank Syariah lebih mahal dan lebih lama prosedurnya					

4. Variabel Z, Prinsip Amanah Bank

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Bank syariah di Indonesia tidak menggunakan sistem bunga/riba					
2.	Bank Syariah dalam melakukan transaksi objeknya jelas sehingga tidak menimbulkan keraguan dalam bertransaksi (tidak gharar)					
3.	Di bank Syariah tidak ada transaksi yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan karena hal tersebut tidak sesuai dengan prinsip ekonomi Islam (tidak ada maisyir)					
4.	Bank Syariah belum sepenuhnya menjalankan konsep berdasarkan prinsip syariah					

Lampiran 4 Data Jawaban Responden Penelitian

a. Variabel X1, PAKSERV Kualitas Layanan

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	TOTAL X1
1.	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	58
2.	4	4	3	3	4	4	3	5	3	3	4	4	3	4	51
3.	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	2	5	60
4.	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	63
5.	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	2	57
6.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	66
7.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	53
8.	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	2	3	53
9.	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	51
10.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	52
11.	4	5	3	4	5	4	3	5	5	3	5	4	4	4	58
12.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	50
13.	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	61
14.	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	62
15.	5	4	4	4	3	5	5	4	3	4	5	2	3	4	55
16.	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	2	2	52
17.	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	52
18.	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	51
19.	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	53
20.	4	4	4	5	5	5	5	5	2	4	5	5	3	4	60
21.	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	3	60
22.	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	2	4	57
23.	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	55
24.	3	4	3	4	5	5	5	3	4	5	5	3	5	3	57
25.	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	59
26.	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	63
27.	3	2	3	3	3	3	3	5	2	3	5	3	3	4	45
28.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	67
29.	5	4	4	5	5	5	3	5	3	4	5	4	3	5	60
30.	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	49
31.	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	57
32.	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	53
33.	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	54
34.	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	59
35.	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	5	3	3	4	49

36.	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	5	57
37.	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	62
38.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	55
39.	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	59
40.	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	50
41.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	66
42.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	68
43.	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	5	4	3	4	52
44.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	54
45.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	54
46.	5	5	5	5	5	5	3	5	4	3	5	5	3	5	63
47.	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	46
48.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	56
49.	4	3	3	3	5	4	3	5	4	3	5	4	5	5	56
50.	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	49
51.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	65
52.	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	67
53.	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	65
54.	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	2	3	45
55.	4	4	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	50
56.	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	43
57.	3	3	3	3	3	5	3	5	2	3	5	5	4	3	50
58.	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	51
59.	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	50
60.	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	66
61.	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	61
62.	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	51
63.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	59
64.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	52
65.	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	5	53
66.	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	2	57
67.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
68.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	52
69.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	68
70.	4	4	4	4	5	3	4	5	4	3	5	4	4	3	56
71.	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	3	5	4	3	56
72.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	55
73.	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	51
74.	4	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	4	3	42

75.	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	5	5	57
76.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	68
77.	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	3	59
78.	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	3	4	60
78.	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	47
80.	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	5	4	3	3	55
81.	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	54
82.	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	52
83.	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	2	3	54
84.	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	52
85.	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	55
86.	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	45
87.	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	66
88.	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	2	3	46
89.	4	5	5	3	3	4	5	5	4	4	5	5	3	5	60
90.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
91.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	66
92.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	58
93.	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	48
94.	4	4	3	4	5	4	5	5	4	3	5	4	3	4	57
95.	4	4	5	5	4	2	3	4	3	3	5	4	2	2	50
96.	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	49

b. Variabel X2, Pemberian Reward/Hadiah

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL iX2
1.	4	4	4	4	16
2.	2	3	3	2	10
3.	3	3	3	3	12
4.	3	4	3	3	13
5.	4	4	4	3	15
6.	5	5	5	1	16
7.	4	4	4	2	14
8.	3	3	4	3	13
9.	3	3	3	3	12
10.	4	4	4	2	14
11.	5	5	5	4	19
12.	3	4	4	4	15
13.	5	5	5	1	16

