

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH BANK
SYARIAH INDONESIA
(Studi Masyarakat Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes)**

SKRIPSI

**Disusun Guna Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
Dalam Ilmu Perbankan Syariah**



Disusun Oleh :

YUNIA RAHMAWATI

NIM 1905036135

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi
A.n. Yunia Rahmawati

Kpd Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

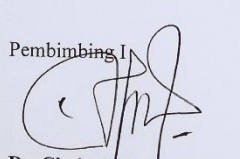
Nama : Yunia Rahmawati
NIM : 1905036135
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi :“**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Nasabah Bank BSI KCP Brebes Sudirman Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes)**”.

Demikian ini kami mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Demikian atas perhatiannya, harap jadi maklum dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

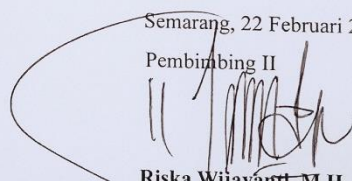
Pembimbing I


Dr. Choirul Huda, M.Ag.

NIP: 197601092005011002

Semarang, 22 Februari 2023

Pembimbing II


Riska Wijayanti, M.H.

NIP: 199304082019032019

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus 3) Ngaliyan, Telp./Fax. : (024) 7601291, 7624691,
Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Nama: Yunia Rahmawati

NIM : 1905036135

Judul : "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Masyarakat Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes)".

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus pada tanggal: 29 Maret 2023.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) tahun akademik 2022/2023.

Mengetahui,

Semarang, 08 Mei 2023

Ketua Sidang

Ana Zahrotun Nihayah, M.A.
NIP. 198907082019032018

Sekretaris Sidang

Riska Wijayanti, M.H.
NIP. 199304082019032019

Penguji I

Dr. Maltuf Fitri, SE, M.St.
NIP. 197410162003121003

Penguji II

Ferry Khosrul Mubarak, M.A.
NIP. 199005242018011001

Pembimbing I

Dr. Choirul Huda, M.Ag.
NIP. 197601092005011002

Pembimbing II

Riska Wijayanti, M.H.
NIP. 199304082019032019

NOTA PEMBIMBING



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Jl. Prof. DR. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50183
Website : febl.walisongo.ac.id - Email : febl@walisongo.ac.id*

Nomor : 1440/Un.10.5/D.1/TA.00.01/4/2022 25 April 2022
Lampiran : -
Hal : Penunjukan menjadi Dosen Pembimbing Skripsi

Kepada Yth.
Choirul Huda, M.Ag,
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pengajuan proposal tugas akhir mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Yunia Rahmawati
NIM : 1905036135
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH DI BANK
SYARIAH

Maka, kami berharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan :

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahannya Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan tugas akhir.

Untuk membantu tugas saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II saudara Riska Wijayanti, SH., MH.

Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.



Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan

MOTTO

“GAGAL BERAWAL DARI RASA TAKUT YANG TIDAK DILAWAN”¹

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”.²

(Q.S. Asy-Syarah: 5-6)

¹ Uyo Yahya, <https://mamikos.com/info/motto-hidup-aesthetic-singkat-gnr/>, diakses 1 Februari 2023.

² Q.S. Asy-Syarah (94): 5-6

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang menguasai seluruh alam, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah kepada seluruh hamba-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW sehingga kita mendapatkan syafa'atnya hingga akhir nanti. Aamiin aamiin yaa rabbal 'aalamiin. Skripsi ini penulis persembahkan kepada orang-orang yang penulis cintai dan penulis banggakan. Oleh karena itu, dengan perasaan bahagia penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Carto dan Ibu Sariah yang sudah memberikan do'a terbaik, dukungan, kasih sayang dan motivasi terbesar bagi penulis.
2. Kakak-kakak penulis (Wahidin, Asep Saripudin, dan Edi Kuswenda) dan adik penulis (Widia Khoerunnisa) yang sudah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
3. Keluarga besar Bani Karta yang sudah memberikan banyak do'a dan dukungan kepada penulis.
4. Seseorang yang turut ikut serta memberikan support, semangat dan do'a kepada penulis yaitu Beni Akbar Patah.

DEKLARASI

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yunia Rahmawati

NIM : 1905036135

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Nasabah Bank BSI KCP Brebes Sudirman Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes)”.

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 22 Februari 2023


Yunia Rahmawati

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang sangat penting dalam skripsi karena pada umumnya terdapat istilah arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf arab dan disalin ke huruf latin. Dengan berpedoman pada surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	đ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan nada (’).

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـي...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
ـِـو...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

1. كَتَبَ kataba
2. فَعَلَ fa`ala
3. سئِلَ suila
4. كَيْفَ kaifa
5. حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـا...ِـي...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ـِـي...ِـي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
ـِـو...ِـي	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

1. قَالَ qāla
2. رَمَى ramā
3. قِيلَ qīla
4. يَقُولُ yaqūlu

D. Kata Sandangan

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “1” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- | | |
|---------------|------------|
| 1. الرَّجُلُ | ar-rajulu |
| 2. الْقَلَمُ | al-qalamu |
| 3. الشَّمْسُ | asy-syamsu |
| 4. الْجَلَالُ | al-jalālu |

ABSTRAK

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia yang cukup pesat, salah satunya dengan adanya *merger* dari 3 bank syariah. Hal tersebut berdampak pada total aset yang semakin besar. Sebelum terjadinya merger, aset yang dimiliki oleh masing-masing bank syariah tersebut yaitu Bank BSM sebesar Rp. 114,4 triliun, Bank BRIS sebesar Rp. 49,6 triliun, dan Bank BNI Syariah sebesar Rp. 50,78 triliun. Setelah adanya merger total aset mencapai Rp. 214,78 triliun. Dengan hal tersebut diharapkan Bank BSI mampu menjadi 10 besar perbankan syariah secara global yang dapat menjangkau seluruh segmen masyarakat. Namun pada kenyataannya Bank BSI belum mampu menjangkau seluruh segmen masyarakat seperti di Kecamatan Ketanggungan yang dominan menjadi nasabah Bank Konvensional.

Salah satu poin penting yang harus diperhatikan oleh bank syariah terutama Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah faktor-faktor apa yang menjadi alasan masyarakat tidak memilih Bank Syariah Indonesia (BSI). Agar Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat melakukan evaluasi terhadap strateginya, terutama yang mengacu pada pelayanan, fasilitas, produk dan lokasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor pelayanan, fasilitas, produk dan lokasi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Jenis penelitiannya adalah penelitian kuantitatif dan Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelayanan dan Produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, dengan Pelayanan nilai t hitung sebesar 2,197 dan nilai signifikansi yaitu 0,030. Produk nilai t hitung sebesar 4,109 dan nilai signifikansi 0,000. Sedangkan Fasilitas dan Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, dengan Fasilitas nilai t hitung sebesar 0,869 dan nilai signifikansi 0,378. Lokasi nilai t hitung sebesar 1,404 dan nilai signifikansi 0,164.

Kata Kunci : Pelayanan, Fasilitas, Produk, Lokasi, Minat Masyarakat

ABSTRACT

The development of Islamic banking in Indonesia is quite rapid, one of which is the merger of 3 Islamic banks. This has an impact on the total assets that are getting bigger. Prior to the merger, the assets owned by each Islamic bank, namely Bank BSM, amounted to Rp. 114.4 trillion, Bank BRIS of Rp. 49.6 trillion, and Bank BNI Syariah of Rp. 50.78 trillion. After the merger, the total assets reached Rp. 214.78 trillion. With this, it is hoped that Bank BSI will be able to become the top 10 sharia banking globally that can reach all segments of society. However, in reality Bank BSI has not been able to reach all segments of society, such as in the Keuntungan District, which is dominantly a customer of Conventional Banks.

One of the important points that must be considered by Islamic banks, especially Bank Syariah Indonesia (BSI) is what factors are the reasons why people do not choose Bank Syariah Indonesia (BSI). So that Bank Syariah Indonesia (BSI) can evaluate its strategy, especially those that refer to services, facilities, products and locations. This study aims to analyze the influence of service factors, facilities, products and locations on people's interest in becoming customers of Bank Syariah Indonesia. This type of research is quantitative research and the data analysis technique used is multiple linear regression which is processed using the SPSS version 22 application.

The results of the study show that services and products have a significant effect on people's interest in becoming customers of Bank Syariah Indonesia, with a t-count value of 2.197 and a significance value of 0.030. The calculated t-value product is 4.109 and a significance value of 0.000. Meanwhile, facilities and locations do not significantly influence public interest in becoming customers of Bank Syariah Indonesia, with a t-value facility of 0.869 and a significance value of 0.378. The location of the calculated t value is 1.404 and a significance value of 0.164.

Keywords: Services, Facilities, Products, Location, Public Interest

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmannirohim

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan beribu-ribu nikmat, taufiq, hidayah, serta inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Nasabah Bank BSI KCP Brebes Sudirman Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes)”**. dengan lancar. Tak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, jendral kita, sang pelupuk mata hati kita yakni habibana wanabiana Nabi Muhammad SAW. Berserta keluarganya, para sahabatnya, dan pengikutnya sehingga kita senantiasa mendapatkan syafaat dari beliau hingga akhir nanti. Aminn Amin Yarobbal Alamin.

Dalam tulisan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesulitan dalam melakukan penelitian. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufik, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. M. Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta jajarannya.
4. Ibu Heny Yuningrum, S.E, M.Si., selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah, dan Ibu Muyassarah, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan S1 Perbankan Syariah.
5. Bapak Dr. Choirul Huda, M.Ag., sebagai Dosen Pembimbing I dan Ibu Riska Wijayanti, M.H., sebagai Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, kritik dan saran kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi sehingga dapat penulis selesaikan dengan baik.

6. Segenap Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan Ilmu serta pengetahuan selama menuntut ilmu di kampus UIN Walisongo Semarang. Tidak lupa kepada Ibu Cita Sary Dja'akum, M.E.I., sebagai Wali Dosen penulis, dan seluruh staf akademik Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam.
7. Bapak dan Ibu Bank Syariah Indonesia KCP Brebes Sudirman Ketanggungan Kabupaten Brebes yang telah membantu penulis memberikan beberapa informasi sehingga dapat membantu dalam penulisan skripsi kepada penulis.
8. Masyarakat Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes yang telah bersedia membantu penulis dalam menjalankan proses penelitian di tempat tersebut. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan kepada penulis.
9. Teman-teman Kost Pojok Elit terutama (Iis, Kak Ros, Ghifa, Wulan, Rima dan Aenun) yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
10. Serta kepada teman-teman dan seluruh pihak yang telah berkontribusi dan membantu penulis dalam proses menyelesaikan skripsi dengan baik.
11. Almamater penulis, UIN Walisongo Semarang, semoga makin dan sukses ke depannya.

Sebagai penutup kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu. Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan imbalan pahala dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga sangat terbuka untuk penulis menerima kritik dan saran yang membangun agar menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 22 Februari 2023

Penulis



Yunia Rahmawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR GRAFIK	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	9
1.4. Sistematika Penelitian	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Bank Syariah	12
2.2. Minat Nasabah	16
2.3. Pelayanan	22
2.4. Fasilitas	30
2.5. Produk	36
2.6. Lokasi	45
2.7. Penelitian Terdahulu.....	47

2.8.	Kerangka Pemikiran Teoritik	56
2.9.	Hipotesis Penelitian.....	57
BAB III. METODE PENELITIAN		60
3.1.	Jenis dan Sumber Data	60
3.1.1.	Jenis Penelitian	60
3.1.2.	Sumber Data	60
3.2.	Populasi dan Sampel	61
3.2.1.	Populasi	61
3.2.2.	Sampel	61
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	63
3.4.	Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	64
3.4.1.	Variabel Penelitian.....	64
3.4.2.	Definisi Operasional Variabel	65
3.4.3.	Skala Pengukuran	67
3.5.	Teknik Analisis Data	70
3.5.1.	Uji Instrumen.....	70
3.5.2.	Uji Asumsi Klasik	71
3.5.3.	Uji Regresi Linear Berganda	73
3.5.4.	Uji Hipotesis.....	73
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		76
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	76
4.2.	Deskriptif Data Penelitian dan Karakteristik Responden.....	82
4.2.1.	Deskriptif Data Penelitian	82
4.2.2.	Karakteristik Responden	83
4.3.	Hasil Uji Instrumen	85
4.3.1.	Hasil Uji Validitas	85
4.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas	86
4.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	87
4.4.1.	Hasil Uji Normalitas.....	87
4.4.2.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
4.4.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	89
4.5.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	90

4.6.	Hasil Uji Hipotesis	92
4.6.1.	Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi).....	92
4.6.2.	Hasil Uji F (Signifikansi Simultan).....	93
4.6.3.	Hasil Uji t (Uji Parsial).....	94
4.7.	Pembahasan Hasil Penelitian	95
BAB V. PENUTUP	101
5.1.	Kesimpulan	101
5.2.	Saran	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Perbankan Syariah Periode 2019-2022.....	1
Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS).....	4
Tabel 1.3 Jumlah Penduduk Kecamatan Ketanggungan	5
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	15
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1 Pembobotan Alternatif Jawaban Responden terhadap Kuesioner	68
Tabel 3.2 Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran.....	68
Tabel 4.1 Produk Bank Syariah Indonesia (BSI)	78
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	83
Tabel 4.3 Usia Responden.....	84
Tabel 4.4 Domisili Responden	85
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	85
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	87
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	89
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	91
Tabel 4.10 Hasil Uji R² (Koefisien Determinasi).....	92
Tabel 4.11 Hasil Uji F ANOVA	93
Tabel 4.12 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritik.....	56
---	-----------

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4. 1 Normal P-P Plot	88
Grafik 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	110
Lampiran 2: Hasil Jawaban Kuesioner	115
Lampiran 3: Data Responden.....	123
Lampiran 4: Uji Instrumen.....	124
Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik.....	130
Lampiran 6: Uji Regresi Linier Berganda.....	132
Lampiran 7: Surat Ijin Penelitian/Riset	134

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perbankan Syariah dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)³. Bank memiliki peranan yang sangat penting sebagai perantara keuangan dalam kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara⁴. Perbankan Syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat, terlihat dari jumlah kantor Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) yang terus meningkat dari tahun ke tahun, seperti pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Perkembangan Perbankan Syariah Periode 2019-2022

Indikator		Tahun			
		2019	2020	2021	2022
Bank Umum Syariah (BUS)	1. Jumlah Bank	14	14	12	12
	2. Jumlah Kantor	1919	2034	2035	2036
Unit Usaha Syariah (UUS)	1. Jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS	20	20	21	21
	2. Jumlah Kantor UUS	381	392	444	444

Sumber: Statistik Perbankan Syariah Februari 2022⁵

Berdasarkan data statistik perbankan syariah Februari 2022 jumlah kantor Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, meskipun peningkatan tersebut masih sangat jauh

³ Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

⁴ Marimin and Romdhoni, "Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia.", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 1 No 02, 2017, h. 78.

⁵<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Februari-2022/STATISTIK%20PERBANKAN%20SYARIAH%20-%20FEBRUARI%202022.pdf>, diakses 28 Juli 2022.

jika dibandingkan dengan Bank Konvensional. Lahirnya Bank Syariah di Indonesia diharapkan akan mampu menstabilkan perekonomian di Indonesia. Selain itu lahirnya Bank Syariah di Indonesia juga menjadi salah satu solusi bagi masyarakat luas untuk memberikan rasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi di sebuah perbankan tanpa ada unsur riba didalamnya, seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 97 yang berbunyi:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

“Barangsiapa mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan Kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan”.⁶

Sistem operasional bank konvensional dan bank syariah memiliki perbedaan, salah satu perbedaannya yaitu bank konvensional menerapkan sistem bunga, sedangkan bank syariah tidak mengenal sistem bunga baik yang berasal dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayarkan kepada deposan di bank syariah. Hal ini sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits. Dalam perbankan syariah tidak boleh mengandung unsur riba (bunga) karena hal itu jelas dilarang oleh Allah SWT, sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada

⁶ Q.S. An-Nahl (16): 97.

Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.⁷

Salah satu bank syariah yang ada di Indonesia yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI merupakan bank syariah hasil penggabungan atau *merger* dari 3 bank syariah yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang terdiri dari PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT Bank BNI Syariah (BNIS), dan PT Bank Syariah Mandiri (BSM). Tujuan dilakukannya merger pada 3 perusahaan tersebut yaitu untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah yang dapat menyejahterakan masyarakat secara luas.⁸ Dari penggabungan tersebut berdampak pada total aset yang semakin besar. Sebelum terjadinya merger, masing-masing bank syariah memiliki aset yaitu Bank Syariah Mandiri sebesar Rp. 114,4 triliun, Bank BRI Syariah sebesar Rp. 49,6 triliun, dan Bank BNI Syariah sebesar Rp. 50,78 triliun. Setelah adanya merger total aset mencapai Rp. 214,78 triliun⁹. Berdasarkan laporan The State of Global Islamic Economy Report 2019-2020, Indonesia menduduki peringkat ke-5 dari 73 negara sebagai ekonomi syariah terbesar di dunia¹⁰.

Bank Syariah di Indonesia terus mengalami perkembangan, selain ditandai dengan jumlah kantor yang terus bertambah, hal ini ditandai juga dengan meningkatnya jumlah nasabah bank syariah dari tahun ke tahun. Berikut data perkembangan jumlah nasabah Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS):

⁷ Q.S. Al-Baqarah (1): 275.

⁸ Alif Ulfa, “Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 7 No 02, 2021, h. 1102.

⁹ Alif Ulfa, “Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 7 No 02, 2021, h. 1102.

¹⁰ Media Internal Kementerian BUMN, edisi 2, 2021, <https://bumn.go.id/storage/papers/MJ8YSdgObjknq25fbInkRTAVjHZuLNwrRckFBIYP.pdf>, diakses 24 Februari 2023.

Tabel 1. 2 Jumlah Nasabah Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS)

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	27.015.606
2020	30.537358
2021	35.145.095
2022	36.659.281

Sumber: Statistik Perbankan Syariah April 2022

Peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun menandakan bahwa bank syariah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan hal tersebut menunjukkan tren positif di masyarakat. Namun meskipun bank syariah telah mengalami perkembangan yang cukup baik dan memiliki jumlah nasabah yang cukup banyak, akan tetapi jumlah nasabah tersebut bukan hanya jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI), melainkan jumlah tersebut merupakan jumlah nasabah dari semua Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS). Per Juni 2022 pengguna BSI Mobile mencapai 4,07 Juta, pengguna BSI Mobile meningkat sebesar 81% dari tahun ke tahun. Saat ini profil nasabah BSI sebanyak 97% telah beralih menggunakan *e-channel* untuk bertransaksi di perbankan, hal tersebut dipengaruhi oleh perubahan perilaku masyarakat yang mulai beralih ke *e-channel* BSI Mobile, ATM maupun Internet Banking. Namun jumlah tersebut masih sangat jauh dengan target yang ingin dicapai oleh Bank BSI untuk menjadi 10 besar perbankan syariah secara global yaitu dengan melayani lebih dari 20 juta nasabah dan dapat menjangkau seluruh segmen masyarakat ¹¹.

¹¹ Berita Media <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/semester-i-2022-laba-bersih-bsi-naik-4131#>, diakses 10 Februari 2023.

Pada kenyatannya Bank BSI belum mampu menjangkau seluruh segmen masyarakat, seperti di Kecamatan Ketanggungan yang masyarakatnya masih di dominasi oleh bank konvensional¹². Kecamatan Ketanggungan terdiri 21 Kelurahan/Desa dengan Jumlah penduduknya adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Jumlah Penduduk Kecamatan Ketanggungan

No.	Kelurahan	Jumlah
1.	Jemasih	7448
2.	Ciseureuh	3601
3.	Sindangjaya	4703
4.	Pamedaran	5050
5.	Cikeusal Kidul	6026
6.	Cikeusal Lor	4735
7.	Buara	12126
8.	Karangbandung	4969
9.	Baros	9931
10.	Kubangsari	8385
11.	Kubangwungu	8429
12.	Tanggungsari	1586
13.	Dukuhbadag	3662
14.	Kubangjati	5958
15.	Karangmalang	8193
16.	Dukuh Tengah	11877
17.	Ketanggungan	10120
18.	Dukuhturi	9570
19.	Bulakelor	8000
20.	Padakaton	5590
21.	Ciduwet	4565
Total		144524

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Brebes 2021

Berdasarkan jumlah penduduk diatas peneliti melakukan minisurvey dengan melakukan wawancara kepada beberapa penduduk di Kecamatan Ketanggungan dengan tujuan untuk mengetahui alasan mereka tidak memilih Bank BSI.