14.	4	4	4	2	14
15.	3	4	3	3	13
16.	3	3	4	2	12
17.	2	3	3	3	11
18.	4	4	2	3	13
19.	3	4	4	2	13
20.	4	4	4	4	16
21.	2	3	4	2	11
22.	4	4	3	2	13
23.	4	4	4	2	14
24.	3	4	4	5	16
25.	4	4	4	4	16
26.	3	4	3	3	13
27.	4	3	4	3	14
28.	5	5	5	3	18
29.	3	4	3	5	15
30.	3	3	3	5	14
31.	3	3	3	4	13
32.	3	3	3	3	12
33.	4	3	4	3	14
34.	4	4	4	3	15
35.	3	3	3	3	12
36.	3	3	3	3	12
37.	3	4	4	3	14
38.	3	3	3	3	12
39.	4	4	4	2	14
40.	3	3	3	3	12
41.	5	5	5	1	16
42.	5	5	5	1	16
43.	3	3	3	3	12
44.	4	4	4	2	14
45.	3	4	3	3	13
46.	3	5	4	3	15
47.	4	4	2	5	15
48.	3	4	4	3	14
49.	3	3	3	5	14
50.	2	3	2	3	10
51.	4	3	4	4	15
52.	3	3	3	5	14

53.	5	3	4	4	16
54.	4	4	2	4	14
55.	3	3	2	3	11
56.	2	4	2	4	12
57.	2	3	2	3	10
58.	3	3	3	3	12
59.	4	3	3	3	13
60.	3	3	3	4	13
61.	4	3	4	2	13
62.	4	5	4	2	15
63.	3	3	3	3	12
64.	4	4	4	3	15
65.	3	3	3	4	13
66.	4	3	4	1	12
67.	3	3	3	3	12
68.	4	4	4	2	14
69.	3	4	4	3	14
70.	4	4	3	5	16
71.	3	3	3	3	12
72.	3	3	3	2	11
73.	3	3	3	3	12
74.	2	2	2	4	10
75.	4	4	4	5	17
76.	5	5	5	4	19
77.	4	4	4	3	15
78.	5	4	3	4	16
79.	4	4	4	2	14
80.	4	5	5	4	18
81.	3	3	3	3	12
82.	3	3	3	3	12
83.	4	4	3	3	14
84.	3	3	2	3	11
85.	3	3	3	2	11
86.	4	3	3	3	13
87.	4	3	5	3	15
88.	3	4	4	3	14
89.	4	3	4	5	16
90.	3	3	3	3	12
91.	5	3	4	3	15

92.	3	3	3	3	12
93.	3	4	4	3	14
94.	3	3	4	2	12
95.	3	3	3	3	12
96.	3	3	3	3	12

c. Variabel Y, Kepuasan Nasabah

No.	Kepuasan Mahasiswa Dalam Menabung				Total iY
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1.	4	4	4	4	16
2.	4	4	4	4	16
3.	5	4	4	4	17
4.	5	5	5	4	19
5.	5	5	5	4	19
6.	5	5	5	3	18
7.	4	4	4	4	16
8.	3	3	3	2	11
9.	4	4	4	3	15
10.	4	4	4	2	14
11.	4	4	4	3	15
12.	4	4	4	4	16
13.	4	4	5	3	16
14.	5	4	5	5	19
15.	5	4	5	5	19
16.	4	4	4	2	14
17.	3	3	3	3	12
18.	4	3	4	4	15
19.	4	3	3	2	12
20.	4	3	4	4	15
21.	4	4	4	1	13
22.	4	4	4	4	16
23.	5	5	5	1	16
24.	4	4	5	5	18
25.	4	4	5	4	17
26.	4	4	5	2	15
27.	3	2	4	4	13
28.	5	5	5	1	16
29.	4	5	4	3	16

30.	3	3	3	4	13
31.	4	4	4	4	16
32.	3	3	3	3	12
33.	3	4	3	1	11
34.	4	4	5	3	16
35.	4	3	3	4	14
36.	4	3	4	3	14
37.	4	4	4	4	16
38.	4	4	4	2	14
39.	5	4	4	2	15
40.	4	3	3	4	14
41.	5	5	5	4	19
42.	5	5	5	3	18
43.	4	3	4	4	15
44.	4	4	4	2	14
45.	4	3	3	3	13
46.	5	5	5	5	20
47.	3	3	3	4	13
48.	4	4	4	4	16
49.	4	4	5	5	18
50.	3	3	3	3	12
51.	5	5	5	4	19
52.	5	3	5	5	18
53.	5	5	5	5	20
54.	3	3	4	4	14
55.	4	4	3	4	15
56.	4	4	4	4	16
57.	3	3	4	4	14
58.	4	3	3	5	15
59.	4	3	4	2	13
60.	5	4	4	5	18
61.	4	4	4	2	14
62.	4	4	4	3	15
63.	4	4	4	5	17
64.	4	4	4	2	14
65.	4	4	4	4	16
66.	5	5	5	3	18
67.	4	4	4	4	16
68.	4	4	4	2	14

69.	5	5	5	5	20
70.	4	4	5	4	17
71.	4	4	5	4	17
72.	4	4	4	3	15
73.	4	3	4	2	13
74.	2	2	2	3	9
75.	4	4	4	2	14
76.	5	5	5	4	19
77.	5	4	5	3	17
78.	5	4	4	4	17
79.	3	3	3	2	11
80.	4	4	4	3	15
81.	4	3	4	4	15
82.	3	2	3	3	11
83.	4	4	4	3	15
84.	4	4	4	4	16
85.	4	4	4	3	15
86.	3	3	3	4	13
87.	5	5	5	5	20
88.	4	4	4	5	17
89.	4	3	4	4	15
90.	3	3	3	3	12
91.	5	5	5	3	18
92.	4	4	4	4	16
93.	4	3	4	3	14
94.	5	3	4	3	15
95.	4	4	4	3	15
96.	3	3	3	3	12

d. Variabel Z, Prinsip Amanah Bank

No.	Prinsip Amanah Bank Sebagai Variabel Moderasi				Total iZ
	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	
1.	5	4	4	4	17
2.	4	4	4	3	15
3.	5	5	5	2	17
4.	4	5	4	3	16
5.	5	5	5	4	19
6.	5	5	5	4	19

7.	5	5	4	3	17
8.	4	4	4	3	15
9.	3	4	3	3	13
10.	4	4	4	2	14
11.	5	5	4	2	16
12.	4	4	4	4	16
13.	5	4	5	1	15
14.	4	4	4	2	14
15.	4	5	5	3	17
16.	4	4	4	3	15
17.	3	3	3	3	12
18.	3	4	4	2	13
19.	4	4	4	3	15
20.	5	4	4	4	17
21.	5	4	4	3	16
22.	5	5	5	4	19
23.	5	5	5	3	18
24.	5	5	5	4	19
25.	5	5	5	5	20
26.	5	5	5	3	18
27.	3	4	4	3	14
28.	5	5	5	4	19
29.	3	5	5	3	16
30.	4	3	4	3	14
31.	5	5	5	5	20
32.	1	3	3	3	10
33.	5	4	4	3	16
34.	5	5	5	3	18
35.	4	3	3	3	13
36.	5	4	4	3	16
37.	5	5	5	4	19
38.	5	5	5	3	18
39.	4	4	5	2	15
40.	4	3	2	4	13
41.	5	5	5	4	19
42.	5	5	5	4	19
43.	5	4	3	3	15
44.	4	4	4	2	14
45.	4	4	4	2	14

46.	4	5	5	2	16
47.	3	3	3	3	12
48.	3	3	3	3	12
49.	5	4	5	4	18
50.	4	4	4	2	14
51.	5	5	5	3	18
52.	5	5	5	5	20
53.	5	5	5	4	19
54.	3	3	3	2	11
55.	4	4	4	2	14
56.	5	4	4	2	15
57.	4	4	4	2	14
58.	3	4	4	3	14
59.	4	4	4	3	15
60.	4	4	4	5	17
61.	4	4	4	4	16
62.	3	4	4	2	13
63.	4	4	4	3	15
64.	4	4	4	2	14
65.	4	4	4	4	16
66.	5	5	5	3	18
67.	5	5	5	4	19
68.	4	4	4	2	14
69.	4	5	5	2	16
70.	5	5	5	2	17
71.	3	4	3	4	14
72.	4	4	4	2	14
73.	4	4	4	2	14
74.	4	2	3	3	12
75.	5	4	4	3	16
76.	5	5	5	2	17
77.	3	3	3	2	11
78.	5	5	5	2	17
79.	4	4	4	2	14
80.	5	4	4	3	16
81.	4	4	3	3	14
82.	4	4	4	2	14
83.	5	4	5	3	17
84.	4	4	4	2	14