¹² Hutagalung, "Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Minat Masyarakat Pada Bank Syariah", *Jurnal Al-Qasd*, Vol 1 No 2, 2017, h. 230.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan penduduk di Kecamatan Ketanggungan mengatakan bahwa:

“jarang ada ATM, karena di kampung”. (Wawancara dengan Ibu Khodijah)

“saya tidak tahu prosedur-prosedurnya, kemudian saya juga tidak tahu cara pinjamnya bagaimana karena saya belum pernah, karena saya pinjam di bank lain jadi saya sudah tahu tata caranya bagaimana, prosedurnya ada apa saja saya sudah tahu, sedangkan di BSI saya belum tahu”. (Wawancara dengan Ibu Eti)

“jauh lokasinya dari rumah”. (Wawancara dengan Bapak Sutejo)

“karena saya tidak tahu Bank BSI dimana, dan produk-produknya bagaimana saya tidak tahu”. (Wawancara dengan Ibu Suryem)

Dari keempat wawancara yang dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa masyarakat di Kecamatan Ketanggungan tidak memilih Bank BSI karena faktor fasilitas, faktor pelayanan, faktor lokasi dan faktor produk. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cita Ayni Putri Silalahi dan Dalmi Iskandar (2020) yang menyatakan bahwa faktor pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung di Bank Syariah, kemudian penelitian yang dilakukan oleh Fian Ayu (2020) yang menyatakan faktor fasilitas berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah, dan penelitian yang dilakukan oleh Jarkoni (2020) yang menyatakan bahwa faktor produk berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah. Salah satu poin penting yang harus diperhatikan oleh bank syariah terutama Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah faktor-faktor apa yang menjadi alasan masyarakat tidak memilih bank syariah. Bank BSI harus mengetahui alasan masyarakat tidak memilih Bank BSI, agar Bank BSI dapat melakukan evaluasi terhadap strateginya, terutama yang mengacu pada pelayanan, fasilitas, produk dan lokasi.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor keberhasilan bank syariah sebagai perusahaan jasa.¹³ Pelayanan yang baik, mudah, dan cepat akan

¹³ Hutagalung, *Pengaruh Pengetahuan...*h. 229.

memberikan kepuasan kepada nasabah, sehingga nasabah merasa kebutuhannya dipenuhi dengan pelayanan tersebut. Sebagai contoh, nasabah yang ingin menabung di Bank BSI harus melalui proses yang panjang dan memakan waktu, sehingga banyak dari mereka yang lebih memilih menabung di bank lain atau bank konvensional yang prosesnya lebih cepat, hal tersebut dapat disebabkan karena pelayanan yang kurang efektif dan efisien. Selain itu fasilitas juga menjadi faktor penting untuk meningkatkan minat masyarakat. Fasilitas dapat diartikan sebagai sarana prasarana yang disediakan oleh perusahaan guna memenuhi kebutuhan nasabahnya¹⁴. Fasilitas yang memadai, aman dan nyaman menjadi nilai tambah tersendiri pada Bank BSI, sehingga nasabah merasa puas menggunakan jasa Bank BSI untuk bertransaksi. Seperti tersedianya mesin ATM di tempat-tempat umum misalnya POM bensin atau tempat umum lainnya, itu akan memudahkan proses transaksi nasabah. Produk juga merupakan faktor yang penting. Menurut Romdhoni dan Ratnasari, Produk adalah semua bentuk fisik, layanan, pengalaman, acara, orang, tempat, organisasi, informasi, dan ide yang ditawarkan pasar kepada pelanggan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka¹⁵. Bank BSI harus meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan agar kebutuhan nasabah akan produk tersebut dapat terpenuhi dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Selanjutnya faktor yang diduga dapat meningkatkan minat masyarakat adalah faktor lokasi. Lokasi bank yang strategis memudahkan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan. Demikian pula bank dengan cabang yang tersebar luas lebih mudah menjangkau masyarakat, sehingga minat masyarakat terhadap bank BSI akan lebih banyak.¹⁶

¹⁴ Wandira Ayu, "Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung)", Skripsi Perbankan Syariah, UIN Raden Intan Lampung, 2018, h. 20.

¹⁵ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 4 No 02, 2018, h. 138.

¹⁶ Linda Fuadah S, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Dalam Memilih Bank Untuk Membayar Uang Kuliah Tunggal (UKT)", Skripsi S1 Perbankan Syariah, UIN Walisongo Semarang, 2021, h. 36.

Terdapat beberapa *research gap* dari beberapa penelitian sebelumnya yang menggunakan variabel-variabel yang sama dengan yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini. Dalam penelitian Achmad Rofiq tahun 2021, dengan judul “Pengaruh Aksesibilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah: Studi Pada Komunitas Sahabat Difabel (KSD) Semarang Tahun 2020” dihasilkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada komunitas sahabat difabel (KSD). Sedangkan dalam penelitian Elsa Anggriani tahun 2021, dengan judul “Pengaruh Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kab. Demak)” dihasilkan bahwa variabel pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat Kab. Demak untuk menggunakan produk pembiayaan mudharabah bank syariah. Kemudian dalam penelitian Ahmad Yoga W. tahun 2021, dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Kuripan Menabung Di Bank Syariah” dihasilkan bahwa variabel produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat Desa Kuripan untuk menabung di bank syariah. Selanjutnya dalam penelitian Fifin Zuriatul Casvi tahun 2019, dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Raudlatul Qur’an Mangkang Kulon, Tugu, Semarang)” dihasilkan bahwa lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat santri Pesantren Raudlatul Qur’an Semarang untuk menabung di bank syariah.

Berdasarkan *research gap* tersebut, agar dapat meningkatkan minat masyarakat, maka Bank Syariah Indonesia (BSI) perlu memperbaiki kualitas pelayanan, fasilitas, produk dan lokasi. Maka dibutuhkan penelitian guna menjawab apakah faktor-faktor tersebut dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI)? dengan subjeknya yaitu masyarakat di Daerah Kecamatan Ketanggungan dan objeknya yaitu minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI). Dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT

MASYARAKAT MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Masyarakat Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes)”. MASYARAKAT MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Masyarakat Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes)”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI)?
2. Apakah faktor fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI)?
3. Apakah faktor produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI)?
4. Apakah faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI)?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh faktor pelayanan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI).
2. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh faktor fasilitas terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI).
3. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh faktor produk terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI).
4. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh faktor lokasi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI).

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti: Untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah. Selain itu, penelitian ini juga merupakan salah satu syarat untuk menjadi Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

2. Bagi UIN Walisongo: Untuk pengayaan bahan pustaka atau referensi di Perpustakaan UIN Walisongo Semarang, dengan harapan dapat mendorong perkembangan ilmu pengetahuan khususnya perbankan syariah.
3. Bagi Perbankan Syariah: Menjadi sumbangsih bagi pihak terkait untuk lebih meningkatkan berbagai faktor yang terkait dengan minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.
4. Bagi Pembaca: Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi mengenai faktor apa saja yang secara signifikan mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

1.4. Sistematika Penelitian

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan pembaca memahami tujuan penelitian ini, maka disusun penulisan penelitian secara sistematis sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang menjelaskan teori-teori yang mendukung perumusan hipotesis, seperti terkait dengan Bank Syariah Indonesia (BSI), minat nasabah dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI), yaitu: faktor pelayanan, faktor fasilitas, faktor produk dan faktor lokasi. Bab ini juga memuat penelitian terdahulu yang mendukung penelitian, referensi teori dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan bagaimana penelitian ini dilakukan dan menjelaskan jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan dan analisis data, dan definisi operasional variabel penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian yang telah dianalisis dan disertai dengan penjelasannya.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari pembahasan, saran untuk beberapa pihak terkait hasil penelitian, dan kata penutup.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Bank Syariah

2.1.1. Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-Undang No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, pengertian perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.¹⁷

Adapun pengertian bank syariah menurut beberapa ahli yaitu sebagai berikut: Menurut Schaik, Bank Islam adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum islam yang sah. Menurut Sudarsono, Bank Syariah yaitu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah pemberian kredit serta jasa pembayaran dan peredaran uang yang sesuai dengan prinsip syariah. Menurut Donna, Bank Syariah yaitu Lembaga keuangan yang beroperasi atas dasar bebas bunga, yang bisnis utamanya adalah penyediaan layanan keuangan dan pembayaran lainnya serta peredaran uang, dan yang operasinya sesuai dengan prinsip Syariah Islam.¹⁸

Bank syariah juga dapat diartikan sebagai sebuah lembaga keuangan yang menghimpun dana dalam bentuk titipan dan investasi dan menyalurkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerjasama dalam bentuk usaha yang kegiatannya merujuk pada hukum islam. Bank menghimpun dana dari pihak yang memiliki kelebihan dana, kemudian bank menyalurkan

¹⁷ Ismail, "Perbankan Syariah", Jakarta: Kencana, 2011, h. 26. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=X9xDDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=info:PN8GEcpItKIJ:scholar.google.com/&ots=qz66IGaHwc&sig=IG2SLtqUazDQ3IA84vb5dKmbf-E&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false, diakses 28 Juli 2022.

¹⁸ Riyan Pradesyah, "Analisis Pengaruh Non Performing Loan, Dana Pihak Ketiga, Terhadap Pembiayaan Akad Mudharabah Di Bank Syariah", *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, Vol 9 No 1, 2017, h. 97.

dana kepada pihak yang membutuhkan dana atau kekurangan dana, baik untuk jual beli maupun untuk modal usaha.

2.1.2. Fungsi Bank Syariah

Secara umum fungsi bank syariah sama dengan dengan bank konvensional, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana dan pelayanan jasa keuangan. Akan tetapi dalam operasional bank syariah berdasarkan hukum ekonomi islam, salah satunya yaitu tidak adanya bunga (riba).¹⁹

1. Bank syariah sebagai penerima amanah untuk menghimpun dana (*funding*) dalam bentuk tabungan, deposito dan giro. Pada bank syariah, tabungan dan giro didasarkan pada akad wadiah dan akad mudharabah. Dan untuk deposito didasarkan pada akad mudharabah.
2. Bank syariah sebagai penyalur dana (*lending*) dalam bentuk murabahah, mudharabah, musyarakah, dan qardh. Untuk imbalan yang akan di dapatkan oleh bank yaitu dalam bentuk margin atau keuntungan dari murabahah, bagi hasil dari mudharabah dan musyarakah, serta biaya administrasi dari qardh.
3. Bank syariah sebagai penyedia jasa layanan keuangan seperti penyediaan bank garansi (kafalah), hiwalah, wakalah, transfer/pengiriman uang, transaksi tunai dan jasa layanan lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Selain dari ketiga fungsi tersebut, bank syariah juga memiliki fungsi yang berbeda dengan bank konvensional, yaitu bank syariah menjalankan fungsi sosial seperti menerima dan mengelola dana zakat serta menyalurkan dana kebajikan.

¹⁹ Achmad Baraba, "Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah", *Jurnal Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Vol 2 No 3, 2003, h. 4.

2.1.3. Dasar Hukum Bank Syariah

Dasar hukum perbankan syariah dalam menjalankan operasionalnya mengacu pada ketentuan Al-Qur'an dan Hadits. Terdapat beberapa ayat dalam Al-Qur'an yang dijadikan sebagai dasar operasional bank syariah, salah satunya dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 yang melarang transaksi riba.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى
فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.²⁰

Selain Al-Qur'an dan Hadits, terdapat hukum positif yang dijadikan sebagai landasan untuk menjalankan kegiatan operasional bank syariah, diantaranya yaitu:²¹

- a. Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.
- b. Undang-Undang no. 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia.
- c. Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- d. Peraturan-peraturan Bank Indonesia.
- e. Fatwa Dewan Nasional Indonesia Syariah (DSN)

²⁰ Q.S. Al-Baqarah (2): 275.

²¹ Walid Nopriansyah dan M. Unggul, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia Dilengkapi Perlindungan Nasabah Terhadap Kejahatan Cybercrime*, Jilid 1, Jakarta: Prenadamedia Group, 2019, h. 39.

2.1.4. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Dalam kegiatan operasionalnya, bank syariah dan bank konvensional memiliki perbedaan. Dalam bank syariah tidak mengenal adanya sistem bunga (riba) tetapi menerapkan prinsip syariah dan sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati.²²

Tabel 2. 1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

No.	Klasifikasi	Bank Syariah	Bank Konvensional
1.	Berdasarkan bisnis dan usaha yang dibiayai	<ul style="list-style-type: none"> a. Investasi, hanya untuk usaha yang halal/tidak bertentangan dengan prinsip Syariah dan juga menguntungkan. b. Orientasi pembiayaan bukan hanya untuk mendapatkan laba, akan tetapi juga untuk menciptakan kebahagiaan di akhirat karena terhindar dari bunga (riba). 	<ul style="list-style-type: none"> a. Investasi, tidak mengenal batasan halal dan haram, melakukan investasi pada bentuk usaha apapun yang penting mendapatkan keuntungan. b. Orientasi pembiayaan hanya untuk mendapatkan keuntungan semata.
1.	Berdasarkan akad dan aspek legalitas	<ul style="list-style-type: none"> a. Perjanjian menggunakan akad-akad yang sesuai dengan syariah islam. b. Return, menggunakan sistem bagi hasil yang sudah disepakati dalam akad. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Perjanjian berdasarkan asas hukum positif. b. Return, menggunakan sistem bunga baik bagi penyimpan dana maupun bagi

²² Roifatus Syauqoti dan Mohammad Ghazali, "Analisis Sistem Lembaga Keuangan Syariah Dan Lembaga Keuangan Konvensional", *Jurnal Iqtishoduna*, 2018, h. 23.

			peminjam dana.
2.	Berdasarkan struktur organisasi	Dalam pelaksanaan operasionalnya diawasi oleh BI, OJK dan Komisaris Bank tersebut, serta Dewan Pengawas Syariah (DPS).	Dalam pelaksanaan operasionalnya hanya diawasi oleh BI, OJK dan Komisaris Bank tersebut.
3.	Berdasarkan lembaga penyelesaian sengketa	Penyelesaian sengketa melalui musyawarah kekeluargaan, juga bisa diselesaikan di Badan Arbitrase Syariah Nasional (Basyarnas) maupun di peradilan agama.	Penyelesaian sengketa melalui peradilan negeri.

Sumber: Syauroti, Ghozali (*Iqtishoduna*; 2018, 24)

2.2. Minat Nasabah

2.2.1. Pengertian Minat

Minat secara etimologi (Bahasa) adalah usaha dan kemauan untuk mempelajari dan mencari sesuatu. Minat secara terminology (istilah) adalah kemauan, keinginan, dan kesukaan mengenai sesuatu hal. Minat bisa juga diartikan sebagai suatu proses yang secara terus-menerus memperhatikan dan memusatkan perhatian pada sesuatu yang menarik yang disukai dengan perasaan senang dan rasa puas.²³ Menurut Whiterington, minat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih dan melakukan suatu kegiatan tertentu diantara sejumlah kegiatan tertentu diantara sejumlah kegiatan lain yang tersedia. Menurut Muhibbin Syah, minat adalah kecenderungan dan tingkat semangat atau keinginan yang tinggi terhadap sesuatu.²⁴ Berdasarkan beberapa pengertian menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan hati terhadap suatu

²³ Yayat Suharyat, "Hubungan Antara Sikap Minat Latihan Dan Kepemimpinan", *Jurnal Academia*, Vol 1, 2009, h. 8.

²⁴ Dianah Rofifah, "Minat dan Promosi", *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*, 2020, h. 11.

keinginan atau kemauan dalam hal tertentu yang menimbulkan kesenangan dan rasa puas tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Berdasarkan uraian diatas, minat yang dimaksud adalah minat masyarakat yang dalam hal ini adalah masyarakat di Kecamatan Ketanggungan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI).

2.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Minat dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.²⁵

1. Faktor Internal

- a. Motif, yaitu suatu keadaan kepribadian seseorang yang mendorong seseorang tersebut untuk melakukan kegiatan tertentu agar mencapai tujuan,
- b. Sikap, yaitu kecenderungan seseorang untuk menerima atau menolak sesuatu yang memiliki nilai baik atau buruk.
- c. Permainan, yang merupakan suatu permasalahan tenaga psikis yang memfokuskan pada suatu objek yang memperkuat perhatiannya pada objek tersebut.
- d. Pengalaman, merupakan suatu proses yang menggunakan panca indra seseorang untuk mengenali lingkungan fisik seseorang yang nyata dalam diri sendiri atau di luar dirinya.
- e. Tanggapan, merupakan suatu pengamatan terhadap ingatan-ingatan yang ada dalam diri seseorang. Tanggapan akan muncul setelah adanya pengamatan, karena tanggapan merupakan kesan yang tinggal setelah seseorang mengamati suatu objek.
- f. Persepsi adalah suatu proses mengingat atau mengidentifikasi sesuatu yang akan menghadirkan tanggapan secara langsung terhadap suatu objek atau rangsangan.

²⁵ Yayat Suharyat, "Hubungan... h. 14.

2. Faktor Eksternal

- a. Lingkungan, yang terdiri dari 2 bagian yaitu lingkungan fisik yang berupa alat seperti keadaan tanah, dan lingkungan sosial yang merupakan lingkungan masyarakat yang biasanya terjadi interaksi antar individu dan keadaan tersebut akan mempengaruhi individu yang lain.
- b. Dorongan dari diri sendiri, dorongan yang biasanya menimbulkan rasa ingin tahu seseorang terhadap suatu objek sehingga membangkitkan minat untuk mempelajari objek tersebut.
- c. Motif sosial, merupakan salah satu faktor yang dapat membangkitkan minat untuk melakukan kegiatan tertentu. Misalnya minat untuk mempelajari tentang ilmu pengetahuan yang luas, karena akan dipandang dalam masyarakat dan mendapatkan kedudukan yang tinggi.
- d. Faktor emosional, merupakan suatu faktor yang memiliki hubungan yang erat dengan minat, karena apabila seseorang mendapatkan sesuatu yang diinginkan maka akan menimbulkan rasa senang dan hal tersebut bisa memperkuat minat terhadap kegiatan tersebut.

2.2.3. Nasabah

Dalam Undang-Undang no. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 16 tentang perbankan syariah, nasabah merupakan pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan/atau UUS (Unit Usaha Syariah).²⁶

Berdasarkan produk yang ditawarkan, nasabah di bank syariah terbagi kedalam tiga kategori, yaitu:²⁷

²⁶ Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah..

²⁷ Yayan Fauzi, "Perlindungan Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah", 1999, Desember 2006, h. 4-5.

- a. Nasabah Penyimpan, yaitu nasabah yang dananya ditempatkan di bank syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara nasabah dan bank syariah.
- b. Nasabah Investor, yaitu nasabah yang dananya ditempatkan di bank syariah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara nasabah dan bank syariah.
- c. Nasabah Penerima Fasilitas, yaitu nasabah yang mendapatkan fasilitas dana dari bank syariah, seperti dalam bentuk modal usaha atau bentuk lainnya berdasarkan akad antara nasabah dan bank syariah.

Nasabah bisa disebut juga sebagai konsumen, Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, consumer adalah pemakai atau konsumen. Dan konsumen yaitu pemakai terakhir baik barang atau jasa untuk dipakai oleh dirinya sendiri dan tidak untuk diperjualbelikan kembali. Sedangkan pengertian konsumen menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah “setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen dibedakan menjadi dua, diantaranya:

- a. Konsumen akhir, yaitu konsumen yang menggunakan barang atau jasa secara langsung untuk dirinya sendiri atau orang lain dan tidak diperjualbelikan kembali.
- b. Konsumen antara, yaitu konsumen yang memperoleh barang atau jasa untuk dengan tujuan untuk diproduksi kembali atau diperjualbelikan kembali.²⁸

Konsumen juga memiliki hak yang harus direalisasikan, salah satu hak konsumen yaitu konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan atau

²⁸ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Prenadamedia Group, 2018, h.2-4.

mengkonsumsi barang atau jasa.²⁹ Maka dalam hal ini nasabah sebagai konsumen bank syariah harus mendapatkan rasa aman dan nyaman dalam menggunakan jasa bank syariah, dan sebagai penyedia layanan, bank syariah wajib memberikan kenyamanan dan keamanan bagi nasabahnya, agar nasabah tersebut tetap menggunakan jasa layanan bank syariah. Seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 97 yang berbunyi:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ
أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

“Barangsiapa mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan Kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan”.³⁰

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa siapa saja yang berbuat kebaikan dalam hal ini bank syariah yang memberikan rasa aman dan nyaman kepada nasabah maka akan mendapatkan balasan yang lebih baik dari yang telah dilakukan. Konsumen dalam perspektif ekonomi islam berbeda dengan konsumen dalam ekonomi konvensional. Dalam perspektif ekonomi islam, seorang konsumen akan menggunakan pendapatannya tidak hanya untuk dirinya sendiri maupun keluarganya, akan tetapi konsumen tersebut juga akan menggunakan sebagian pendapatannya untuk penyaluran sosial di jalan Allah SWT. Seperti zakat, sedekah, dan juga infaq.³¹ Seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 71 yang berbunyi:

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ
الصَّلٰوةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكٰوةَ وَيُطِيعُونَ اللّٰهَ وَرَسُوْلَهُۥٓ اُولٰٓئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللّٰهُ اِنَّ اللّٰهَ عَزِيْزٌ حَكِيْمٌ

²⁹ Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014, h.52.

³⁰ Q.S. An-Nahl (16): 97

³¹ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, RajaGrafindo Persada, 2006, h.3-4.

“Dan orang-orang yang beriman, laki-laki dan perempuan, sebagian mereka menjadi penolong bagi sebagian yang lain. Mereka menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, melaksanakan salat, menunaikan zakat, dan taat kepada Allah dan Rasul-Nya. Mereka akan diberi rahmat oleh Allah. Sungguh, Allah Maha perkasa, Maha bijaksana”.³²

Minat menjadi nasabah dalam hal ini diasumsikan sebagai minat beli. Pengertian minat beli menurut Howard adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Menurut Mc Carthy minat beli konsumen didefinisikan sebagai dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang dan jasa dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Minat menjadi nasabah juga dapat diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah di perbankan syariah benar-benar dilaksanakan. Indikator minat menjadi nasabah meliputi ketertarikan, keinginan dan keyakinan. Ketertarikan ditunjukkan dengan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang. Keinginan ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki. Dan keyakinan ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.³³ Pada *theory of reasoned action* (TRA) menurut Ajzen dan Fishbein dijelaskan bahwa seseorang dalam berperilaku dapat ditentukan dengan keinginan bertindak atau tidak bertindak atau sebaliknya. Terdapat pengembangan dari *Theory of reasoned action* (TRA) yaitu *theory of planned behavior* (TPB) yang ditambahkan dengan pengembangan perilaku kontrol yang dirasakan.³⁴ Asumsi pada teori TRA dan TPB yaitu bagaimana seseorang mempertimbangkan

³² Q.S. At-Taubah (9): 71.

³³ Sciences, Health, “Minat Menjadi Nasabah”, Vol. 4 No. 1, 2016, h. 33-36.

³⁴ M. Syahrir Hidayat, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Coffee Shop* Di Kota Gresik”, *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 6 No. 4, 2021, h. 361.

tindakannya dan kemudian bagaimana merealisasikannya dalam pengambilan keputusan.

2.3. Pelayanan

2.3.1. Pengertian Pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan adalah perihal dan memudahkan sesuatu yang diberikan yang berhubungan dengan jual beli barang dan jasa. Definisi lain dari pelayanan yaitu suatu kegiatan atau aktivitas interaksi antara konsumen dengan karyawan dari suatu perusahaan dengan maksud untuk membantu konsumen dalam memecahkan permasalahannya.³⁵ Selain itu juga pelayanan dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya pelayanan itu tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Dalam hal ini, pelayanan ditujukan pihak bank yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) kepada nasabah atau calon nasabahnya yaitu masyarakat di Kecamatan Ketanggungan.

2.3.2. Pelayanan Bank Syariah

Dalam sebuah lembaga keuangan baik itu konvensional maupun syariah terdapat bagian *frontliner* yang memiliki tugas yang berbeda di setiap bagiannya. Dan yang termasuk kedalam bagian frontliner yaitu *teller*, *customer service*, dan *security*.

a. Teller

Teller merupakan bagian dari frontliner yang bertugas untuk melayani nasabah atau calon nasabah yang berhubungan langsung dengan uang. *Teller* memberikan pelayanan seperti tarik tunai, transfer (kirim uang), setoran awal, dan layanan lain yang berhubungan dengan

³⁵ Indah Febriana, "Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung", *Jurnal an-Nisbah*, Vol 03 No 01, 2016, h. 149.

uang baik tunai maupun non tunai.³⁶ Adapun fungsi *teller* adalah sebagai berikut:

1. Memeriksa identitas nasabah, seorang *teller* harus memeriksa identitas nasabah apakah sesuai dengan kartu identitas atau tidak.
2. Meneliti keabsahan tanda tangan dan warkat, seorang *teller* harus memeriksa tanda tangan apakah sesuai dengan yang ada di kartu identitas atau tidak, dan harus memeriksa warkat apakah sesuai dengan spesifikasi atau tidak.
3. Mengesahkan tanda terima setoran dalam batas wewenangnya, seorang *teller* harus mengesahkan tanda terima setoran nasabahnya.
4. Membayar dan menerima uang tunai, seorang *teller* harus memberikan uang kepada nasabah jika nasabah tersebut melakukan penarikan uang tunai dan *teller* harus menerima uang dari nasabah jika nasabah melakukan setor tunai.

Selain fungsi tersebut, seorang *teller* juga harus memperhatikan beberapa hal, diantaranya:

1. Penampilan, seorang *teller* harus memperhatikan penampilannya karena akan berhadapan langsung dengan nasabah sehingga harus mencerminkan kedisiplinan dan kerapian dalam berpakaian, seperti menggunakan seragam yang merupakan ciri khas dari bank yang bersangkutan.
2. Kepribadian yang menarik, seorang *teller* harus memiliki kepribadian yang baik, ramah senyum, sopan, agar nasabah merasa dihargai.
3. Pelayanan yang cepat dan tepat, seorang *teller* harus melayani nasabah dengan cepat dan tepat. Cepat dalam arti tidak bertele-tele, *teller* tidak mengobrol atau bercanda dengan pegawai lain. Dan

³⁶ Dewi Reni dan Sri Asmawati, "Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kepuasan Nasabah", *Jurnal Islaminomic* Vol 7 No 2, 2016, h.12-13.

pelayanan yang tepat dalam arti seorang *teller* harus melayani nasabah sesuai dengan kebutuhan nasabah.

4. Menjaga kerahasiaan bank dan kerahasiaan nasabah, seorang *teller* harus menjaga kerahasiaan bank dan nasabahnya seperti data nasabah, identitas pribadi nasabah dan jumlah setoran nasabah.

b. *Customer Service*

Customer service merupakan bagian dari *frontliner* yang bertugas untuk melayani nasabah atau calon nasabah. *Customer service* memberikan pelayanan seperti pembukaan rekening, penutupan rekening, menerima dan menyelesaikan keluhan nasabah atau calon nasabah serta memberikan informasi tentang jasa dan produk-produk bank. Adapun fungsi *customer service* adalah sebagai berikut:³⁷

1. Sebagai Resepsionis, yaitu *customer service* berfungsi untuk menerima nasabah atau calon nasabah dalam hal ini melayani pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh nasabah atau calon nasabah dan memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh nasabah atau calon nasabah.
2. Sebagai *Deskman*, yaitu *customer service* berfungsi untuk memberikan arahan kepada nasabah atau calon nasabah seperti petunjuk atau cara-cara mengisi formulir, slip atau aplikasi lainnya.
3. Sebagai Salesman, yaitu *customer service* berfungsi untuk menawarkan dan menjual produk yang ada di bank syariah kepada setiap calon nasabah, maka seorang *customer service* harus memiliki keahlian untuk meyakinkan nasabah atau calon nasabah agar membeli produk yang ditawarkan.
4. Sebagai *Customer relation Officer*, yaitu *customer service* berfungsi untuk menjaga dan mempertahankan hubungan bank syariah dengan nasabahnya, agar nasabah tidak pindah dari bank syariah.

³⁷ Kasmir, *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*, Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017, h.252.

5. Sebagai Komunikator, yaitu *customer service* berfungsi untuk memberikan informasi kepada nasabah tentang sesuatu yang berhubungan dengan nasabah dan bank syariah.

c. *Security* (Satpam)

Security (Satpam) adalah orang yang menjaga keamanan. Keamanan sangat diperlukan untuk menciptakan ketertiban di lingkungan perusahaan. *Security* (Satpam) biasanya telah dilatih dan dididik untuk meningkatkan kemampuan (*skill*) dan kecerdasan (*intelegensi*). Peranan *security* (satpam) sangat diperlukan perusahaan untuk menjaga kelangsungan dan kestabilan bisnis usaha yang dijalankan oleh perusahaan serta meminimalisir hambatan yang dapat merugikan perusahaan.³⁸

Adapun *security* (satpam) dalam bank syariah adalah untuk menciptakan keamanan dan ketertiban di lingkungan bank syariah. *Security* (satpam) juga memberikan informasi kepada nasabah yang masih merasa belum mengerti alur di bank syariah, biasanya *security* (satpam) akan menanyakan keperluan nasabah dan akan menunjukan kemana arah yang harus dituju nasabah di dalam kantor bank syariah.

Ketiga bagian *frontliner* tersebut merupakan pelayanan di bank syariah yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) yang dapat membantu calon nasabah yaitu masyarakat di Kecamatan Ketanggungan. *Teller* dapat membantu calon nasabah untuk melakukan transaksi setoran awal, *Customer Service* dapat membantu calon nasabah terkait informasi seperti produk-produk yang ada di bank syariah dan prosedur yang harus dilakukan jika ingin melakukan transaksi dengan produk yang ada, *Security* (Satpam) dapat membantu calon nasabah untuk pengambilan nomor antrian untuk teller maupun customer service.

³⁸ Sudahnan, "Kewenangan Satpam Sebagai Tenaga Keamanan Di Perusahaan", *Jurnal Perspektif*, Vol 16 No 3, 2011, h. 141-142.

2.3.3. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Suatu pelayanan dapat dikatakan baik apabila pelayanan tersebut dapat memberikan kepuasan bagi konsumen atau nasabahnya. Jika konsumen atau nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka nasabah tersebut akan terus menambah transaksinya, dan hal itu tentu akan menguntungkan bagi suatu perusahaan atau dalam hal ini bank syariah. Terdapat beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik, diantaranya:³⁹

- a. Adanya karyawan yang baik, seorang karyawan harus bersikap sopan, ramah dan menarik. Sehingga konsumen atau nasabah akan merasa nyaman untuk melakukan transaksi.
- b. Adanya sarana dan prasarana yang memadai, agar konsumen atau nasabah merasa nyaman, maka di suatu perusahaan harus menyediakan peralatan dan fasilitas yang baik, seperti adanya ruang tunggu yang bersih dan rapi dan dilengkapi dengan meja dan kursi yang nyaman.
- c. Bertanggungjawab kepada setiap konsumen atau nasabah dari awal hingga selesai, artinya seorang karyawan harus setia melayani konsumen atau nasabah dari awal sampai sesuatu yang diinginkan konsumen atau nasabah tercapai.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat, artinya seorang karyawan melakukan pelayanan kepada konsumen atau nasabah secepat mungkin dan seorang karyawan tidak membicarakan hal-hal yang tidak berhubungan dengan pekerjaannya yang akan berdampak pada proses pengerjaan transaksi. Seorang karyawan juga harus mengerjakan pekerjaannya sesuai dengan prosedur yang ada.
- e. Mampu berkomunikasi, artinya seorang karyawan harus mampu berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen atau nasabah.
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, artinya seorang karyawan harus menjaga kerahasiaan konsumen atau nasabahnya

³⁹ Kasmir, *Customer...*, h.66.

terutama yang berkaitan dengan uang dan data pribadi konsumen atau nasabah.

- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, artinya seorang karyawan yang akan menghadapi konsumen atau nasabah harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang berkaitan dengan pekerjaan yang akan dilakukannya.
- h. Berusaha memahami kebutuhan konsumen atau nasabah, artinya seorang karyawan harus mampu memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen atau nasabah.
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen atau nasabah, artinya seorang karyawan harus mampu untuk memuaskan konsumen atau nasabah sehingga konsumen atau nasabah akan merasa percaya dan yakin.

2.3.4. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Dalam Islam dijelaskan bahwa jika ingin memberikan hasil usaha baik barang maupun pelayanan sebaiknya memberikan yang berkualitas baik, jangan memberikan yang berkualitas buruk atau tidak berkualitas. Seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْحَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.”⁴⁰

⁴⁰ Q.S. AL-Baqarah (1): 267.

Dalam Islam, terdapat 6 (enam) karakteristik pelayanan, diantaranya:⁴¹

a. Jujur

Jujur dalam arti luas yaitu tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat, dan lain sebagainya. Seperti dalam firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Asy-Syu'araa ayat 181-183 yang berbunyi:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۚ وَزِنُوا بِالْقِسْطِ ۖ أَلْسِنَةً مُمْتَقِينَ ۚ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُمْسِدِينَ ۚ ﴾

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kalian termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kalian merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kalian merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; dan bertakwalah kepada Allah yang telah menciptakan kalian dan umat-umat yang dahulu”.⁴²

Sikap jujur juga harus dilakukan oleh *frontliner* (*Teller, Customer Service, Security*) di bank syariah. Seperti *teller* harus jujur berapa uang yang harus disetorkan oleh nasabah, *Customer service* harus jujur dalam memberikan informasi mengenai produk-produk bank syariah, *Security* (*Satpam*) harus jujur dalam memberikan nomor antrian kepada nasabah atau calon nasabahnya.

b. Amanah dan bertanggung jawab

Dalam menjalankan usahanya harus menerapkan prinsip amanah (terpercaya) dan bertanggung jawab. Bertanggung jawab kepada nasabah dari proses awal hingga akhir, dan mampu menjaga kepercayaan nasabahnya. Bagian *frontliner* di bank syariah juga harus bertanggung jawab dan menjaga amanah nasabahnya. Dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa orang yang menanggung amanah tidak boleh mengkhianati orang

⁴¹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2008, h. 153

⁴² Q.S. Asy-Syu'araa (26) : 181-183.

yang memberi amanah. Firman Allah SWT dalam AL-Qur'an surat Al-Anfal ayat 27 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”.⁴³

c. Tidak menipu

Orang yang tidak melakukan penipuan dalam menjalankan usahanya merupakan orang yang mulia, seperti yang diterapkan oleh Rasulullah SAW dalam berdagang tidak pernah melakukan penipuan. Menipu sangat bertentangan dengan etika bisnis dalam islam, dan Rasulullah SAW melarang untuk berbuat penipuan, seperti dalam hadist, Rasulullah SAW mengatakan: *“jika engkau berjual beli maka katakanlah: tidak boleh menipu”* (HR. Bukhari).

d. Menepati janji

Menepati janji harus ada dalam diri seorang pebisnis, tidak melakukan kecurangan, seorang pebisnis yang baik harus menepati janji baik kepada konsumen, sesama pebisnis, dan menepati janji pada Allah SWT. Misalnya dalam melaksanakan shalat. Seperti firman Allah SWT dalam AL-Qur'an surat Al-Jumua' ayat 10-11 yang berbunyi:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انفَضُّوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا قُلْ مَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ مِنَ اللَّهْوِ وَمِنَ التِّجَارَةِ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan, mereka bubar untuk menuju kepadanya dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri (berkhotbah). Katakanlah: "Apa

⁴³ Q.S. Al-Anfal (8) : 27.

yang di sisi Allah lebih baik daripada permainan dan perniagaan", dan Allah Sebaik-baik Pemberi rezeki".⁴⁴

e. Murah hati

Seorang pebisnis harus senantiasa murah hati kepada konsumennya. Murah dalam arti bersikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, dan suka mengalah, namun harus tetap penuh dengan tanggung jawab. Sikap murah hati sangat dianjurkan oleh Rasulullah SAW, seperti dalam hadist, Rasulullah SAW mengatakan; *"Allah berbelas kasih terhadap orang yang murah hati, ketika ia menjual, bila membeli, atau ketika menuntut hak"* (HR. Bukhari).

f. Tidak melupakan akhirat

Dalam menjalankan usahanya tidak boleh terlalu menyibukkan diri semata-mata hanya untuk mencari keuntungan materi dan meninggalkan keuntungan akhirat. Keuntungan yang besar bukan merupakan wujud keberhasilan dalam usahanya tersebut, akan tetapi keberhasilan yang sesungguhnya yaitu terletak pada rasa syukur atas apa yang telah diberikan oleh Allah SWT untuk bekal hidup di dunia, namun tetap tidak melupakan bekal untuk di akhirat.

2.4. Fasilitas

2.4.1. Pengertian fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar suatu kegiatan usaha baik berupa uang ataupun barang. Fasilitas sengaja disediakan oleh perusahaan untuk memberi kemudahan, kenyamanan dan memenuhi kebutuhan konsumen atau nasabah. Jika fasilitas dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau nasabah, maka konsumen atau nasabah akan merasa puas.⁴⁵

⁴⁴ Q.S. Al-Jumuah (62): 10-11.

⁴⁵ Ninda Dwi Wahyuni dan Rochmawati, "Pengaruh Pembelajaran Perbankan Syariah, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah", *Jurnal Akuntabel*, Vol 18 No 3, 2021, h. 508.

Jadi, fasilitas bank syariah adalah sarana dan prasarana yang sengaja disediakan oleh bank syariah yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk kemudahan, kenyamanan dan terpenuhinya kebutuhan nasabah agar nasabah merasa puas. Hal tersebut tentunya menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Tak terkecuali dengan minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI). Kelengkapan fasilitas dan desain yang beragam juga memiliki daya tarik tersendiri untuk mempengaruhi minat masyarakat.

2.4.2. Indikator Fasilitas

Terdapat lima indikator yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan untuk dapat menarik konsumen agar membeli barang atau menggunakan jasa dari suatu perusahaan diantaranya:⁴⁶

- a. Memiliki ruang kantor yang bersih
- b. Mudah dijumpai
- c. Memiliki tempat parkir yang luas dan aman
- d. Memiliki ruang tunggu dan terdapat tempat duduk yang nyaman
- e. Memiliki sarana dan prasarana yang memadai

Dari kelima indikator tersebut harus terdapat juga pada bank syariah dalam hal ini Bank Syariah Indonesia (BSI) baik di dalam kantor bank syariah maupun di lingkungan. Fasilitas yang harus ada di lingkungan seperti mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri), karena saat ini mesin ATM bank syariah masih jarang dijumpai tidak seperti mesin ATM dari bank konvensional yang sudah banyak ditemukan diberbagai tempat.

2.4.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas

⁴⁶ Adi Prastyo, "Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening". Skripsi S1 Perbankan Syariah, IAIN Salatiga, 2020, h. 26.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi fasilitas, diantaranya yaitu:⁴⁷

a. Sifat dan Tujuan Organisasi Jasa

Sifat suatu jasa dapat berpengaruh terhadap ketentuan desain dari fasilitas yang dibutuhkan, misalnya desain suatu bank syariah perlu mempertimbangkan bagaimana bentuk ruangan yang cocok untuk dijadikan ruang tunggu dan ruangan yang bersih, rapi harum serta peralatan yang dibutuhkan seperti meja dan kursi yang nyaman, tersedianya alat tulis, dan lain-lain.

b. Ketersediaan Tanah

Sebuah perusahaan seperti bank syariah membutuhkan lokasi yang strategis, seperti lokasi di pinggir jalan yang banyak dilewati oleh masyarakat, dan lokasi yang mudah untuk dijangkau. Dan suatu perusahaan juga perlu mempertimbangkan beberapa faktor seperti kemampuan finansial, ketersediaan tanah, peraturan pemerintah yang berkaitan dengan kepemilikan tanah dan lain-lain.

c. *Fleksibilitas*

Desain fasilitas juga harus mempertimbangkan terhadap kemungkinan perkembangan yang terjadi dimasa yang akan datang. Maka dari itu fleksibilitas desain sangat dibutuhkan untuk memperhitungkan apabila volume permintaan sering berubah dan apabila spesifikasi usaha cepat berkembang.

d. Faktor *Estetis*

Fasilitas disuatu perusahaan harus tertata dengan rapi, bersih, menarik dan memiliki nilai *estetis* (keindahan), karena hal itu akan dapat

⁴⁷ Atiek Mar'atus Solichah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi", Skripsi Perbankan Syariah, IAIN Ponorogo, 2021, h. 25.

meningkatkan minat dan sikap positif konsumen atau nasabah terhadap suatu perusahaan.

e. Masyarakat dan Lingkungan Sekitar

Suatu perusahaan juga harus memperhatikan masyarakat dan lingkungan disekitar perusahaan, seperti bagaimana keadaan masyarakat dan lingkungannya, kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat sekitar. Sehingga suatu perusahaan dapat memberikan fasilitas yang sesuai dengan keadaan masyarakat dan lingkungannya.

f. Biaya Konstruksi dan Operasi

Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang akan digunakan. Suatu perusahaan juga harus memperhatikan tata letak fasilitas yang disediakan, karena hal itu juga dapat berpengaruh terhadap perasaan dan respon konsumen atau nasabah terhadap perusahaan tersebut. Adapun unsur-unsur yang harus diperhatikan dalam tata letak fasilitas, diantaranya yaitu:

- 1) Pertimbangan atau perencanaan special, misalnya dalam hal bentuk, proporsi, tekstur, dan warna yang harus dikombinasikan dengan baik agar dapat memancing respon intelektual maupun emosional dari konsumen atau nasabah ataupun orang yang melihatnya.
- 2) Perencanaan ruangan, misalnya dalam perencanaan perancangan interior dan arsitektur seperti bentuk ruangan, penempatan perabotan yang dibutuhkan dalam ruangan.
- 3) Perlengkapan atau perabotan, dapat berupa meja yang terdapat laci untuk menyimpan barang-barang yang berukuran kecil, atau barang lain yang berfungsi sebagai pajangan yang dapat menambah nilai estetik dalam ruangan tersebut.
- 4) Tata cahaya, beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mendesain tata cahaya yaitu cahaya di siang hari (*daylighting*), warna, jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan, dan lain-lain.

2.4.4. Fasilitas dalam Perspektif Islam

Dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 84, yang berbunyi:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

“Katakanlah (Nabi Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan keadaannya masing-masing.” Maka, Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya”.⁴⁸

Ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap orang yang melakukan suatu kegiatan, mereka akan melakukannya sesuai dengan keadaan (termasuk keadaan alam sekitarnya) masing-masing. Hal ini juga berarti bahwa dalam melakukan suatu perbuatan memerlukan media atau sarana prasarana agar hal yang dimaksud dapat tercapai.

Dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 89, yang berbunyi:

وَيَوْمَ نَبْعَثُ فِي كُلِّ أُمَّةٍ شَهِيدًا عَلَيْهِمْ مِّنْ أَنفُسِهِمْ وَجِئْنَا بِكَ شَهِيدًا عَلَىٰ هَؤُلَاءِ وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَىٰ لِلْمُسْلِمِينَ

“(Ingatlah) hari (ketika) Kami menghadirkan seorang saksi (rasul) kepada setiap umat dari (kalangan) mereka sendiri dan Kami mendatangkan engkau (Nabi Muhammad) menjadi saksi atas mereka. Kami turunkan Kitab (Al-Qur'an) kepadamu untuk menjelaskan segala sesuatu sebagai petunjuk, rahmat, dan kabar gembira bagi orang-orang muslim”.⁴⁹

Ayat tersebut menjelaskan bahwa secara tidak langsung Allah mengajarkan kepada manusia untuk menggunakan sebuah alat/benda sebagai suatu media dalam menjelaskan segala sesuatu. Sebagaimana Allah SWT menurunkan Al-Qur'an kepada Nabi Muhammad SAW untuk menjelaskan segala sesuatu, maka sudah sepatutnya jika seseorang juga menggunakan media tertentu dalam menjelaskan segala hal. Maka dalam

⁴⁸ Q.S. AL-Isra' (17): 84.

⁴⁹ Q.S. An-Nahl (16): 89.

hal ini bank syariah juga menggunakan media seperti brosur agar lebih mudah menjelaskan hal-hal yang terkait dengan bank syariah.

Dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 15-16, yang berbunyi:

يَا أَهْلَ الْكِتَابِ قَدْ جَاءَكُمْ رَسُولُنَا يُبَيِّنُ لَكُمْ كَثِيرًا مِمَّا كُنْتُمْ تُخْفُونَ مِنَ الْكِتَابِ وَيَعْفُو عَنْ كَثِيرٍ ۗ قَدْ جَاءَكُمْ مِنَ اللَّهِ نُورٌ وَكِتَابٌ مُبِينٌ ۚ يَهْدِي بِهِ اللَّهُ مَنِ اتَّبَعَ رِضْوَانَهُ سُبُلَ السَّلَامِ وَيُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِهِ وَيَهْدِيهِمْ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

“Wahai Ahlulkitab, sungguh rasul Kami telah datang kepadamu untuk menjelaskan banyak hal dari (isi) kitab suci yang kamu sembunyikan dan membiarkan (tidak menjelaskan) banyak hal (pula). Sungguh, telah datang kepadamu cahaya dari Allah dan kitab suci²⁰⁷) yang jelas. Dengannya (kitab suci) Allah menunjukkan kepada orang yang mengikuti rida-Nya jalan-jalan keselamatan, mengeluarkannya dari berbagai kegelapan menuju cahaya dengan izin-Nya, dan menunjukkan kepadanya (satu) jalan yang lurus”.⁵⁰

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT menyebutkan tiga macam kegunaan dari AL-Qur'an. Jika dikaitkan dengan media atau sarana dan prasarana atau biasa disebut dengan fasilitas maka ada tiga syarat yang harus dimiliki suatu fasilitas sehingga alat ataupun benda yang dimaksud benar-benar digunakan sebagai media dalam membantu suatu kegiatan yang akan dilakukan. Tiga aspek tersebut yaitu: Pertama, fasilitas harus mampu memberikan petunjuk (pemahaman) kepada setiap orang yang akan menggunakannya dalam hal ini yaitu nasabah, misalnya prosedur untuk menggunakan mesin ATM. Kedua, Fasilitas yang digunakan harus dapat memudahkan penggunaannya dalam hal ini yaitu nasabah untuk memahami sesuatu, seperti brosur yang terkait dengan produk-produk bank. Ketiga, Fasilitas harus mampu meningkatkan ketertarikan bagi konsumen atau nasabah, misalnya fasilitas diruang tunggu sangat nyaman.⁵¹

⁵⁰ Q.S. Al-Ma'idah (5): 15-16.

⁵¹ Nurtuah Tanjung, “Tafsir Ayat-Ayat Alquran Tentang Manajemen Sarana Prasarana”, *Jurnal Sabilarrasyad*, Vol. 2 No 1, 2017, h. 161-168.

2.5. Produk

2.5.1. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada masyarakat yang bertujuan untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, ataupun dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.⁵²

Adapun pengertian produk menurut para ahli adalah sebagai berikut: Menurut Kotler dan Armstrong, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Phil Kotler dan Keller, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, layanan, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan gagasan. Menurut Anang Firmansyah, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁵³ Berdasarkan pengertian dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Produk bank syariah yaitu segala sesuatu yang ditawarkan oleh bank syariah kepada masyarakat yang tujuannya agar produk tersebut dapat dibeli atau digunakan oleh masyarakat dan agar dapat membantu masyarakat untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Masyarakat yang menggunakan produk bank baik bank syariah atau bank konvensional biasanya disebut dengan nasabah.

⁵² Muhammad Khariska Afriadi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Masyarakat Komplek Perumahan Perumdam Kel. Kandang Mas Kec. Kampung Melayu Kota Bengkulu)". Skripsi Ekonomi Syariah, IAIN Bengkulu, 2016, h. 25.

⁵³ Diki Abdul Halim, "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Thai Tea Di Uky Tea Bandung". Skripsi Ekonomi, Universitas Pasundan Bandung, 2021, h. 30-31.

2.5.2. Produk Bank Syariah

Bank syariah memiliki perbedaan dengan bank konvensional, dalam bank syariah terdapat prinsip/akad yang digunakan dalam produk-produk bank syariah. Adapun pengertian akad adalah ikatan perjanjian atau kesepakatan antara dua pihak atau lebih yang menimbulkan adanya hukum terhadap suatu objek.⁵⁴ Dua pihak tersebut yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah.

Secara garis besar produk-produk bank syariah dikelompokkan kedalam 3 (tiga) kelompok, diantaranya:⁵⁵

1. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

Dalam produk penghimpunan dana terdapat 3 (tiga) bentuk produk yaitu giro, tabungan, dan deposito/investasi dengan menggunakan prinsip wadi'ah dan mudharabah.

a. Giro Wadi'ah

Giro wadi'ah adalah produk pendanaan bank syariah yang berupa simpanan dari nasabah, dan nasabah boleh mengambil simpanan tersebut setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan. Dalam hal ini pihak bank syariah tidak memberikan bagi hasil kepada nasabah, akan tetapi pihak bank syariah memiliki hak untuk memberikan bonus kepada nasabah atas dana yang disimpannya yang kemudian bank syariah menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang kekurangan dana.

Akad wadi'ah yang digunakan yaitu wadi'ah yad dhamanah yang berarti pihak yang dititipkan dalam hal ini bank syariah memiliki

⁵⁴ Darsono, et al. "Dinamika Produk Dan Akad Keuangan Syariah Di Indonesia", Depok: Rajawali Pers, 2017, h. 38.

⁵⁵ M. Nur Rianto Al Arif, "Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah", Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012, h. 33.

hak untuk memanfaatkan dana yang dititipkan tersebut dan bank syariah tidak memberikan bagi hasil kepada nasabah, akan tetapi pihak bank syariah memiliki hak untuk memberikan bonus kepada nasabah dengan besaran yang tidak ditentukan sesuai dengan kebijakan yang adil yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat An-Nissa ayat 58 yang berbunyi:

﴿ 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 ۝٥٨﴾

“Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat”.⁵⁶

b. Tabungan

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang dapat diambil setiap waktu dengan menggunakan fasilitas yang disediakan oleh bank seperti kartu ATM (*Automatic Teller Machine*). Dalam bank syariah produk tabungan menggunakan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*. pada tabungan *wadi'ah*, nasabah tidak akan mendapatkan bagi hasil melainkan hanya mendapatkan bonus yang diberikan oleh bank secara sukarela dengan besaran yang tidak ditentukan. Sedangkan dalam tabungan *mudharabah* nasabah akan mendapatkan bagi hasil, karena dalam hal ini nasabah sebagai *shahibul mal* (pemilik modal) dan bank syariah sebagai *mudharib* (pengelola) dan hasil usaha akan dibagihasilkan sesuai dengan nisbah telah disepakati.

⁵⁶ Q.S. An-Nisa (4): 58.

c. Deposito/Investasi

Deposito merupakan bentuk simpanan nasabah yang berbeda dengan tabungan, deposito memiliki jumlah minimal tertentu, dan jangka waktu tertentu untuk nasabah dapat mengambil dana tersebut. Nasabah tidak dapat mengambil uang simpanannya setiap waktu seperti tabungan, nasabah dapat mengambilnya apabila sudah jatuh tempo waktu yang telah ditentukan. Dalam bank syariah produk deposito menggunakan prinsip mudharabah, jadi nasabah akan mendapatkan bagi hasil dari produk tersebut.

2. Produk Pembiayaan/Penyaluran Dana (Financing)

Produk-produk yang tergabung dalam produk pembiayaan/penyaluran dana, diantaranya yaitu:

a. Jual beli, dengan menggunakan beberapa prinsip:

1) Murabahah

Jual beli dengan prinsip murabahah yaitu jual beli barang dengan harga produk awal harus diketahui oleh nasabah dan ditambah dengan keuntungan. Salah satu manfaat bagi bank syariah dari produk jual beli dengan prinsip murabahah yaitu keuntungan yang ada dari selisih harga beli dan harga jual kepada nasabah. Adapun dasar hukum jual beli dengan prinsip murabahah yaitu dalam Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275, yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ^ق
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ^ق
مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ^ق وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ^ق وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ^ج
هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

”Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa

jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.⁵⁷

2) Salam

Jual beli dengan prinsip salam yaitu jual beli barang dengan penyerahan barang dilakukan dikemudian hari sedangkan pembayaran dilakukan diawal transaksi. Dalam bank syariah jual beli dengan prinsip salam biasanya dipergunakan untuk pembiayaan bagi petani. Dalam jual beli dengan prinsip salam terdapat dua hal yang harus ada, yaitu:

- a) Barang harus jelas spesifikasinya seperti ukuran, takaran, dan timbangan. Dalam hadits Rasulullah yang diriwayatkan oleh Ibnu Abbas, berbunyi: *“Barangsiapa melakukan transaksi salaf (salam), hendaklah ia melakukan dengan takaran yang jelas, timbangan yang jelas, untuk jangka waktu yang jelas pula”* (H.R Ibnu Abbas).
- b) Harus suka sama suka atau ridha dalam melakukan transaksi. Seperti firman Allah SWT dalam Qur’an surat An-Nisaa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya”.⁵⁸

⁵⁷ Q.S. Al-Baqarah (2): 275.

⁵⁸ Q.S. Al-Baqarah (2): 282.

3) Istishna

Jual beli dengan prinsip istishna yaitu jual beli barang dengan penyerahan barang dikemudian hari dan pembayaran bisa dilakukan di awal transaksi, melalui cicilan, atau ditangguhkan sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak, yaitu nasabah dan bank syariah. Dalam bank syariah penerapan jual beli dengan prinsip istishna digunakan dalam bidang manufaktur. Menurut jumhur fuqaha, istishna merupakan jenis khusus dari salam, maka ketentuan istishna sama dengan ketentuan pada salam.

b. Bagi Hasil, dengan menggunakan beberapa prinsip:

1) Musyarakah

Bagi hasil dengan menggunakan prinsip musyarakah yaitu Kerjasama antara dua pihak atau lebih dalam suatu transaksi tertentu, dengan ketentuan masing-masing pihak menyediakan dana dan disepakati bahwa keuntungan dan kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua pihak yang telah bersepakat dan diantara mereka tidak boleh menzalimi satu sama lain. Dalam Qur'an surat Shaad ayat 24 yang berbunyi:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نَعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ
عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّهٗ
فَاسْتَعْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿ۙ﴾

“Dia (Dawud) berkata, “Sungguh, dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak di antara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan; dan hanya sedikitlah mereka yang begitu.” Dan Dawud menduga bahwa Kami mengujinya;

maka dia memohon ampunan kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertobat”.⁵⁹

Dalam bank syariah bagi hasil dengan prinsip musyarakah diterapkan dalam pembiayaan proyek, dimana nasabah dan bank syariah keduanya berkontribusi dalam menyediakan dana untuk proyek yang akan dibangun. Kemudian setelah proyek selesai, nasabah akan mengembalikan dana dari bank beserta bagi hasil yang telah disepakati sebelumnya.

2) Mudharabah

Bagi hasil dengan menggunakan prinsip mudharabah yaitu kerja sama antara dua pihak atau lebih dimana yang memiliki modal (*shahibul mal*) memberikan modalnya kepada pihak yang akan mengelola modal tersebut (*mudharib*) untuk suatu usaha dengan perjanjian pembagian keuntungan. Dalam bank syariah bagi hasil dengan prinsip mudharabah biasanya diterapkan dalam pembiayaan modal kerja.

Mudharabah ada dua jenis, yaitu mudharabah muthlaqah dan mudharabah muqayyadah. Mudharabah muthlaqah yaitu pembiayaan tanpa ada syarat-syarat tertentu, jadi *mudharib* bebas menggunakan dana tersebut untuk usaha apapun tanpa ada syarat apapun yang mencakup jenis usaha, waktu dan daerah usaha. Sedangkan mudharabah muqayyadah yaitu pembiayaan dengan adanya syarat-syarat tertentu, jadi *mudharib* harus menggunakan dana tersebut sesuai dengan ketentuan yang diberikan oleh *shahibul mal* seperti usaha dalam bidang tertentu, waktu tertentu, dan daerah tertentu. Dalam hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah yang berbunyi: “*Nabi bersabda, ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqardhah*

⁵⁹ Q.S. Shad (38): 24.

(mudharabah), dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga bukan untuk dijual” (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib).

c. Sewa-menyewa, dengan menggunakan beberapa prinsip:⁶⁰

1) Ijarah

Sewa menyewa dengan menggunakan prinsip ijarah yaitu pengalihan hak untuk menggunakan dan memperoleh manfaat dari barang atau jasa setelah pembayaran sewa tanpa pengalihan kepemilikan atas barang yang bersangkutan. Hadits tentang ijarah terdapat dalam hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah yang berbunyi: *“Dari Ibnu Umar bahwa Rasulullah bersabda, berikanlah upah pekerja sebelum keringatnya kering” (HR. Ibnu Majah).*

2) Ijarah Muntahia Bit-Tamlik

Sewa menyewa dengan menggunakan prinsip ijarah muntahia bit-tamlik yaitu transaksi sewa dengan diikuti pemindahan kepemilikan di akhir periode dengan menghibahkan objek sewa kepada nasabah.

3. Produk Jasa Perbankan

Produk-produk yang tergabung dalam produk jasa, diantaranya yaitu:⁶¹

a. Wakalah

Wakalah merupakan memberikan kuasa oleh satu pihak kepada pihak lain untuk mewakili pihak pemberi kuasa. Jadi wakalah berarti pemberian kuasa oleh nasabah kepada bank syariah untuk mewakili nasabah seperti melakukan transfer uang, *letter of credit (L/C)*, dan inkaso.

⁶⁰ Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, h. 117.

⁶¹ Muhammad Syafi’I Antonio, *“Bank Syariah ...h.120.*

b. Kafalah

Kafalah adalah jaminan yang diberikan oleh penjamin (kafil) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak lain atau penanggung. Kafalah juga bisa diartikan sebagai pemindahan tanggung jawab seseorang dijamin oleh orang lain yang bertanggung jawab sebagai penjamin. Misalnya, menjamin kembalinya obyek yang disewa setelah berakhirnya masa sewa. Bank mengimplementasikan penjaminan untuk kepentingan nasabahnya bekerja sama dengan perusahaan penyewaan. Jaminan pembayaran bank dapat berupa deposito/tabungan, dan bank juga dapat membebankan uang jasa (fee) kepada nasabah tersebut.

c. Hawalah

Hawalah merupakan pengalihan utang dari orang yang memiliki utang kepada orang yang wajib menanggungnya. Dalam bank syariah hawalah biasanya diterapkan pada anjak piutang (factoring). Misalnya, nasabah yang memiliki tagihan kepada pihak ketiga mengalihkan tagihan tersebut ke bank, dalam hal ini bank membayar tagihan dan bank menagihnya dari pihak ketiga.

d. Rahn

Rahn adalah menahan salah satu harta milik peminjam atau nasabah sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Rahn dapat diartikan sebagai jaminan utang atau gadai. Dalam bank syariah, rahn diterapkan sebagai produk pelengkap dan produk tersendiri. Dalam produk pelengkap, rahn dapat digunakan pada pembiayaan murabahah yaitu bank dapat menahan barang nasabah sebagai jaminan akad tersebut. Sedangkan dalam produk tersendiri, rahn bisa dijadikan sebagai pegadaian, dimana bank dapat membebankan biaya penitipan, pemeliharaan, penjagaan dan penaksiran. Biaya tersebut diberlakukan hanya sekali dan ditetapkan diawal.

e. Qardh

Qardh yaitu memberikan harta/meminjamkan harta kepada orang lain yang dapat ditagih kembali tanpa mengharapkan imbalan. Dalam bank syariah qardh diterapkan sebagai fasilitas yang diberikan oleh bank kepada nasabah yang memerlukan dan cepat, sedangkan nasabah tersebut tidak dapat menarik dananya karena tersimpan dalam bentuk deposito. Qardh juga sebagai produk pelengkap yang digunakan untuk menyumbang usaha yang sangat kecil atau membantu sektor sosial, dan dana yang digunakan biasanya bersumber dari dana zakat, infak dan sedekah.

2.6. Lokasi

Penentuan lokasi suatu perusahaan merupakan salah satu faktor yang penting. Karena lokasi memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap aktivitas yang akan dilakukan oleh suatu perusahaan, seperti bank syariah dalam melakukan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat.

Lokasi merupakan suatu tempat dimana perusahaan berdiri dan menjalankan aktivitasnya sesuai dengan usaha yang dijalankannya. Lokasi yang strategis bagi suatu perusahaan seperti Bank Syariah Indonesia (BSI) akan berpengaruh terhadap target pencapaian bank dalam menjalankan usahanya. Maka dalam penentuan lokasi perlu memperhatikan beberapa hal, diantaranya yaitu:⁶²

- a. Lokasi yang dekat dengan kawasan industri atau pabrik. Hal ini dapat menjadi pertimbangan untuk bank syariah, bank dapat menawarkan fasilitas pembiayaan ekspor bagi ekspor pabrik yang beroperasi di kawasan industri,
- b. Lokasi yang dekat dengan perkantoran. Hal ini dapat menjadi pertimbangan untuk bank syariah, bank dapat menawarkan system pembayaran gaji karyawan secara otomatis (*payroll*) kepada perusahaan.

⁶² Al Arif, *Dasar-Dasar...*,h. 133.

- c. Lokasi yang dekat dengan pasar. Hal ini dapat menjadi pertimbangan untuk bank syariah, bank syariah dapat menawarkan fasilitasnya seperti membuka tabungan atau deposito kepada para pedagang di pasar.
- d. Lokasi yang dekat dengan perumahan atau masyarakat. Hal ini dapat menjadi pertimbangan untuk bank syariah, lokasi yang dekat dengan perumahan atau masyarakat dapat memudahkan masyarakat untuk bertransaksi, sehingga masyarakat tidak perlu mencari kantor cabang yang jauh.
- e. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi. Hal ini juga perlu dipertimbangkan oleh bank syariah untuk mendirikan kantor cabang, karena meskipun lokasi tersebut merupakan lokasi yang strategis untuk bank akan tetapi apabila terdapat banyak kantor bank di daerah tersebut maka untuk mendirikan kantor di lokasi tersebut harus dipertimbangkan kembali, karena akan berdampak pada pendapatan bank.

Secara khusus, Ada dua faktor yang dapat dipertimbangkan dalam menentukan lokasi bank, yaitu:

- a. Faktor primer
 - 1) Dekat dengan pasar
 - 2) Dekat dengan perumahan atau masyarakat
 - 3) Adanya tenaga kerja yang sesuai dengan yang diinginkan baik jumlah maupun kualitas
 - 4) Adanya fasilitas pengangkutan
 - 5) Adanya sarana dan prasarana
 - 6) Sikap masyarakat
- b. Faktor sekunder
 - 1) Biaya untuk investasi di lokasi
 - 2) Prospek perkembangan harga tanah, Gedung atau kemajuan di lokasi tersebut
 - 3) Adanya kemungkinan untuk perluasan lokasi
 - 4) Adanya fasilitas penunjang lain seperti pusat perbelanjaan
 - 5) Masalah pajak dan peraturan perburuhan di daerah setempat.

Dalam menentukan tempat atau lokasi, Islam mengatur bagaimana manusia menjaga dan melestarikan lingkungan dan tidak merusaknya. Islam melarang merusak lingkungan, sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam Qur'an surat Al-A'raf ayat 56, yang berbunyi:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِنَ الْمُحْسِنِينَ

“Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan”.⁶³

2.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya membandingkan hasil kajian penelitian untuk menemukan inspirasi baru bagi penelitian selanjutnya. Beberapa peneliti telah melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Berikut adalah beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan pembanding dalam penelitian ini.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Eka Fariani, Muhammad Haris Riyaldi, Yani Prihatina Eka Furda, (2021). ⁶⁴	(Jurnal) Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia	Hasil penelitiannya yaitu faktor pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kota Banda Aceh untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.	Perbedaannya terletak pada: <ol style="list-style-type: none"> 1. Subjeknya yaitu masyarakat Kota Banda Aceh. 2. Objeknya yaitu minat masyarakat Kota Banda Aceh untuk menabung di Bank Syariah

⁶³ Q.S. Al-A'raf (7): 56.

⁶⁴ Eka Fariani, et al. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia”, *Jurnal Al-Ahkam*, Vol. 1 No 2, 2021. h. 14-16.

			Sedangkan faktor promosi dan fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Kota Banda Aceh untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.	Indonesia (BSI). 3. Variabel independennya menggunakan variabel pengetahuan, promosi dan fasilitas.
2	Akhmad Darmawan, Ninik Dewi Indahsari, Sri Rejeki, Muhammad Rizqie Aris, Roqi Yasin (2019). ⁶⁵	(Jurnal) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah	Hasil penelitiannya yaitu faktor pelayanan dan pengetahuan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah, sedangkan faktor promosi dan produk memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah. Serta faktor lokasi yang berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di	Perbedaannya terletak pada: 1. Subyeknya yaitu nasabah Bank Jateng Syariah. 2. Objeknya yaitu minat nasabah untuk menabung di Bank Jateng Syariah. 3. Variabel independennya menggunakan variabel pelayanan, pengetahuan, promosi, dan lokasi.

⁶⁵ Akhmad Darmawan, et al. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah", *Jurnal Fokus Bisnis*, Vol. 18 No 01, h. 48-50.