85.	4	4	4	3	15
86.	3	4	3	2	12
87.	5	5	5	4	19
88.	4	4	4	3	15
89.	5	5	5	3	18
90.	3	3	3	3	12
91.	4	5	5	3	17
92.	4	4	4	4	16
93.	4	4	3	3	14
94.	5	5	4	3	17
95.	2	3	2	3	10
96.	4	4	4	2	14

Lampiran 5 Hasil Output - SPSS Uji Validitas

a. Uji Validitas Variabel PAKSERV Kualitas Layanan (X1)

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	skor_total
X1.1 Pearson Correlation	1	.512**	.477**	.518**	.356**	.385**	.342**	.373**	.343**	.307**	.230*	.307**	-.109	-.053	.542**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.002	.024	.002	.289	.609	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.2 Pearson Correlation	.512**	1	.543**	.516**	.480**	.455**	.417**	.259*	.479**	.420**	.162	.388**	-.060	-.103	.601**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.011	.000	.000	.115	.000	.565	.317	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.3 Pearson Correlation	.477**	.543**	1	.575**	.395**	.288**	.305**	.352**	.296**	.410**	.280**	.422**	-.158	-.124	.563**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.004	.003	.000	.003	.000	.006	.000	.124	.228	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.4 Pearson Correlation	.518**	.516**	.575**	1	.574**	.479**	.502**	.527**	.468**	.547**	.344**	.492**	-.107	-.098	.710**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.301	.342	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

X1.5	Pearson Correlation	.356**	.480**	.395**	.574**	1	.510**	.398**	.448**	.536**	.447**	.377**	.467**	.013	-.003	.686**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.900	.976	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	.385**	.455**	.288**	.479**	.510**	1	.578**	.530**	.400**	.579**	.508**	.546**	-.078	.119	.726**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.004	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.452	.247	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.7	Pearson Correlation	.342**	.417**	.305**	.502**	.398**	.578**	1	.458**	.465**	.676**	.327**	.409**	-.111	-.119	.647**
	Sig. (2- tailed)	.001	.000	.003	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.280	.249	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.8	Pearson Correlation	.373**	.259*	.352**	.527**	.448**	.530**	.458**	1	.501**	.483**	.603**	.690**	-.172	.058	.703**
	Sig. (2- tailed)	.000	.011	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.093	.572	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.9	Pearson Correlation	.343**	.479**	.296**	.468**	.536**	.400**	.465**	.501**	1	.539**	.330**	.586**	-.035	-.165	.670**
	Sig. (2- tailed)	.001	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.731	.109	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

X1.10	Pearson Correlation	.307**	.420**	.410**	.547**	.447**	.579**	.676**	.483**	.539**	1	.351**	.560**	.018	-.046	.740**
	Sig. (2- tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.862	.657	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.11	Pearson Correlation	.230*	.162	.280**	.344**	.377**	.508**	.327**	.603**	.330**	.351**	1	.437**	-.087	.183	.596**
	Sig. (2- tailed)	.024	.115	.006	.001	.000	.000	.001	.000	.001	.000		.000	.400	.074	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.12	Pearson Correlation	.307**	.388**	.422**	.492**	.467**	.546**	.409**	.690**	.586**	.560**	.437**	1	.055	.049	.755**
	Sig. (2- tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.597	.636	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.13	Pearson Correlation	-.109	-.060	-.158	-.107	.013	-.078	-.111	-.172	-.035	.018	-.087	.055	1	.394**	.173
	Sig. (2- tailed)	.289	.565	.124	.301	.900	.452	.280	.093	.731	.862	.400	.597		.000	.092
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.14	Pearson Correlation	-.053	-.103	-.124	-.098	-.003	.119	-.119	.058	-.165	-.046	.183	.049	.394**	1	.225*
	Sig. (2- tailed)	.609	.317	.228	.342	.976	.247	.249	.572	.109	.657	.074	.636	.000		.028
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