			Bank Jateng Syariah.	
3	Rafiqa Hastharita, (2020). ⁶⁶	(Jurnal) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah memilih Jasa Bank Syariah Di Makassar	Hasil penelitiannya yaitu faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Dan faktor kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah.	Perbedaannya terletak pada: <ol style="list-style-type: none"> 1. Subjeknya yaitu nasabah beberapa Bank Syariah di Makassar. 2. Objeknya yaitu keputusan nasabah memilih jasa Bank Syariah di Makassar. 3. Variabel independennya menggunakan variabel lingkungan dan kualitas layanan.
4	Desiana, Dewi Susilowati, Negini Kencono Putri (2018). ⁶⁷	(Jurnal) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya	Hasil penelitiannya yaitu faktor bagi hasil, kualitas keagamaan, pendidikan, dan produk memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan	Perbedaannya terletak pada: <ol style="list-style-type: none"> 1. Subjeknya yaitu nasabah Bank Syariah di Tasikmalaya. 2. Objeknya yaitu keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan

⁶⁶ Rafiqa Hastharita, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Jasa Bank Syariah Di Makassar", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4 No. 2, 2020, h. 75-78.

⁶⁷ Desiana, et al. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya", *Jurnal Ilmu Akuntansi*, Vol. 11 No. 1, 2018, h. 31.

			jasa perbankan syariah.	syariah di Kota Tasikmalaya. 3. Variabel independennya menggunakan variabel bagi hasil, kualitas keagamaan, pendidikan dan produk.
5	Achmad Rofiq, (2021). ⁶⁸	(Skripsi) Pengaruh Aksesibilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah: Studi Pada Komunitas Sahabat Difabel (KSD) Semarang Tahun 2020	Hasil penelitiannya yaitu variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada komunitas sahabat difabel (KSD) semarang. Sedangkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada komunitas dsahabat difabel (KSD) semarang.	Perbedaannya terletak pada: 1. Subjeknya yaitu komunitas sahabat difabel Semarang. 2. Objeknya yaitu minat menabung di Bank Syariah. 3. Variabel independennya menggunakan variabel aksesibilitas dan kualitas pelayanan.
6	M. Kariska Afriadi, (2016). ⁶⁹	(Skripsi) Analisis Faktor-Faktor Yang	Hasil penelitiannya yaitu faktor	Perbedaannya terletak pada:

⁶⁸ Achmad Rofiq, "Pengaruh Aksesibilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah: Studi Pada Komunitas Sahabat Difabel (KSD) Semarang Tahun 2020", Skripsi S1 Perbankan Syariah, UIN Walisongo Semarang, 2021, h. 83.

⁶⁹ M. Kariska Afriadi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Masyarakat Komplek Perumahan Perumdam Kel. Kandang Mas Kec. Kampung Melayu Kota Bengkulu)", Skripsi Ekonomi Islam, IAIN Bengkulu, 2016, h. 68.

		Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Komplek Perumahan Perumdam Kel. Kandang Mas Kec. Kampung Melayu Kota Bengkulu)	promosi memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Sedangkan faktor produk, lokasi dan pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat tapi tidak dominan, dan faktor reputasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Subjeknya yaitu masyarakat komplek perumahan Perumdam Kel. Kandang Mas Kec. Kampung Melayu Kota Bengkulu. 2. Objeknya yaitu minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah. 3. Faktor-faktor yang digunakan yaitu promosi, produk, lokasi dan reputasi. 4. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif.
7	Anjur Perkasa Alam dan Jureid (2021). ⁷⁰	(Jurnal) Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Medan	Hasil penelitiannya yaitu faktor lokasi, produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim menggunakan jasa Bank	Perbedaannya terletak pada: <ol style="list-style-type: none"> 1. Subjeknya yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia di Medan. 2. Objeknya yaitu minat non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah

⁷⁰ Anjur Perkasa Alam dan Jureid, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Medan", *Jurnal Islamic Circle*, Vol. 2 No. 1, 2021, h. 26.

			Syariah Indonesia (BSI).	Indonesia di Medan. 3. Variabel independennya menggunakan variabel lokasi, produk dan promosi.
8	Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung, (2017). ⁷¹	(Jurnal) Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Minat Masyarakat Pada Bank Syariah	Hasilnya penelitiannya yaitu kualitas pelayanan dan bagi hasil memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat di sekitar wilayah kerja Bank Syariah Mandiri KCP Medan Simpang Limun untuk menjadi nasabah pada bank syariah.	Perbedaannya terletak pada: 1. Subjeknya yaitu masyarakat di sekitar wilayah kerja Bank Syariah Mandiri KCP Medan Simpang Limun. 2. Objeknya yaitu minat masyarakat pada Bank Syariah. 3. Variabel independennya menggunakan variabel kualitas pelayanan dan bagi hasil.
9	Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, (2018). ⁷²	(Jurnal) Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan	Hasil penelitiannya yaitu pengetahuan dan religiusitas memiliki	Perbedaannya terletak pada: 1. Subjeknya yaitu nasabah BMT Amanah Ummah

⁷¹ Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung, "Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Minat Masyarakat Pada Bank Syariah", *Jurnal Al-Qasd*, Vol. 2 No. 2, 2017, h. 237-238.

⁷² Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 4 No. 02, 2018, h. 146.

		Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah	pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura. Sedangkan kualitas pelayanan dan produk tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura.	Gumpang Kartasura. 2. Objeknya yaitu minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. 3. Variabel independennya menggunakan variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, produk dan religiusitas.
10	Sri Wahyuni, (2017). ⁷³	(Jurnal) Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah	Hasil penelitiannya yaitu terdapat pengaruh persepsi tentang kualitas pelayanan dan produk bagi hasil terhadap minat masyarakat sekitar wilayah kerja Bank Syariah Mandiri KCP Medan Simpang Limun untuk menjadi	Perbedaannya terletak pada: 1. Subjeknya yaitu masyarakat sekitar wilayah kerja Bank Syariah Mandiri KCP Medan Simpang Limun. 2. Objeknya yaitu minat masyarakat menjadi

⁷³ Sri Wahyuni, "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah", *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. II No. 2, 2017, h. 452-455.

			nasabah bank syariah.	nasabah di Bank Syariah. 3. Variabel independennya menggunakan variabel persepsi, kualitas pelayanan dan bagi hasil.
11	Ayu Wandira, (2018) ⁷⁴	(Skripsi) Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung)	Hasil penelitiannya yaitu variabel fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah. Sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah.	Perbedaannya terletak pada: 1. Subjeknya yaitu nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung. 2. Objeknya yaitu minat nasabah menabung di Bank Syariah. 3. Variabel independennya menggunakan variabel fasilitas dan pelayanan.
12	Lukman Hakim, (2021) ⁷⁵	(Skripsi) Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung	Hasil penelitiannya yaitu variabel pengetahuan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan	Perbedaannya terletak pada: 1. Subjeknya yaitu santri pondok pesantren Madrosatul Quraniil

⁷⁴ Ayu Wandira, "Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung)", Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2018, h. 97.

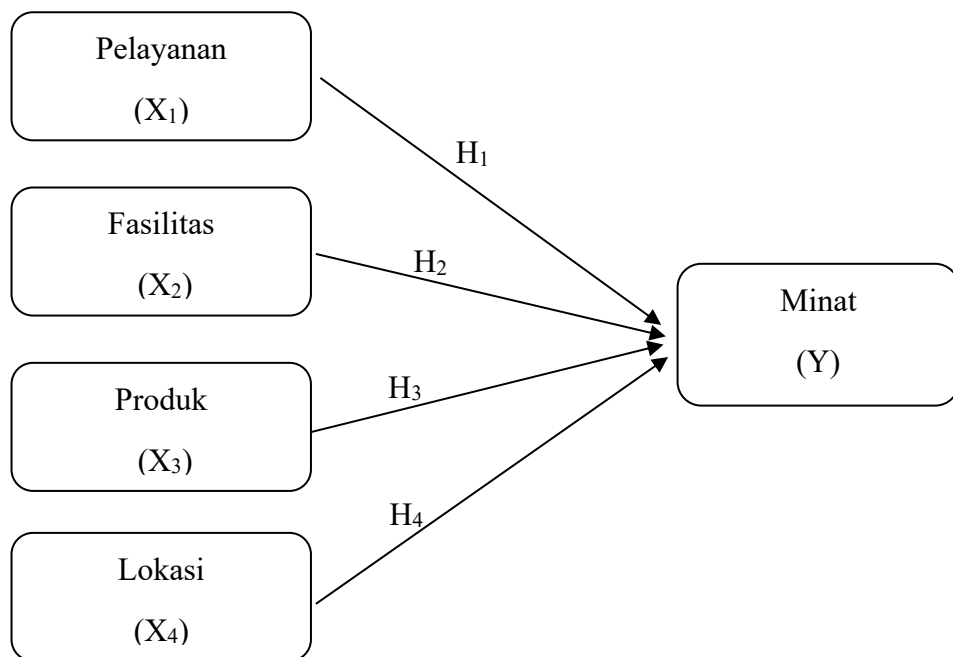
⁷⁵ Lukman Hakim, "Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Madrosatul Quraniil Aziziah Beringin, Ngaliyan Semarang)", Skripsi S1 Perbankan Syariah, UIN Walisongo Semarang, 2021, h. 64.

		Santri Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Madrosatul Quranil Aziziah Beringin, Ngaliyan Semarang)	terhadap minat santri untuk menabung di Bank Syariah. Sedangkan variabel lokasi berpengaruh negative serta tidak signifikan terhadap minat santri untuk menabung di Bank Syariah.	<p>Aziziah Beringin, Ngaliyan Semarang.</p> <p>2. Objeknya yaitu minat menabung santri di Bank Syariah.</p> <p>3. Variabel independennya menggunakan variabel pengetahuan, fasilitas dan lokasi.</p>
--	--	---	---	--

2.8. Kerangka Pemikiran Teoritik

Kerangka pemikiran teoritik adalah kerangka yang menegaskan teori yang terdapat dalam kajian pustaka. Kerangka teori penelitian ini dijelaskan pada gambar di bawah ini.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritik



Sumber: dikembangkan dari penelitian Eka Fariani, dkk(2021), Akhmad Darmawan, dkk (2019), Rafiqah Hastharita (2020), Desiana, dkk (2018), Achmad Rofiq (2021), M. Kariska Afriadi (2016), Anjur Perkasa Alam dan Jureid (2021), Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung (2017), Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari (2018), Sri Wahyuni (2017), Ayu Wandira (2018), Lukman Hakim (2021)

Keterangan:

Variabel independent dalam penelitian ini adalah faktor pelayanan, faktor fasilitas, faktor produk, dan faktor lokasi. Sedangkan variabel dependennya adalah minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI).

2.9. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara untuk suatu masalah. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka berpikir di atas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

2.9.1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Pelayanan menurut J.Stanton merupakan jasa yang tidak memiliki bentuk atau wujud, akan tetapi dapat ditawarkan untuk memenuhi suatu kebutuhan⁷⁶. Pelayanan merupakan hal yang penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Pelayanan dengan kualitas yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga loyalitas dari konsumen akan tercipta dan berujung pada keuntungan yang akan di dapatkan oleh perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Akhmad Dermawan, dkk (2019) yang menghasilkan bahwa pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah. Maka dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan semakin tinggi minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Dalam hal ini, pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) ditujukan kepada nasabah atau calon nasabahnya yaitu masyarakat di Kecamatan Ketanggungan.

H_1 = Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

⁷⁶ Asep Jamaludin, "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Padang Sederhana Karawang". *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, No. 1, 2018, h. 5.

2.9.2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Menurut Tjiptono fasilitas merupakan bagian dari *physical evidence* yang meliputi fasilitas fisik dan bentuk-bentuk komunikasi fisik lainnya⁷⁷. Fasilitas berarti segala sesuatu yang sengaja disediakan perusahaan yang memiliki bentuk fisik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Fasilitas yang baik dan lengkap akan membuat konsumen merasa puas sehingga mereka tertarik untuk terikat dalam hubungan dengan suatu perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sofyan Ikhsan Alisyah Pratama Paputungan, dkk (2022) yang menghasilkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah non muslim memilih menggunakan jasa bank syariah di Kota Manado. Maka dapat diartikan bahwa semakin baik dan lengkap fasilitas yang disediakan semakin besar minat masyarakat untuk menjadi nasabah karena kebutuhannya akan terpenuhi.

H₂ = Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

2.9.3. Pengaruh Produk Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Menurut Kotler produk adalah segala sesuatu yang dapat berupa barang, jasa, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, organisasi, informasi dan ide yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁷⁸ Semakin banyak produk yang ditawarkan, semakin banyak pilihan bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi

⁷⁷ Mochamad Thoriq dan Soebari Martoatmodjo, "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina 54.612.64 Di Situbondo". *Jurnal Ilmu Dan Manajemen*, Vol. 3 No. 8, 2014, h. 4.

⁷⁸ Romdhoni, et al. "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 4 No. 2, 2018, h. 140.

Susilowati, dkk (2018) yang menghasilkan bahwa produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah. Produk yang ditawarkan oleh bank BSI sebisa mungkin harus memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga masyarakat akan loyal terhadap bank BSI.

H₃ = Produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

2.9.4. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Menurut Mohammad Ramadani lokasi merupakan suatu keputusan dari perusahaan untuk mendirikan tempat usaha atau menempatkan perusahaan pada suatu tempat yang tepat agar produk maupun jasa yang akan dijual lebih mudah dijangkau oleh konsumen sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal⁷⁹. Lokasi yang strategis akan memudahkan konsumen untuk menjangkanya sehingga konsumen akan dengan mudah memenuhi kebutuhannya. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anjur Perkasa Alam dan Jureid (2021) yang menghasilkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI). Artinya, lokasi yang strategis dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI).

H₄ = Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

⁷⁹ Mohammad Ramadani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone", *Jurnal Iqtishadequity*, Vol. 1 No. 2, 2019. h. 39.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

3.1.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menganalisis fenomena yang saling berkaitan dan biasanya dinyatakan dalam bentuk angka, nilai, atau besaran.⁸⁰ Untuk memperoleh informasi dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner yang dikumpulkan dari berbagai populasi yang akan dijadikan sampel.

Penelitian kuantitatif terdiri dari berbagai jenis, dan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanasi, yang berarti bahwa penelitian dilakukan untuk mencari berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi obyek penelitian, atau dapat dikatakan bahwa penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain, dan penelitian ini membutuhkan adanya populasi dan sampel.⁸¹ Dalam hal ini variabel yang akan dicari hubungan, perbedaan atau pengaruhnya terhadap variabel lain yaitu variabel pelayanan, fasilitas, produk dan lokasi berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap variabel minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI).

3.1.2. Sumber Data

a. Data primer

Data primer merupakan sumber data yang berasal langsung dari sumber aslinya atau berhubungan langsung dengan penelitian, salah satunya

⁸⁰ Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017, h. 92.

⁸¹ M. Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Untuk: Ekonomi, Manajemen, Komunikasi, dan Ilmu Sosial lainnya)*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015, h. 80.

adalah penyebaran kuesioner kepada responden. Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat Desa Buara Kecamatan Ketanggungan .

b. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh tidak dari sumber asli secara langsung, melainkan dari sumber-sumber yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan, seperti buku-buku, dokumen, internet, majalah, koran, dan literatur lainnya. Salah satunya yaitu data jumlah penduduk di Kecamatan Ketanggungan.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah segala sesuatu baik orang, peristiwa, atau benda yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat diperoleh atau dapat memberikan informasi/data penelitian untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya.⁸² Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi oleh peneliti berupa orang/manusia yang dapat dihitung jumlahnya (terbatas) dan ditentukan berdasarkan cakupan area. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 14.452 orang.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah subkelompok yang diambil dari populasi yang dapat meramalkan tanggapan atau mewakili seluruh anggota kelompok atau populasi tersebut.⁸³ Sampel digunakan karena jumlah populasi yang besar yang tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti secara keseluruhan dari populasi tersebut. Selain karena populasi yang besar, tetapi juga karena keterbatasan waktu, tenaga, dana, ataupun faktor lain yang menyebabkan peneliti tidak bisa melakukan penelitian terhadap seluruh populasi, sehingga harus menggunakan sampel untuk mewakilinya. Dalam penelitian ini Teknik sampel yang digunakan peneliti yaitu *purposive sampling* dengan menggunakan beberapa kriteria, yaitu:

⁸² Sudaryono, *Metodologi...*h. 165.

⁸³ Sudaryono, *Metodologi....* h.167.

- a. Berdomisili di Desa Buara Kecamatan Ketanggungan
- b. Berumur 17-60 Tahun
- c. Bukan nasabah Bank BSI KCP Brebes Sudirman

Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus *Slovin* karena jumlah populasi lebih dari 100 responden. Untuk mempermudah, rumus *Slovin* adalah sebagai berikut:⁸⁴

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

a = Batas toleransi ketidak telitian (*error tolerance*) = 10% atau 0,1

Berdasarkan rumus *Slovin* di atas, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{14.452}{1 + 14.452(0,1)^2} = \frac{14.452}{145,52} = 99,31$$

atau 100 responden

Dari hasil rumus diatas yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang dari umur 17-60 tahun.

⁸⁴ Abdullah, M. Ma'ruf, *Metodologi...*, h. 237.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode yang penting dalam penelitian untuk mendapatkan informasi atau data yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian. Metode pengumpulan data penelitian ini yaitu :⁸⁵

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah salah satu metode untuk mengumpulkan data dengan cara menyebarkan sekumpulan pertanyaan atau pernyataan yang harus di jawab oleh responden. Metode pengumpulan data dengan kuesioner merupakan metode yang dilakukan secara tidak langsung, artinya peneliti tidak melakukan tanya-jawab secara langsung dengan responden. Dalam hal ini, sejumlah 100 kuesioner atau angket akan dibagikan kepada masyarakat di Desa Buara Kecamatan Ketanggungan yang dijadikan sampel yang kemudian hasilnya akan diuji menggunakan alat uji statistik untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI). Adapun kuesioner yang dibuat dengan menggunakan google form.

b. Wawancara

Wawancara adalah merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara melakukan tatap muka antara dua pihak, dimana salah satu pihak bertanya kepada pihak yang lain, dan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tujuannya untuk mendapatkan jawaban yang berhubungan dengan masalah penelitian.⁸⁶ Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara kepada 5 orang di Desa Buara Kecamatan Ketanggungan

⁸⁵ Abdullah, M. Ma'ruf, *Metodologi...* h. 205.

⁸⁶ Fadhallah, "Wawancara", Jakarta Timur: UNJ Press, 2020, h. 1. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=rN4fEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP4&dq=jurnal+tentang+wawancara&ots=yxKGHax25V&sig=Im2Xc_j-aEqVI-oeGETdItTluW8&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false, diakses 18 April 2023.

c. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan salah satu metode pengumpulan data yang bersumber dari literatur-literatur, artikel, jurnal, bahan analisis dan publikasi lain yang dapat digunakan sebagai sumber penelitian.⁸⁷ Seperti e-book yang penulisnya Ismail dengan judul *Perbankan Syariah*, digunakan sebagai literatur dalam tinjauan pustaka yaitu pengertian bank syariah. Jurnal *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, penelitiannya yaitu Achmad Baraba, digunakan sebagai literatur dalam tinjauan pustaka tentang fungsi bank syariah, serta buku-buku dan jurnal-jurnal lain yang peneliti gunakan dalam penelitian ini sebagai literatur dalam tinjauan pustaka maupun literatur lainnya.

3.4. Variabel Penelitian dan Pengukuran

3.4.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang memiliki bentuk bervariasi dan memiliki ciri seperti memiliki nilai, membedakan antara obyek yang satu dengan obyek yang lain, yang kemudian dipelajari oleh peneliti untuk ditarik kesimpulannya. Macam-macam variabel penelitian ada 5 (lima), yaitu: variabel independen, variabel dependen, variabel moderating, variabel intervening, dan variabel kontrol. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 (dua) variabel yaitu variabel independent dan variabel dependen.⁸⁸

a. Variabel Independen

Variabel independen atau biasa disebut dengan variabel bebas adalah variabel yang menimbulkan perubahan terhadap variabel lain atau mempengaruhi variabel lain yaitu variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independennya yaitu faktor pelayanan (X_1), faktor fasilitas (X_2), faktor produk (X_3), faktor lokasi (X_4).

⁸⁷ Linda Fuadah S, *Analisis...*, h. 49.

⁸⁸ Sudaryono, *Metodologi...*, h. 154.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau sering disebut dengan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (variabel bebas). Dalam penelitian ini, variabel dependennya yaitu minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI).

3.4.2. Definisi Operasional Variabel

a. Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menghimpun dana dalam bentuk titipan dan investasi dan menyalurkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerjasama dalam bentuk usaha yang kegiatannya merujuk pada hukum islam. Bank menghimpun dana dari pihak yang memiliki kelebihan dana, kemudian bank menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan dana atau kekurangan dana, baik untuk jual beli maupun untuk modal usaha.⁸⁹

b. Minat Nasabah

Minat dapat diartikan sebagai suatu proses yang secara terus-menerus memperhatikan dan memusatkan perhatian pada sesuatu yang menarik yang disukai dengan perasaan senang dan rasa puas.⁹⁰ Minat juga diartikan sebagai kecenderungan hati terhadap suatu kemauan atau keinginan dalam hal tertentu yang menimbulkan kesenangan dan rasa puas tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Dalam Undang-Undang no. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 16 tentang perbankan syariah, nasabah merupakan pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan/atau UUS (Unit Usaha Syariah).⁹¹ Nasabah bisa disebut juga sebagai konsumen, Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), consumer

⁸⁹ Ismail, "Perbankan Syariah", Jakarta: Kencana, 2011, h. 26. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=X9xDDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=info:PN8GEcpItKIJ:scholar.google.com/&ots=qz66IGaHwc&sig=IG2SLtqUazDQ3IA84vb5dKmbf-E&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false, diakses 28 Juli 2022.