skor_to Pearson																
al	Correlati	.542**	.601**	.563**	.710**	.686**	.726**	.647**	.703**	.670**	.740**	.596**	.755**	.173	.225*	1
	on															
	Sig. (2-	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.092	.028	
	tailed)															
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

b. Uji Validitas Variabel Pemberian *Reward/Hadiah* (X2)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	skor_total
X1.1	Pearson Correlation	1	.721**	.801**	.031	.871**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.766	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.721**	1	.695**	-.033	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.751	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.801**	.695**	1	-.048	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.641	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.031	-.033	-.048	1	.374**
	Sig. (2-tailed)	.766	.751	.641		.000
	N	96	96	96	96	96
skor_total	Pearson Correlation	.871**	.808**	.830**	.374**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

c. Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	skor_total
Y1	Pearson Correlation	1	.726**	.760**	.197	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.054	.000
	N	96	96	96	96	96
Y2	Pearson Correlation	.726**	1	.719**	.047	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.646	.000
	N	96	96	96	96	96
Y3	Pearson Correlation	.760**	.719**	1	.213*	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.037	.000
	N	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.197	.047	.213*	1	.582**
	Sig. (2-tailed)	.054	.646	.037		.000
	N	96	96	96	96	96
skor_total	Pearson Correlation	.836**	.766**	.846**	.582**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

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

d. Uji Validitas Variabel Prinsip Amanah Bank (Z)

		Correlations				
		Z1	Z2	Z3	Z4	skor_total
Z1	Pearson Correlation	1	.635**	.663**	.254*	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.013	.000
	N	96	96	96	96	96
Z2	Pearson Correlation	.635**	1	.827**	.211*	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.039	.000
	N	96	96	96	96	96
Z3	Pearson Correlation	.663**	.827**	1	.154	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.133	.000
	N	96	96	96	96	96
Z4	Pearson Correlation	.254*	.211*	.154	1	.557**
	Sig. (2-tailed)	.013	.039	.133		.000
	N	96	96	96	96	96
skor_total	Pearson Correlation	.830**	.847**	.842**	.557**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

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

Lampiran 6 Hasil Output - SPSS Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Variabel PAKSERV Kualitas Layanan (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	14

b. Uji Reliabilitas Variabel Pemberian *Reward/Hadiah* (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.666	4

c. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.701	4

d. Uji Reliabilitas Variabel Prinsip Amanah Bank (Z)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	4

Lampiran 7 – Hasil SPSS Uji Normalitas One – Sample KS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67305962
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.048
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.613
Asymp. Sig. (2-tailed)		.846

a. Test distribution is Normal

Lampiran 8 – Hasil SPSS Uji Multikolinieritas

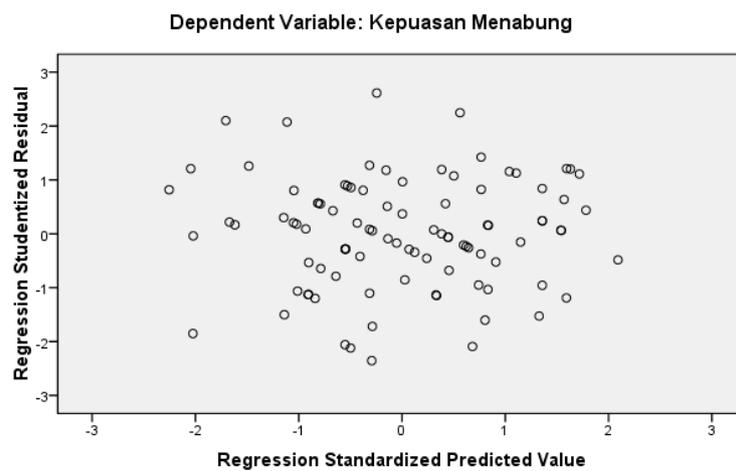
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.080	1.549		.697	.487		
PAKSERV							
Kualitas Layanan	.193	.037	.521	5.253	.000	.564	1.774
Pemberian Reward/Hadiah	.002	.070	.002	.027	.979	.780	1.282
Prinsip Amanah Bank	.237	.098	.239	2.420	.017	.569	1.758