⁹⁰ Yayat Suharyat, *Hubungan...*, h. 8.

⁹¹ Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah..

adalah pemakai atau konsumen. Dan konsumen yaitu pemakai terakhir baik barang atau jasa untuk dipakai oleh dirinya sendiri dan tidak untuk diperjualbelikan kembali.⁹² Minat nasabah merupakan kecenderungan atau kemauan seseorang dalam menggunakan jasa bank baik bank syariah maupun bank konvensional.

c. Pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan adalah perihal dan memudahkan sesuatu yang diberikan yang berhubungan dengan jual beli barang dan jasa. Definisi lain dari pelayanan yaitu suatu kegiatan atau aktivitas interaksi antara konsumen dengan karyawan dari suatu perusahaan dengan maksud untuk membantu konsumen dalam memecahkan permasalahannya.⁹³

d. Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang mampu mempermudah dan memperlancar suatu kegiatan usaha baik berupa uang ataupun barang. Fasilitas sengaja disediakan oleh perusahaan untuk memberi kemudahan, kenyamanan dan memenuhi kebutuhan konsumen atau nasabah. Jika fasilitas mampu memenuhi kebutuhan konsumen atau nasabah, konsumen atau nasabah akan merasa puas.⁹⁴

e. Produk

Produk bank syariah yaitu segala sesuatu yang ditawarkan atau dipromosikan oleh bank syariah kepada masyarakat yang tujuannya agar produk tersebut dapat dibeli atau digunakan oleh masyarakat dan agar dapat membantu masyarakat untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Masyarakat yang menggunakan produk bank baik bank syariah atau bank konvensional biasanya disebut dengan nasabah.⁹⁵

⁹² Rosmawati, *Pokok-Pokok...*, h.2-4.

⁹³ Indah Febriana, *Muamalat...* h. 149.

⁹⁴ Ninda Dwi Wahyuni dan Rochmawati, *Pengaruh...*, h. 508.

⁹⁵ Muhammad Khariska Afriadi, *Analisis...*, h. 25.

f. Lokasi

Lokasi merupakan suatu tempat dimana perusahaan berdiri dan melakukan aktivitasnya sesuai dengan usaha yang dijalankannya. Lokasi yang strategis bagi suatu perusahaan seperti bank syariah akan berpengaruh terhadap target pencapaian bank dalam menjalankan usahanya.⁹⁶

3.4.3. Skala Pengukuran

Skala adalah suatu alat yang digunakan oleh para peneliti untuk mengubah data yang bersifat kualitatif menjadi data kuantitatif yang berupa angka.⁹⁷ Skala pengukuran digunakan untuk mengukur variabel dengan menggunakan instrument tertentu yang biasanya berupa angka, agar tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah selanjutnya dalam penelitian.⁹⁸ Dalam penelitian ini, untuk skala pengukuran menggunakan skala likert.

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi tentang seseorang atau sekelompok orang atau dalam hal ini populasi dalam penelitian tentang fenomena-fenomena sosial. Variabel-variabel yang diukur dengan skala likert diubah menjadi indikator-indikator terukur, dan indikator-indikator tersebut digunakan dalam pertanyaan atau pernyataan *benchmark* yang harus ditanggapi oleh responden. Dalam skala likert jawaban biasanya berbentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan menggunakan kata-kata, seperti sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju, dan sangat tidak setuju dan biasanya menggunakan skor 1 sampai 5. Dimana skor 1 dikategorikan untuk jawaban sangat tidak setuju atau paling rendah dan skor 5 dikategorikan untuk jawaban sangat setuju atau paling tinggi⁹⁹. Dengan menggunakan skor 1 sampai 5 maka terdapat skor 3 atau disebut poin tengah. Tujuan adanya poin tengah yaitu untuk memberikan kesempatan bagi responden yang memiliki sifat moderat terhadap

⁹⁶ Al Arif, *Dasar-Dasar...*, h. 133.

⁹⁷ Sudaryonno, *Metodologi...*, h. 185.

⁹⁸ Sudaryonno, *Metodologi...* h. 186.

⁹⁹ Sudaryonno, *Metodologi...* h. 190.

pernyataan yang diberikan. Responden akan merasa dipaksa jika tidak disediakan poin tengah. Keterpaksaan ini akan memberikan kontribusi kesalahan sistematis dalam pengukuran. Skor skala yang menyediakan poin tengah dengan yang tidak menyediakan tidak memiliki perbedaan yang berarti. Artinya realibilitas pengukuran dan validitas butir tidak memiliki perbedaan, yang berbeda hanya varian skor. Dengan adanya poin tengah variasi data lebih tinggi dibanding dengan yang tidak ada poin tengah. Maka dari itu menyediakan poin tengah akan menghasilkan data yang lebih bervariasi.¹⁰⁰ Rentang penilaian skala likert dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Pembobotan Alternatif Jawaban Responden terhadap Kuesioner

Alternatif jawaban	1	2	3	4	5
Keterangan	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Sudaryono, (2017, 191)

Tabel 3. 2 Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
Pelayanan (X ₁)	pelayanan yaitu suatu kegiatan atau aktivitas interaksi antara konsumen dengan karyawan dari suatu perusahaan dengan maksud untuk membantu konsumen dalam	<ul style="list-style-type: none"> - Santun - Ramah - Komunikasi yang baik - Bantuan pengisian form - Cepat 	Skala likert

¹⁰⁰ Wahyu Widhiarso, "Pengembangan Skala Psikologi : Lima Kategori Respons ataukah Empat Kategori Respons ?", https://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/widhiarso_2010_-_respon_alternatif_tengah_pada_skala_likert.pdf, diakses 11 Februari 2023.

	memecahkan permasalahannya. ¹⁰¹		
Fasilitas (X ₂)	Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar suatu kegiatan usaha baik berupa uang ataupun barang. Fasilitas sengaja disediakan oleh perusahaan untuk memberi kemudahan, kenyamanan dan memenuhi kebutuhan konsumen atau nasabah. ¹⁰²	<ul style="list-style-type: none"> - Bersih - Nyaman - Tempat parkir - M-banking - ATM 	Skala likert
Produk (X ₃)	Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada publik untuk diperhatikan, dibeli, digunakan atau dikonsumsi untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. ¹⁰³	<ul style="list-style-type: none"> - Prinsip syariah - Keberagaman produk - Mudah mendapatkan produk - Kualitas produk - Mudah perbaikan 	Skala likert
Lokasi (X ₄)	Lokasi merupakan suatu tempat dimana perusahaan berdiri dan melakukan aktivitasnya sesuai dengan usaha yang dijalankannya. ¹⁰⁴	<ul style="list-style-type: none"> - Jarak - Lingkungan - Lalu lintas - Lokasi - Visitabilitas 	Skala likert
Minat (Y)	minat adalah kecenderungan hati terhadap suatu keinginan atau kemauan dalam hal tertentu yang	<ul style="list-style-type: none"> - Ingin memiliki rekening - Tertarik untuk menabung - Mempertimbangkan untuk menabung 	Skala likert

¹⁰¹ Indah Febriana, *Muamalat...* h. 150.

¹⁰² Wahyuni dan Rochmawati, *Pengaruh...* h. 512.

¹⁰³ Muhammad Khariska A, *Analisis...* h. 25.

¹⁰⁴ Al Arif, *Dasar-dasar...* h. 133.

	menimbulkan kesenangan dan rasa puas tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.	<ul style="list-style-type: none"> - Tertarik untuk bertransaksi - Ingin bertransaksi karena produk 	
--	---	---	--

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dibutuhkan untuk mengolah data menjadi informasi yang mudah dipahami dan memberikan jawaban kuantitatif atas pertanyaan apakah variabel pelayanan, fasilitas, produk dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat warga Kecamatan Ketanggungan untuk menjadi nasabah bank syariah Indonesia (BSI)? Maka dari itu, untuk mengetahuinya diperlukan perhitungan ilmu statistik dengan menggunakan alat untuk perhitungan statistik yaitu program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 22. Adapun Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

3.5.1. Uji Instrumen

3.5.1.1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran untuk mengetahui apakah instrument dalam kuesioner valid atau tidak. Alat yang diukur adalah berupa pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Dalam penelitian ini, untuk menguji validitas peneliti menggunakan cara dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total variabel. Terdapat beberapa kriteria untuk menentukan valid atau tidaknya suatu pertanyaan, yaitu sebagai berikut:¹⁰⁵

- a. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ maka H_0 diterima, artinya variabel tersebut valid.
- b. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ table}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel tersebut tidak valid.

¹⁰⁵ Nilda Miftahul Janna dan Herianto, "Artikel Statistik Yang Benar", 2021, h. 2.

Sedangkan untuk tingkat signifikansi dengan probabilitas 0,05 atau 5%, maka:

- a. Apabila tingkat signifikansi $< 0,05$ maka variabel tersebut valid.
- b. Apabila tingkat signifikansi $> 0,05$ maka variabel tersebut tidak valid.

3.5.1.2. Uji Realibilitas

Reliabilitas merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut tetap konsisten jika digunakan berulang kali. Dikatakan reliabel ketika jawaban responden terhadap kuesioner konsisten dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α), dengan ketentuan apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$ maka variabel tersebut reliabel.¹⁰⁶

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data variabel berdistribusi normal atau tidak. Dalam pengambilan keputusan, peneliti menggunakan cara statistik dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Jika dalam pengambilan keputusan dengan cara grafik, maka ketentuannya adalah sebagai berikut:

- a. Apabila titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

¹⁰⁶ Linda Fuadah S, *Analisis...* h. 54.

- b. Apabila titik-titik menjauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis, maka dapat dikatakan data tidak berdistribusi normal.¹⁰⁷

3.5.2.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara satu variabel independen dengan variabel independen lainnya dalam model regresi. Jika terdapat korelasi, maka model regresi tersebut tidak baik, model regresi yang dapat dikatakan baik adalah model regresi yang tidak terdapat korelasi. Untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau tidaknya dalam suatu model regresi dapat menggunakan nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Dan nilai yang biasanya digunakan yaitu nilai tolerance $\geq 0,10$ atau VIF ≤ 10 .¹⁰⁸

3.5.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat perbedaan atau ketidaksamaan varians. Jika terdapat ketidaksamaan maka terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahuinya, peneliti menggunakan grafik scatterplot dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika titik-titik membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar dan menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika titik-titik tidak membentuk pola tertentu, dan menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁰⁹

¹⁰⁷ Ahmad Yoga W, “Pengaruh Pengetahuan, Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Kuripan Menabung Di Bank Syariah”, Skripsi S1 Perbankan Syariah, UIN Walisongo, 2021, h. 36.

¹⁰⁸ Linda Fuadah S, *Analisis...* h. 55.

¹⁰⁹ Ibnu Ngaziz, “Pengaruh Pengetahuan Produk Bank Syariah Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pedagang Pasar Kutowinangun Kabupaten Kebumen Dalam Memilih Produk Di Bank Syariah”, Skripsi S1 Perbankan Syariah, UIN Walisongo, 2020, h. 58.

3.5.3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independent (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini terdapat empat variabel independen yaitu faktor pelayanan, faktor fasilitas, faktor produk, dan faktor lokasi, serta terdapat satu variabel dependen yaitu minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI). Model persamaan regresi yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen (minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah di Bank BSI)

a : Nilai konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Nilai koefisien regresi

X_1 : Faktor pelayanan

X_2 : Faktor fasilitas

X_3 : Faktor produk

X_4 : Faktor lokasi

e : Standar error

3.5.4. Uji Hipotesis

3.5.4.1. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang memiliki nilai antara 0 sampai 1. Untuk menentukan nilai besar kecilnya, terdapat beberapa kriteria sebagai berikut:

- Nilai 0,00 – 0,199 artinya memiliki tingkat hubungan yang sangat rendah
- Nilai 0,20 – 0,399 artinya memiliki tingkat hubungan yang rendah
- Nilai 0,40 – 0,599 artinya memiliki tingkat hubungan yang sedang

- d. Nilai 0,60 – 0,799 artinya memiliki tingkat hubungan yang kuat
- e. Nilai 0,80 – 1,000 artinya memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat¹¹⁰

3.5.4.2. Uji F (Signifikansi Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%). Terdapat beberapa pedoman dalam pengambilan keputusan uji F yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan nilai signifikansi:

- a. Apabila nilai sig < 0,05 artinya hipotesis diterima
- b. Apabila nilai sig > 0,05 artinya hipotesis ditolak

Berdasarkan perbandingan antara nilai F hitung dengan F tabel:

- a. Apabila nilai F hitung > F tabel artinya hipotesis diterima
- b. Apabila nilai F hitung < F tabel artinya hipotesis ditolak.¹¹¹

3.5.4.3. Uji t (Signifikansi Individual)

Uji t digunakan untuk mengetahui secara parsial pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Terdapat beberapa pedoman dalam pengambilan keputusan uji t yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan nilai signifikansi:

- a. Apabila nilai sig. < 0,05 artinya hipotesis diterima
- b. Apabila nilai sig. > 0,05 artinya hipotesis ditolak

¹¹⁰ Ahmad Yoga W, *Pengaruh...* h. 38.

¹¹¹ Ahmad Yoga W, *Pengaruh...* h. 39.

Berdasarkan perbandingan antara nilai t hitung dengan t tabel:

- a. Apabila nilai t hitung $>$ t tabel artinya hipotesis diterima
- b. Apabila nilai t hitung $<$ t tabel artinya hipotesis ditolak.¹¹²

¹¹² Ahmad Yoga W, *Pengaruh....* h. 40.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia dan berpotensi menjadi yang terdepan dalam keuangan syariah. Kesadaran masyarakat akan Halal dan dukungan stakeholder yang kuat menjadi faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri Halal di Indonesia. Termasuk bank syariah. Bank syariah memainkan peran penting dalam semua kegiatan ekonomi ekosistem halal industri. Keberadaan perbankan syariah di Indonesia sendiri telah meningkat dan berkembang secara signifikan terkait dengan inovasi produk, peningkatan layanan, serta perkembangan jaringan yang menunjukkan perkembangan positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk maju juga terlihat pada banyak bank syariah yang melakukan aktivitas korporasi. Tidak terkecuali Bank BUMN Bank Syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.

Tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menandai sejarah penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu kesatuan yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini menggabungkan keunggulan tiga bank syariah untuk memberikan layanan yang lebih luas, cakupan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih baik. Sinergi manfaat induk (Mandiri, BNI, BRI) dan didukung Kementerian BUMN mendorong perbankan syariah Indonesia mampu bersaing secara global.

Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan upaya mewujudkan bank syariah yang membangkitkan kebanggaan umat yang mengharapkan energi baru bagi perkembangan perekonomian nasional dan dapat memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga mencerminkan wajah perbankan syariah di

Indonesia yang modern, universal dan bermanfaat bagi seluruh alam.¹¹³ Selain itu, penggabungan ketiga bank tersebut merupakan langkah untuk memperluas jangkauan untuk mengembangkan usaha, memperkuat dan juga menambah modal serta melakukan strategi pengembangan usaha melalui sinergi antar bank. Penggabungan tiga bank syariah tersebut merupakan penantian panjang untuk membentuk bank syariah terbesar di Indonesia bahkan secara global¹¹⁴.

4.1.2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

a. Visi

“Top 10 Global Islamic Bank”

b. Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4.1.3. Produk Bank Syariah Indonesia (BSI)

Dalam Bank Syariah Indonesia (BSI) terdapat berbagai macam produk dan layanan, diantaranya yaitu:

¹¹³<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>, diakses 17 Desember 2022.

¹¹⁴ Riska Wijayanti dan Septiana Na'afi, “Impact and Effort of Legal Protection for Stakeholders Due to Merger Activities Islamic Banks in Indonesia”, *Jurnal Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, Vol. 6 No. 2, 2022, h.122.

Tabel 4. 1 Produk Bank Syariah Indonesia (BSI)

No	Individu	Perusahaan	Digital Banking	Kartu
1.	Tabungan	Pembiayaan	a. BSI OTO	Kartu
	a. BSI Tabungan Valas	a. Multifinance	Melalui BSI Mobile	Pembiayaan
	b. BSI Tabungan Haji Indonesia	b. Pembiayaan Rekening Koran Syariah	b. BSI Smart Agent	a. BSI Hasanah Card Classic
	c. BSI Tabungan Easy Mudharabah	c. Agency, Sindikasi dan Clubdeal	c. BSI Mobile	b. BSI Hasanah Card Gold
	d. BSI Tabungan Pendidikan	d. Pembiayaan Modal Kerja	d. BSI Aisyah	c. BSI Hasanah Card Platinum
	e. BSI Tabungan Bisnis	e. Refinancing	e. Solusi Emas	
	f. BSI Tabunganku	f. Pembiayaan Investasi	f. BSI Jadiberkah .id	
	g. BSI Tabungan Pensiun	g. Investasi Terikat Syariah Mandiri	g. BSI ATM CRM	
	h. BSI Tabungan Efek Syariah		h. BSI Merchant Business	
	i. BSI Tabungan Smart		i. BSI API Platform	
	j. BSI Tabungan Prima		j. BSI Cardless Withdrawal	
	k. BSI Tapenas Kolektif		k. BSI Payment Point	
	l. BSI Tabungan Payroll		l. BSI QRIS	
	m. BSI Tabungan Mahasiswa		m. Buka Rekening Online	
			n. BSI Net	
			o. Mitraguna Online	
			p. BSI Debit Card	
			q. BSI Debit OTP	
			r. Deposito Mobile	

	<ul style="list-style-type: none"> n. BSI Tabungan Junior o. BSI Tabungan Simpanan Pelajar p. BSI Tabungan Easy Wadiah q. BSI Tabungan Rencana r. Rekening Autosave dan Qurban 		<ul style="list-style-type: none"> s. Griya Hasanah Online t. Rekening Autosave dan Qurban u. E-mas BSI Mobile 	
2.	<p>Haji dan Umroh</p> <ul style="list-style-type: none"> a. BSI Tabungan Haji Indonesia b. BSI Tabungan Haji Muda Indonesia 	<p>Simpanan</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Giro Optima b. Giro DHE SDA c. Deposito DHE SDA d. Giro SBSN 		<p>Kartu Debit</p> <ul style="list-style-type: none"> a. BSI Debit OTP b. BSI Debit GPN c. Kartu BSI Debit Sabi d. Kartu Debit BSI SimPel e. BSI Debit Visa f. Kartu Haji BSI Visa
3.	<p>Pembiayaan</p> <ul style="list-style-type: none"> a. BSI KUR b. BSI Griya c. BSI Griya Spesial Milad d. BSI Mitraguna Berkah e. BSI OTO f. BSI Pensiun Berkah g. Mitraguna Online h. BSI Mitra Beragun 	<p>Service</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Buyer Financing b. Distributor Financing c. Supplier Financing d. Bank Garansi e. LC Issuance/SK DBN f. Penyelesaian Wesel Expor g. Pembiayaan Investasi h. Kustodian 		

	<p>Emas (Non Qardh)</p> <p>i. BSI Distributor Financing</p> <p>j. BSI KPR Sejahtera</p> <p>k. BSI Cash Collateral</p> <p>l. BSI Umrah</p> <p>m. Bilateral Financing</p>	<p>i. Wali Amanat</p>		
4.	<p>Investasi</p> <p>a. BSI Deposito Valas</p> <p>b. Deposito Rupiah</p> <p>c. BSI Reksa Dana Syariah</p> <p>d. Bancassurance</p> <p>e. SBSN Ritel</p> <p>f. Cash Waqf Linked Sukuk Ritel (Sukuk Wakaf Ritel)</p> <p>g. Referral Retail Brokerage</p> <p>h. Sukuk Negara Ritel Seri SR016</p>	<p>Cash Managemet</p> <p>a. Thru Account</p> <p>b. OPBS (SO/DO) Pertamina</p> <p>c. Cash Management System</p>		
5.	<p>Transaksi</p> <p>a. BSI Giro Valas</p> <p>b. BSI Giro Rupiah</p>	<p>Tresuri</p> <p>a. Transakis Valuta Asing – Uang Kertas Asing (Banknotes)</p> <p>b. Transakis Valuta Asing-Devisa</p>		

		<p>Umum/Telegraphic Transfer</p> <p>c. BSI Lindung Nilai Syariah</p> <p>d. Deposito On Call (DOC)</p> <p>e. Transaksi Sukuk</p>		
6.	<p>Emas</p> <p>a. BSI Gadai Emas</p> <p>b. BSI Cicil Emas</p>			
7.	<p>Bisnis/Wirausaha</p> <p>a. BSI KUR</p> <p>b. BSI Giro Optima</p> <p>c. BSI Cash Management</p> <p>d. BSI Pembiayaan Investasi</p> <p>e. BSI Bank Garansi</p> <p>f. BSI Giro Pemerintah</p> <p>g. BSI Giro Ekspor SDA</p> <p>h. BSI Deposito Ekspor SDA</p> <p>i. Bank Guarantee Under Counter Guarantee</p> <p>j. Giro Vostro</p> <p>k. Jasa Penagihan Transaksi Trade</p>			

	Finance Antar Bank l. Pembiayaan Yang Diterima (PYD) m. SIF (Supply Infrastructu re Financing) BPJS Kesehatan n. Talenta Wirausaha BSI			
8.	Prioritas a. Haji dan Umrah Concierge b. Konsultasi ZISWAF dan Waris c. Asuransi Jiwa dan Kesehatan d. BSI Private e. Safe Deposite Box (SDB) f. BSI Prioritas			

4.2. Deskriptif Data Penelitian dan Karakteristik Responden

4.2.1. Deskriptif Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling* sehingga data yang diperoleh peneliti dilakukan dengan memilih masyarakat yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan diantaranya yaitu: Berdomisili di Desa Buara Kecamatan Ketanggungan, dan berusia 17-60 tahun. Adapun perhitungan jumlah sampelnya yaitu dengan menggunakan rumus *slovin*. Peneliti memperoleh data dengan cara menyebarkan kuesioner (angket) kepada responden yaitu masyarakat di Desa Buara Kecamatan Ketanggungan yang

berjumlah 100 orang. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan google form yang dilakukan pada tanggal 19-30 April 2023.

4.2.2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Ketanggungan yang bukan nasabah BSI KCP Brebes Sudirman yang berjumlah 100 responden. Karakteristik tiap responden meliputi nama lengkap, jenis kelamin, usia, dan domisili. Data yang diperoleh dari karakteristik responden dimaksudkan untuk menggambarkan kondisi responden agar peneliti lebih mudah mengetahui dan kemudian memahami hasil penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, diperoleh gambaran karakteristik sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin masyarakat di Kecamatan Ketanggungan yang bukan nasabah Bank BSI KCP Brebes Sudirman yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	54	54.0	54.0	54.0
	PEREMPUAN	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui jumlah masing-masing jenis kelamin laki-laki dan perempuan masyarakat di Kecamatan Ketanggungan yang diambil menjadi responden. Responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 54 atau 54%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 46 atau 46%. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat di Kecamatan Ketanggungan yang dipilih sebagai responden penelitian ini adalah laki-laki.

b. Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia masyarakat di Kecamatan Ketanggungan yang bukan nasabah Bank BSI KCP Brebes Sudirman yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Usia Responden

		USIA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25	40	40.0	40.0	40.0
	26-35	26	26.0	26.0	66.0
	36-45	23	23.0	23.0	89.0
	46-55	10	10.0	10.0	99.0
	56-60	1	1.0	1.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui jumlah masing-masing usia masyarakat di Kecamatan Ketanggungan yang diambil menjadi responden. Responden dengan usia 17-25 tahun berjumlah 40 atau 40%, usia 26-35 tahun berjumlah 26 responden atau 26%, usia 36-45 tahun berjumlah 23 responden atau 23%, usia 46-55 tahun berjumlah 10 responden atau 10% dan usia 56-60 tahun berjumlah 1 responden atau 1%. Dari keterangan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat di Kecamatan Ketanggungan yang dipilih sebagai responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang berusia 17-25 tahun.

c. Domisili

Karakteristik responden berdasarkan domisili masyarakat di Kecamatan Ketanggungan yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Domisili Responden

DOMISILI				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid BUARA	100	100.0	100.0	100.0

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui domisili masyarakat di Kecamatan Ketanggungan yang diambil menjadi responden yaitu masyarakat di Desa Buara yang merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Ketanggungan dan berjumlah 100 responden.

4.3. Hasil Uji Instrumen

4.3.1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah suatu item pernyataan tersebut valid atau tidak. Penelitian ini menggunakan 5 (lima) variabel dan total 5 pernyataan pertanyaan untuk setiap variabel. Hasil uji validitas penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pelayanan (X ₁)	Pernyataan 1	0,846	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	0,833	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	0,825	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	0,801	0,1966	Valid
	Pernyataan 5	0,738	0,1966	Valid
Fasilitas (X ₂)	Pernyataan 1	0,733	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	0,822	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	0,781	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	0,647	0,1966	Valid
	Pernyataan 5	0,729	0,1966	Valid
Produk (X ₃)	Pernyataan 1	0,826	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	0,748	0,1966	Valid

	Pernyataan 3	0,811	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	0,767	0,1966	Valid
	Pernyataan 5	0,783	0,1966	Valid
Lokasi (X ₄)	Pernyataan 1	0,796	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	0,871	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	0,840	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	0,784	0,1966	Valid
	Pernyataan 5	0,780	0,1966	Valid
Minat (Y)	Pernyataan 1	0,858	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	0,856	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	0,818	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	0,847	0,1966	Valid
	Pernyataan 5	0,794	0,1966	Valid

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa nilai setiap item pernyataan dari kelima variabel menunjukkan bahwa r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$). Ini berarti bahwa semua item pernyataan yang dibuat dalam penelitian ini adalah valid.

4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan 5 (lima) variabel, antara lain: variabel pelayanan (X₁), variabel fasilitas (X₂), variabel produk (X₃), variabel lokasi (X₄), dan variabel minat (Y). Hasil uji reliabilitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Critical Value	N of Items	Keterangan
Pelayanan (X ₁)	0,865	0,60	5	Reliabel
Fasilitas (X ₂)	0,792	0,60	5	Reliabel
Produk (X ₃)	0,846	0,60	5	Reliabel
Lokasi (X ₄)	0,868	0,60	5	Reliabel
Minat (Y)	0,890	0,60	5	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.6 nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel lebih dari 0,60 (*Cronbach's Alpha* > 0,60). Hal tersebut berarti bahwa kelima variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.4.1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi memiliki data yang berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, analisis statistik (uji one-sampel Kolmogorov-Smirnov), pendekatan *Asymp.Sig.* dan analisis grafik (Normal P-P Plot) digunakan sebagai metode uji normalitas. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov atau uji K-S sampel dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai *Asymp.Sig* > 0,05, sedangkan untuk hasil analisis grafik data dapat dikatakan normal jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis. Hasil uji normalitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.86033972
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.075
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.125 ^c

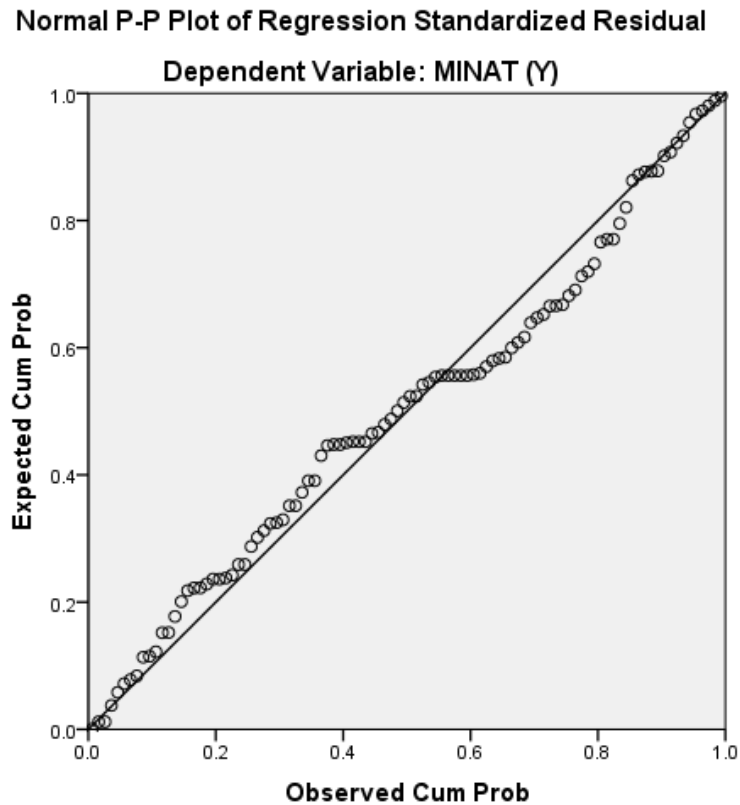
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dengan pendekatan *Exact* sebesar $0,261 > 0,05$, hal tersebut berarti bahwa data berdistribusi normal.

Grafik 4. 1 Normal P-P Plot



Grafik 4.1 menunjukkan bahwa titik-titik sebaran pada grafik tersebut menyebar berhimpit dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

4.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat kesamaan antara suatu variabel independen dengan variabel independen lainnya dalam model. Model regresi yang baik adalah yang tidak memiliki kesamaan antar variabel independen dalam model atau tidak ada korelasi antar variabel bebas. Pada penelitian ini uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai $\text{tolerance} \geq 0,1$ dan nilai $\text{variance inflation factor (VIF)} \leq 10$.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PELAYANAN (X1)	.391	2.559
	FASILITAS (X2)	.360	2.780
	PRODUK (X3)	.356	2.806
	LOKASI (X4)	.387	2.587

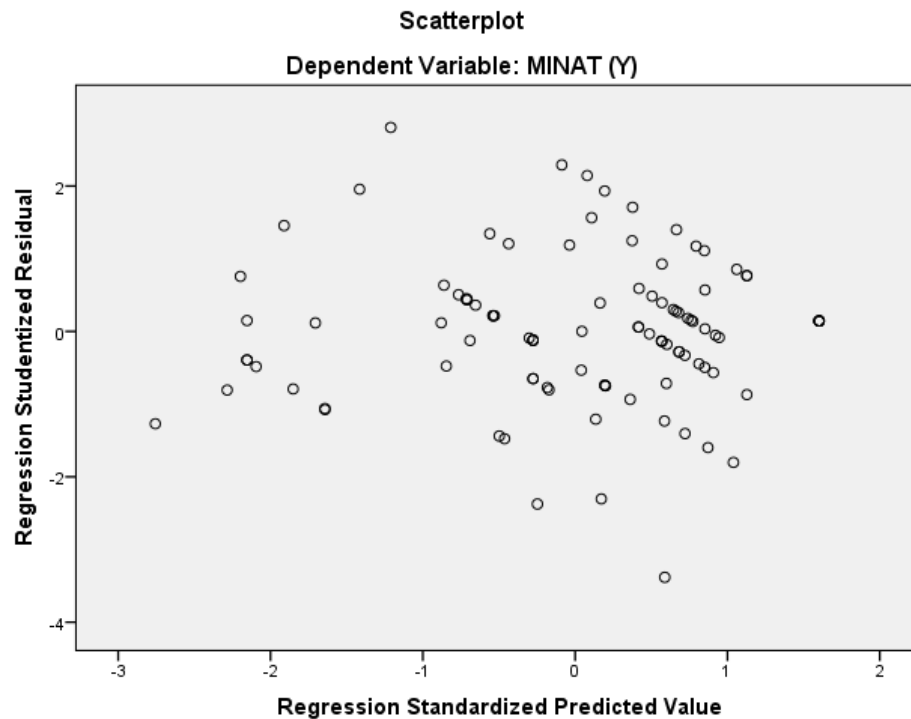
a. Dependent Variable: MINAT (Y)

Berdasarkan tabel 4.8 terlihat bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,1 dengan rinciannya yaitu: variabel pelayanan sebesar 0,391; variabel fasilitas sebesar 0,360; variabel produk sebesar 0,356; dan variabel lokasi sebesar 0,387. Hasil Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10, dengan rinciannya yaitu: variabel pelayanan sebesar 2,559; variabel fasilitas sebesar 2,780; variabel produk sebesar 2,086; dan variabel lokasi sebesar 2,587. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keempat variabel tersebut memenuhi syarat multikolinearitas.

4.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah ada perbedaan varians satu pengamatan residual (pengamatan) dengan yang lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah jika varian dari residual pengamatan sama dengan pengamatan lainnya, hal ini disebut homoskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat pola Scatterplot di bawah ini:

Grafik 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil uji heteroskedastisitas di atas menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak di atas dan di bawah angka nol (nol) pada sumbu X dan Y dan titik-titik tersebut tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan, fasilitas, produk dan lokasi terhadap minat masyarakat Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Dengan kata lain, uji regresi linear berganda yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji regresi linear berganda penelitian ini diuji dengan menggunakan SPSS versi 22 sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.214	1.514		1.462	.147
	PELAYANAN (X1)	.221	.100	.221	2.197	.030
	FASILITAS (X2)	.091	.105	.091	.869	.387
	PRODUK (X3)	.453	.110	.433	4.109	.000
	LOKASI (X4)	.136	.097	.142	1.404	.164

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa hasil koefisien regresi linear berganda pada penelitian ini dengan variabel independennya yaitu: Pelayanan (X₁), Fasilitas (X₂), Produk (X₃), dan Lokasi (X₄), dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,214 + 0,221 X_1 + 0,091 X_2 + 0,453 X_3 + 0,136 X_4 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 2,214 menunjukkan bahwa jika variabel independen yaitu variabel pelayanan, fasilitas, produk dan lokasi adalah konstan atau nol, maka nilai variabel dependen atau minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia adalah sebesar 2,214.
- b. Koefisien regresi variabel pelayanan (X₁) sebesar 0,221 artinya jika variabel pelayanan ditingkatkan lebih baik lagi seperti pelayanan tata cara pengisian formulir, melakukan pelayanan yang cepat, ramah, komunikasi yang baik, maka akan meningkatkan minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia sebesar 0,221.
- c. Koefisien regresi variabel fasilitas (X₂) sebesar 0,091 artinya apabila variabel fasilitas ditingkatkan lebih baik lagi seperti memperhatikan ruangan yang bersih, tempat parkir yang aman dan luas, tersedianya m-banking dan ATM yang tersebar luas, maka akan meningkatkan minat

masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia sebesar 0,091.

- d. Koefisien regresi variabel produk (X_3) sebesar 0,453 artinya apabila variabel produk ditingkatkan lebih baik lagi seperti kemudahan dalam mendapatkan produk, produk yang beragam, maka akan meningkatkan minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia sebesar 0,453.
- e. Koefisien regresi variabel lokasi (X_4) sebesar 0,136 artinya apabila variabel lokasi ditingkatkan lebih baik lagi seperti lokasi yang mudah dijangkau, strategis, dekat, lalu lintas aman dan lancar, dan visitabilitas, maka akan meningkatkan minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia sebesar 0,136.

4.6. Hasil Uji Hipotesis

4.6.1. Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji R^2 (Koefisien Determinasi) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemungkinan atau sejauh mana pengaruh variabel independen dalam model regresi penelitian ini menjelaskan variabilitas variabel dependen. Karena regresi dalam penelitian ini menggunakan lebih dari dua variabel independen, maka hasil pengujiannya dapat dilihat pada adjusted R-squared pada tabel berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.624	.608	1.899

a. Predictors: (Constant), LOKASI (X_4), PELAYANAN (X_1), FASILITAS (X_2), PRODUK (X_3)

b. Dependent Variable: MINAT (Y)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa besarnya Adjusted R Square adalah sebesar 0,608 sehingga dapat dijelaskan bahwa keempat variabel

independen yaitu pelayanan, fasilitas, produk, dan lokasi memiliki kemampuan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) sebesar 0,608 atau 60,8% sehingga dapat dikatakan memiliki hubungan yang kuat. Sedangkan sisanya ($100\% - 60,8\% = 39,2\%$) dijelaskan oleh penyebab atau faktor lain di luar model penelitian, atau dengan kata lain diluar dari empat variabel bebas yang digunakan dalam penelitian model regresi ini.

4.6.2. Hasil Uji F (Signifikansi Simultan)

Pengujian secara simultan dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen dalam model regresi penelitian ini (variabel pelayanan, fasilitas, produk, dan lokasi) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia). Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% atau 0,05. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada tabel ANOVA pada kolom F dan kolom sig. dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama apabila nilai sig. $< 0,05$ dan nilai F hitung $> F$ tabel.

Tabel 4. 11 Hasil Uji F ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	569.164	4	142.291	39.453	.000 ^b
	Residual	342.626	95	3.607		
	Total	911.790	99			

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

b. Predictors: (Constant), LOKASI (X4), PELAYANAN (X1), FASILITAS (X2), PRODUK (X3)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa untuk mencari nilai F tabel adalah ($df1 = k-1$; $df2 = n-k$, dimana k adalah jumlah variabel independen dan variabel dependen, sedangkan n adalah jumlah data), maka F tabelnya adalah ($df1 = 5-1 = 4$; $df2 = 100-5 = 95$, maka F tabel = 4 ; 95). Jadi

berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar $39,453 > 2,467$ dan sig. $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama yaitu variabel pelayanan, fasilitas, produk dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

4.6.3. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Uji t (uji parsial) bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi penelitian ini. Hasil pengujian dapat dilihat pada kolom t dan kolom sig. dari tabel Coefficients, jika t hitung $>$ t tabel atau sig. $<$ $0,05$ berarti hipotesis diterima atau terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen (pelayanan, fasilitas, produk dan lokasi) terhadap variabel dependen (pelayanan, fasilitas, produk, dan lokasi) terhadap variabel dependen (minat masyarakat di Kecamatan Ketanggungan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia).

Tabel 4. 12 Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.214	1.514		1.462	.147
PELAYANAN (X1)	.221	.100	.221	2.197	.030
FASILITAS (X2)	.091	.105	.091	.869	.387
PRODUK (X3)	.453	.110	.433	4.109	.000
LOKASI (X4)	.136	.097	.142	1.404	.164

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

Nilai t tabel sebesar 1,661; Oleh karena itu, berdasarkan tabel 4.12 pengaruh masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Variabel Pelayanan (X1) diperoleh nilai t hitung = 2,197 yang berarti nilai t hitung $>$ nilai t tabel 1,661 dan nilai signifikansinya adalah $0,030 < 0,05$.

Maka dapat dijelaskan bahwa H1 diterima yang artinya faktor pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

- b. Variabel Fasilitas (X2) diperoleh nilai t hitung = 0,869 yang berarti nilai t hitung < nilai t tabel 1,661 dan nilai signifikansinya adalah $0,387 > 0,05$, maka dapat dijelaskan bahwa H2 ditolak yang artinya faktor fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
- c. Variabel Produk (X3) diperoleh nilai t hitung = 4,109 yang berarti nilai t hitung > 1,661 dan nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$. Maka dapat dijelaskan bahwa H3 diterima yang artinya faktor produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
- d. Variabel Lokasi (X4) diperoleh nilai t hitung = 1,404 yang berarti nilai t hitung < nilai t tabel 1,661 dan nilai signifikansinya adalah $0,164 > 0,05$. Maka dapat dijelaskan bahwa H4 ditolak yang artinya faktor lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

4.7. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis Regresi Linier Berganda diperoleh hasil persamaan garis $Y = 2,214 + 0,221 X_1 + 0,091 X_2 + 0,453 X_3 + 0,136 X_4 + e$. Persamaan regresi digunakan untuk mengestimasi perubahan variabel dependen yaitu minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia yang dipengaruhi oleh variabel independen yaitu pelayanan, fasilitas, produk dan lokasi. Jika nilai koefisien regresi positif maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

4.7.1. Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Nilai koefisien yang dihasilkan pada variabel pelayanan sebesar 0,221 dengan nilai t hitung sebesar 2,197 dan nilai signifikansinya sebesar 0,030. Dengan batas signifikansi 0,05, nilai t tabel adalah 1,661, sehingga nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) dan nilai signifikansi lebih rendah dari nilai batasnya ($0,030 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank BSI.

Hasil hipotesis menyatakan “faktor pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia”, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Akmad Darmawan dkk (2019) yang menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah. Dan penelitian Rafiqha Hastharita (2020) menegaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah.

Pelayanan yang diberikan oleh suatu bank akan menjadi perhatian masyarakat, banyak bank atau lembaga keuangan yang menawarkan produk dan jasa yang hampir sama antara satu bank dengan bank yang lain. Maka untuk melihat perbedaan antara satu bank dengan bank yang lain salah satunya dilihat dari pelayanan yang diberikan harus lebih unggul dibandingkan dengan bank lain. Pelayanan yang ramah, cepat dan tepat akan menjadi pertimbangan bagi nasabah untuk melakukan transaksi di bank tersebut. Maka dalam hal ini Bank BSI harus memberikan kualitas pelayanan yang baik agar nasabah semakin loyal sehingga akan meningkatkan keuntungan bagi bank. Semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pengaruhnya terhadap nasabah untuk melakukan transaksi.

4.7.2. Pengaruh Fasilitas terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Nilai koefisien yang dihasilkan pada variabel fasilitas sebesar 0,091 dengan nilai t hitung sebesar 0,869 dan nilai signifikansi sebesar 0,387. Dengan batas signifikansi 0,05, maka nilai signifikansi lebih besar dari nilai batasnya ($0,387 > 0,05$) nilai t-tabel adalah 1,661, sehingga nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel ($t\text{-hitung} < t\text{ tabel}$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank BSI.

Hasil hipotesis menyatakan “faktor fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia”, hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lukman Hakim (2021) yang menegaskan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti, variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ayu Wandira (2018) yang mengatakan fasilitas tidak mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank syariah.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar suatu kegiatan usaha baik berupa uang ataupun barang. Fasilitas sengaja disediakan oleh perusahaan untuk memberi kemudahan, kenyamanan dan memenuhi kebutuhan konsumen atau nasabah. Fasilitas lengkap dan desain yang beragam memiliki daya tarik tersendiri untuk mempengaruhi minat masyarakat. Namun hal tersebut tidak berlaku bagi masyarakat di Kecamatan Ketanggungan, fasilitas yang disediakan oleh Bank BSI dipandang nasabah hanya sebagai bentuk sarana dan prasarana yang membantu transaksi. Meskipun masih terdapat kekurangan pada fasilitas, namun bagi nasabah yang sudah mengetahui kelebihan, manfaat atau memiliki alasan tersendiri untuk bertransaksi di Bank BSI, maka nasabah tetap akan memiliki minat untuk

menjadi nasabah. Namun meskipun tidak berpengaruh, Bank BSI harus tetap memperbaiki dan melengkapi fasilitas yang disediakan, seperti menyediakan ATM di tempat-tempat umum agar nasabah semakin mudah untuk melakukan transaksi.

4.7.3. Pengaruh Produk terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Nilai koefisien yang dihasilkan pada variabel produk sebesar 0,435 dengan nilai t hitung sebesar 4,109 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan batas signifikansi 0,05, nilai t tabel adalah 1,661, sehingga nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) dan nilai signifikansi lebih rendah dari nilai batasnya ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank BSI.