a. Dependent Variable:
Kepuasan Menabung

Lampiran 9 - Hasil SPSS Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Lampiran 10 – Hasil SPSS Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.571	1.575		.997	.321
PAKSERV Kualitas Layanan	.243	.031	.655	7.743	.000
Pemberian Reward/Hadiah	.038	.070	.045	.536	.593

a. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

Lampiran 11 – Hasil SPSS Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.251	1.196		3.554	.001
PAKSERV Kualitas Layanan	.063	.024	.203	2.655	.009
Pemberian Reward/Hadiah	.442	.053	.637	8.340	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

Lampiran 12 – Hasil SPSS Uji F (Anova)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	237.657	2	118.828	39.071	.000 ^a
	Residual	282.843	93	3.041		
	Total	520.500	95			

a. Predictors: (Constant), Pemberian Reward/Hadiah, PAKSERV Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

Lampiran 13 – Hasil SPSS Uji Koefisien determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.457	.445	1.744

a. Predictors: (Constant), Pemberian Reward/Hadiah, PAKSERV Kualitas Layanan

Lampiran 14 – Hasil SPSS Uji Moderated Regeression Analysis (MRA)

Meregresikan variabel bebas Skala PAKSERV (X1) dan Pemberian *Reward*/Hadiah (X2) terhadap variabel terikat Kepuasan Menabung (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	237.657	2	118.828	39.071	.000 ^a
	Residual	282.843	93	3.041		
	Total	520.500	95			

a. Predictors: (Constant), Pemberian reward, Skala Pakserv

b. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.571	1.575		.997	.321
	Skala Pakserv	.243	.031	.655	7.743	.000
	Pemberian reward	.038	.070	.045	.536	.593

a. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

Meregresikan variabel bebas Skala PAKSERV (X1) dan Pemberian *Reward*/Hadiah (X2) dan variabel yang di hipotesiskan sebagai variabel moderasi Prinsip Amanah (Z) terhadap variabel terikat Kepuasan Menabung (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.080	1.549		.697	.487
	Skala Pakserv	.193	.037	.521	5.253	.000
	Pemberian reward	.002	.070	.002	.027	.979
	Prinsip Amanah	.237	.098	.239	2.420	.017

a. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

Meresgresikan variabel bebas Skala PAKSERV (X1) dan Pemberian *Reward*/Hadiah (X2) dan variabel yang di hipotesiskan sebagai variabel moderasi Prinsip Amanah (Z) terhadap variabel terikat Kepuasan Menabung (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.080	1.549		.697	.487
	Skala Pakserv	.193	.037	.521	5.253	.000
	Pemberian reward	.002	.070	.002	.027	.979
	Prinsip Amanah	.237	.098	.239	2.420	.017

a. Dependent Variable: Kepuasan Menabung

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama lengkap : Nafkhotul Islahiyyah
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 06 Maret 1999
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl.proklamasi no.12 Rt.02/Rw.01, Karawaci, Kota Tangerang,
Banten.
Nomor telepon/ HP : - / 0895364142960
Email : islahiyyah85@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

- | | |
|----------------------------|-------------------|
| 1. TK Islam Al-Kautsar | Tahun 2004 – 2005 |
| 2. SDN Cibodas | Tahun 2005 -2011 |
| 3. SMP Negeri 13 Tangerang | Tahun 2011 – 2014 |
| 4. MAN 1 Tangerang | Tahun 2014 – 2017 |
| 5. UIN Walisongo Semarang | Tahun 2017 – 2021 |

PENGALAMAN ORGANISASI

- | | |
|-----------------------------|-------------------|
| 1. PMII Rayon Ekonomi | Tahun 2018 -2020 |
| 2. HMJ S1 Perbankan Syariah | Tahun 2018 – 2019 |
| 3. DEMA Fakultas Ekonomi | Tahun 2019 – 2020 |

Demikian riwayat hidup ini, saya buat dengan sebenar – benarnya untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 17 Mei 2021

Nafkhotul Islahiyyah