Hasil hipotesis menyatakan “faktor produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia”, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Desiana, dkk (2018) yang menyatakan bahwa produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah. Dan penelitian yang dilakukan oleh Anjur Perkasa Alam dan Jureid (2021) menyatakan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim dalam menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI).

Faktor produk merupakan faktor yang sangat diperhatikan oleh nasabah dalam memilih bank syariah. Selain memiliki produk yang beragam, produk perbankan syariah juga berbasis ekonomi syariah, sehingga berlandaskan syariat. Banyaknya produk yang ditawarkan oleh Bank BSI sebisa mungkin memenuhi keinginan dan kebutuhan bagi masyarakat, sehingga akan meningkatkan loyalitas dari nasabah dan calon nasabah. Produk yang baik cenderung akan meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah,

karena masyarakat merasa keinginan dan kebutuhan mereka terpenuhi dengan produk tersebut.

4.7.4. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Nilai koefisien yang dihasilkan untuk variabel lokasi adalah 0,136 dengan nilai t hitung sebesar 1,404 dan nilai signifikansi sebesar 0,164. Dengan batas signifikansi 0,05, nilai t-tabel adalah 1,661, sehingga nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel ($t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$) dan nilai signifikansi lebih besar dari nilai batasnya ($0,164 > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank BSI.

Hasil hipotesis menyatakan “faktor lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia”, hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Anjur Perkasa Alam dan Jureid (2021) yang mengemukakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim dalam menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) . Sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti, variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lukman Hakim (2021) yang menegaskan bahwa lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat santri untuk menabung di bank syariah.

Lokasi yang strategis bagi suatu perusahaan seperti Bank Syariah Indonesia (BSI) sangat penting karena bank yang terletak di lokasi yang strategis akan sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank dan hal tersebut akan berpengaruh terhadap target pencapaian bank dalam menjalankan usahanya. Lokasi Bank BSI KCP Brebes Sudirman memang sudah strategis terletak di Kecamatan, akan tetapi akses untuk menuju bank tidak banyak dilalui oleh angkutan umum, sehingga nasabah yang tidak memiliki

kendaraan pribadi mengalami kesulitan untuk mengunjungi bank, serta tidak memiliki banyak gerai ATM yang kemudian mengharuskan nasabah menggunakan ATM bank konvensional yang lebih dekat untuk melakukan transaksi. Namun karena saat ini transaksi bisa dilakukan secara online melalui m-banking dan internet banking maka lokasi tidak berpengaruh. Sehingga jauh atau dekatnya lokasi bank dengan tempat tinggal tidak lagi menjadi permasalahan bagi nasabah. Meskipun lokasi bank jauh namun bagi nasabah yang sudah mengetahui kelebihan dan manfaat atau memiliki alasan tersendiri untuk bertransaksi di Bank BSI, maka nasabah tetap akan memiliki minat untuk menjadi nasabah.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menilai apakah kuesioner tersebut benar, dan mengetahui konsistensi jawaban dari waktu ke waktu. Pengujian validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan oleh peneliti pada data yang diperoleh dari masyarakat di Desa Buara Kecamatan Ketanggungan menyatakan bahwa semua data dinyatakan valid dan reliabel. Selanjutnya peneliti melakukan pengujian asumsi klasik, pengujian regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

Dengan demikian, kesimpulan yang diberikan sesuai dengan rumusan masalah dan berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah, karena nilai t hitung sebesar $2,197 >$ nilai t tabel $1,661$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,030 < 0,05$, itu berarti menerima H_1 dan menolak H_0 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank BSI.
2. Fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah, dengan nilai t hitung $0,869 <$ nilai t tabel $1,661$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,387 > 0,05$, itu berarti menolak H_2 dan menerima H_0 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fasilitas tersebut tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
3. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah, karena nilai t hitung sebesar $4,109 >$ nilai t tabel $1,661$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$, itu berarti menerima H_3 dan menolak H_0 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh signifikan

terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Semakin baik produk yang ditawarkan serta sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank BSI.

4. Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah, karena nilai t hitung sebesar $1,404 < \text{nilai } t \text{ tabel } 1,661$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,164 > 0,05$, itu berarti menolak H_4 dan menerima H_0 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka sarang yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia (BSI) diharapkan agar lebih meningkatkan dari segi pelayanan, fasilitas, dan produk sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah atau dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI). Dan untuk lokasi Bank Syariah Indonesia (BSI) diharapkan agar lebih meningkatkan jumlah kantor cabang di berbagai daerah agar masyarakat bisa dengan mudah untuk mendatangi dan melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia (BSI).

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Diharapkan peneliti lain dapat menambahkan variabel diluar variabel penelitian ini, karena presentase variabel diluar cakupan penelitian ini lebih tinggi, sehingga nantinya dapat diperoleh lebih banyak informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah populasi penelitian, misalnya sekabupaten Brebes.

3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel penelitian, agar data yang diperoleh lebih akurat.
4. Peneliti selanjutnya juga dapat mengubah subjek dan objek penelitian, misalnya terkait dengan kepuasan masyarakat dalam menggunakan produk Bank Syariah Indonesia.
5. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Abdul Halim, Diki. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Thai Tea Di Uky Tea Bandung". Skripsi Ekonomi, Universitas Pasundan Bandung, 2021.
- Alam Perkasa, Anjur dan Jureid, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Medan", *Jurnal Islamic Circle*, Vol. 2 No. 1, 2021.
- Al-Qur'an dan Terjemahan
- Afriadi Kariska, M, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Masyarakat Komplek Perumahan Perumdam Kel. Kandang Mas Kec. Kampung Melayu Kota Bengkulu)", Skripsi Ekonomi Islam, IAIN Bengkulu, 2016.
- Arifin, Johan. "Etika Bisnis Islami", Semarang: Walisongo Press, 2008.
- Baraba, Achmad. "Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah." *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan* 2, no. 3 (2003): 1–8.
<https://doi.org/10.21098/bemp.v2i3.271>.
- Berita Media <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/semester-i-2022-laba-bersih-bsi-naik-4131#>, diakses 10 Februari 2023.
- Darsono, et al. "Dinamika Produk Dan Akad Keuangan Syariah Di Indonesia", Depok: Rajawali Press, 2017.
- Darmawan, Akhmad, Ninik Dewi Indah Sari, Sri Rejeki, Muhammad Rizqie Aris dan Roqi Yasin. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah". Penelitian Ini Menyatakan Bahwa Variabel Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah." *Fokus Bisnis* 18, no. 01 (2019): No.1.
- Desiana, et al. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya", *Jurnal Ilmu Akuntansi*, Vol. 11 No. 1, 2018.
- Fadhallah, "Wawancara", Jakarta Timur: UNJ Press, 2020, h. 1.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=rN4fEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP4&dq=jurnal+tentang+wawancara&ots=yxKGHax25V&sig=lm2Xc_j-aEqVI-oeGETdltTluW8&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false, diakses 18 April 2023.

- Fariani, Eka, et al. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia", *Jurnal Al-Ahkam*, Vol. 1 No 2, 2021.
- Fuadah S, Linda. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Dalam Memilih Bank Untuk Membayar Uang Kuliah Tunggal (UKT)", Skripsi Perbankan Syariah, UIN Walisongo Semarang, 2021.
- Hakim, Lukman. "Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Madrosatul Quranil Aziziah Beringin, Ngaliyan Semarang)", Skripsi S1 Perbankan Syariah, UIN Walisongo Semarang, 2021.
- Hastharita, Rafiqa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Jasa Bank Syariah Di Makassar", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4 No. 2, 2020.
- Hutagalung, Muhammad Abrar Kasmin. "Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Minat Masyarakat Pada Bank Syariah." *Jurnal Al-Qasd* 1, no. 66 (2017): 407–18.
- Indah Febriana, Nina. "Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung." *An-Nisbah* 03, no. 01 (2016): 145–68.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011, h. 26. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=X9xDDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=info:PN8GEcpItKIJ:scholar.google.com/&ots=qz66IGaHwc&sig=IG2SLtqUazDQ3IA84vb5dKmbf-E&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false diakses tgl 28 Juli 2022.
- Jamaludin, Asep. "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Padang Sederhana Karawang." *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif* 4, no. 1 (2018).
- Janna, Nilda Miftahul, and Herianto. "Artikel Statistik Yang Benar," no. 18210047 (2021).
- Kasmir. "Customer Service Excellent: Teori dan Praktik", Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017.
- Khariska A, Muhammad. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah", Skripsi Ekonomi Syariah, IAIN Bengkulu, 2016.
- Ma'ruf Abdullah, M. "Metodologi Penelitian Kuantitatif (Untuk: Ekonomi, Manajemen, Komunikasi, dan Ilmu Sosial Lainnya)", Yogyakarta: Aswaja

Pressindo, 2015.

Mar'atus S, Atiek. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi", Skripsi Perbankan Syariah, IAIN Ponorogo, 2021.

Marimin, Agus, and Abdul Haris Romdhoni. "Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 02 (2017): 75–87. <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>.

Media Internal Kementrian BUMN, edisi 2, 2021, <https://bumn.go.id/storage/papers/MJ8YSdgObjknq25fbInkRTAVjHZuLNwrRckFBIYP.pdf>, diakses 24 Februari 2023.

Muflih, Muhammad. "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam", Rajagrafindo Persada, 2006.

Ngaziz, Ibnu. "Pengaruh Pengetahuan Produk Bank Syariah Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pedagang Pasar Kutowinangun Kabupaten Kebumen Dalam Memilih Produk Di Bank Syariah", Skripsi S1 Perbankan Syariah, UIN Walisongo Semarang, 2020.

Nopriansyah, Waldi dan M. Unggul, "Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia Dilengkapi Perlindungan Nasabah Terhadap Kejahatan Cybercrime", Jilid 1, Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.

Nur Rianto Al Arif, M. "Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah", Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012.

OJK, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Februari-2022/STATISTIK%20PERBANKAN%20SYARIAH%20-%20FEBRUARI%202022.pdf>, diakses 28 Juli 2022.

Prastyo, Adi. "Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening", Skripsi S1 Perbankan Syariah, IAIN Salatiga, 2020.

Pradesyah, Riyan "Analisis Pengaruh Non Performing Loan, Dana Pihak Ketiga, Terhadap Pembiayaan Akad Mudharabah Di Bank Syariah." *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam* 9, no. 1 (2017): 93–111.

Ramadani, Mohammad "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone", *Jurnal Iqtishadequity*, 1, no. 2 (2019): 36–46.

Reni, Dewi dan Sri Asmawati. "Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kepuasan

- Nasabah", *Jurnal Islaminomic*, 2016.
- Rofiq, Achmad, "Pengaruh Aksesibilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah: Studi Pada Komunitas Sahabat Difabel (KSD) Semarang Tahun 2020", Skripsi S1 Perbankan Syariah, UIN Walisongo Semarang, 2021.
- Rofifah, Dianah, "Minat dan Promosi", *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*, 2020.
- Romdhoni, Abdul Haris, and Dita Ratna Sari. "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4, no. 02 (2018): 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>.
- Rosmawati. "Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen", Depok: Prenadamedia Group, 2018.
- Sciences, Health, "Minat Menjadi Nasabah", Vol. 4 No. 1, 2016.
- Sudhnan, Sudhnan. "Kewenangan Satpam Sebagai Tenaga Keamanan Di Perusahaan." *Perspektif* 16, no. 3 (2011): 140. <https://doi.org/10.30742/perspektif.v16i3.78>.
- Sudaryono. "Metodologi Penelitian", Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017.
- Suharyat, Yayat. "Hubungan Antara Sikap Minat Latihan Dan Kepemimpinan." *Academia* 1 (2009): 1–19.
- Syafi'i Antonio, Muhammad. "Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik", Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Syauqoti, Roifatul, and Mohammad Ghozali. "Analisis Sistem Lembaga Keuangan Syariah Dan Lembaga Keuangan Konvensional." *Iqtishoduna*, 2018, 15–30. <https://doi.org/10.18860/iq.v0i0.4820>.
- Syahrir Hidayat, Muhammad. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Coffee Shop* Di Kota Gresik", *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 6 No. 4, 2021.
- Tanjung, Nurtuah. "Tafsir Ayat- Ayat Alquran Tentang Manajemen Sarana Prasarana." *Sabilarrasyad* 2, no. 1 (2017): 156–183. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/sabilarrasyad/article/download/122/117>.
- Toriq, Mochamad, and Soebari Martoatmodjo. "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina 54.612.64 Di Situbondo." *Jurnal Ilmu Dan Manajemen*. 3, no. 8 (2014): 2–16.

Ulfa, Alif. "Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7 No.02, 2021.

Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

Wahyuni, N D, and R Rochmawati. "Pengaruh Pembelajaran Perbankan Syariah, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah." *Akuntabel* 18, no. 3 (2021): 507–15. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/9676> %0A<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/download/9676/1410>.

Wahyuni, Sri. "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah", *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. II No. 2, 2017.

Wardiono, Kelik. "Hukum Perlindungan Konsumen", Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014.

Wandira Ayu. "Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syari'ah (Studi Pada Bank Syari'ah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung)." *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2018.

Widhiarso, Wahyu. "Pengembangan Skala Psikologi : Lima Kategori Respons ataukah Empat Kategori Respons ?", https://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/widhiarso_2010_-_respon_alternatif_tengah_pada_skala_likert.pdf, diakses 11 Februari 2023.

Wijayanti, Riska dan Septiana Na'afi. "Impact and Effort of Legal Protection for Stakeholders Due to Merger Activities Islamic Banks in Indonesia", *Jurnal Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, Vol. 6 No. 2, 2022.

Yayan Fauzi. "Perlindungan Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah", 2006.

Yahya, Uyo. <https://mamikos.com/info/motto-hidup-aesthetic-singkat-gnr/>, diakses 27 Januari 2023.

Yoga W, Ahmad. "Pengaruh Pengetahuan, Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Kuripan Menabung Di Bank Syariah", Skripsi S1 Perbankan Syariah, UIN Walisongo Semarang, 2021.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Bapak/ Ibu/ Saudara/ i

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir skripsi guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata 1 (S1) pada program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, bersama ini saya,

Nama : Yunia Rahmawati

NIM : 1905036135

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : UIN Walisongo Semarang

Memohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner penelitian yang terkait dengan penyusunan skripsi saya yang berjudul: "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Nasabah Bank BSI KCP Brebes Sudirman Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes)". Penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan skripsi saya sehingga Saudara/i diharapkan agar mengisi kuesioner sesuai dengan kenyataan dan keadaan yang sebenarnya, data atau informasi anda dijamin terjaga kerahasiaannya.

Atas kerjasama dan ketersediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/i mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.wb

Data Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin :
4. Agama :
5. Usia :
6. Pekerjaan :
7. Pendidikan Terakhir : SD/Sederajat
 SMP/Sederajat
 SMA/Sederajat
 Diploma
 S1
 S2
 S3

Cara Pengisian Kuesioner

Berikut terdapat sejumlah angket yang disediakan. Silahkan dibaca dan dipahami secara seksama dari pernyataan yang disediakan. Kemudian anda dimintai pendapat apakah pernyataan-pernyataan dibawah sesuai dengan keadaan yang sebenarnya yaitu dengan memberikan tanda (√) disalah satu kotak sebagai jawaban yang dipilih, yaitu:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

1. Pelayanan (X₁)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Pegawai Bank Syariah Indonesia (BSI) melayani nasabah dengan santun					
2.	Pegawai Bank Syariah Indonesia (BSI) melayani nasabah dengan sangat ramah					
3.	Pegawai Bank Syariah Indonesia (BSI) mampu berkomunikasi dengan baik sehingga memudahkan nasabah untuk memahaminya					
4.	Pegawai Bank Syariah Indonesia (BSI) memberikan bantuan kepada nasabah dalam pengisian form ketika akan melakukan suatu transaksi					
5.	Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak membutuhkan waktu yang lama					

2. Fasilitas (X₂)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Ruang kantor Bank Syariah Indonesia (BSI) bersih					
2.	Ruang tunggu yang mencukupi di Bank Syariah Indonesia (BSI) sehingga merasa nyaman ketika menunggu antrean					
3.	Terdapat tempat parkir yang aman dan luas di Bank Syariah Indonesia (BSI)					
4.	Tersedia fasilitas m-banking yaitu BSI Mobile					
5.	Tersedia fasilitas ATM yang tersebar luas					

3. Produk (X₃)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Produk di Bank Syariah Indonesia (BSI) sesuai dengan prinsip syariah					
2.	Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki beragam produk					
3.	Terdapat kemudahan untuk mendapatkan produk Bank Syariah Indonesia (BSI)					
4.	Kualitas produk Bank Syariah Indonesia (BSI) sangat baik					
5.	Terdapat kemudahan perbaikan dalam produk di Bank Syariah Indonesia (BSI)					

4. Lokasi (X₄)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Jarak dari tempat tinggal ke Bank Syariah Indonesia (BSI) dekat					
2.	Lokasi Bank Syariah Indonesia (BSI) strategis dan dekat dengan fasilitas umum					
3.	Lalu lintas yang aman dan lancar menuju lokasi Bank Syariah Indonesia (BSI)					

4.	Lokasi Bank Syariah Indonesia (BSI) mudah dijangkau dengan transportasi umum					
5.	Lokasi Bank Syariah Indonesia (BSI) terlihat dengan jelas dari tepi jalan					

5. Minat (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya ingin memiliki rekening Bank Syariah Indonesia (BSI)					
2.	Saya tertarik untuk menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)					
3.	Saya akan mempertimbangkan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)					
4.	Saya tertarik untuk melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia (BSI)					
5.	Saya ingin bertransaksi di Bank Syariah Indonesia (BSI) karena produknya yang beragam					

Lampiran 2: Hasil Jawaban Kuesioner

No.	Pelayanan					Total	Fasilitas					Total
	X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5		X2 .1	X2 .2	X2 .3	X2 .4	X2 .5	
1.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
2.	4	4	4	5	4	21	4	3	4	5	2	18
3.	3	3	3	3	3	15	3	2	3	4	3	15
4.	5	4	4	5	4	22	5	4	5	5	5	24
5.	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	5	23
6.	5	4	4	4	5	22	4	4	5	5	5	23
7.	4	5	4	5	4	22	5	5	4	5	5	24
8.	4	5	5	4	5	23	4	5	4	4	5	22
9.	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
10.	4	4	5	4	5	22	4	4	5	5	4	22
11.	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20
12.	4	5	5	4	4	22	5	4	4	5	5	23
13.	2	3	4	4	5	18	5	4	5	4	4	22
14.	3	3	3	3	2	14	4	3	3	5	4	19
15.	4	5	4	5	4	22	3	4	4	5	5	21
16.	4	4	4	5	3	20	4	3	4	5	4	20
17.	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	5	23
18.	4	4	3	4	5	20	5	4	3	5	3	20
19.	3	3	3	3	3	15	3	3	3	5	4	18
20.	4	5	4	4	4	21	4	4	5	5	4	22
21.	4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20
22.	4	5	5	5	4	23	4	3	5	4	5	21
23.	4	4	4	4	5	21	3	4	4	5	2	18
24.	4	4	5	5	3	21	5	3	4	4	4	20
25.	5	4	4	5	4	22	5	5	4	4	4	22
26.	3	3	3	3	3	15	4	5	4	5	4	22
27.	4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	4	19
28.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
29.	4	5	4	5	5	23	4	5	4	4	3	20
30.	3	3	3	4	4	17	5	3	5	5	5	23
31.	5	5	5	5	5	25	4	4	3	5	5	21
32.	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
33.	4	4	4	3	5	20	4	4	4	3	4	19
34.	5	5	4	4	5	23	3	4	4	5	4	20
35.	4	4	4	3	3	18	5	4	5	5	5	24
36.	4	3	4	4	5	20	5	4	4	4	4	21
37.	5	4	4	5	5	23	2	3	4	4	4	17
38.	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
39.	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23
40.	3	4	5	5	4	21	5	3	3	5	3	19

41.	2	3	3	2	4	14	3	2	2	2	4	13
42.	4	3	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19
43.	5	5	4	4	4	22	5	5	4	4	4	22
44.	4	4	4	3	4	19	4	4	5	3	3	19
45.	4	4	5	4	5	22	4	4	3	5	3	19
46.	4	4	4	4	4	20	3	3	4	5	5	20
47.	4	4	3	4	4	19	4	5	5	4	3	21
48.	3	4	2	4	3	16	2	2	3	2	3	12
49.	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	3	18
50.	5	5	5	5	4	24	5	4	5	5	3	22
51.	4	3	3	4	4	18	4	3	4	4	4	19
52.	3	4	3	4	2	16	3	3	4	2	4	16
53.	5	5	4	5	5	24	5	4	5	4	3	21
54.	2	4	3	3	5	17	3	2	3	4	2	14
55.	3	3	3	3	2	14	3	2	4	2	4	15
56.	4	4	4	5	5	22	4	5	5	5	5	24
57.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
58.	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	5	23
59.	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	4	24
60.	4	5	4	5	5	23	5	4	4	5	5	23
61.	3	3	3	3	3	15	4	4	4	5	2	19
62.	4	4	4	4	3	19	4	3	3	5	1	16
63.	4	5	5	5	4	23	4	2	3	4	2	15
64.	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	4	22
65.	5	4	4	4	5	22	5	5	4	5	4	23
66.	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	4	24
67.	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24
68.	4	5	5	4	4	22	5	5	4	4	5	23
69.	5	4	4	5	4	22	5	4	4	4	5	22
70.	5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	4	22
71.	5	5	4	4	5	23	4	5	5	4	5	23
72.	3	3	3	3	2	14	4	3	3	4	2	16
73.	4	4	4	5	4	21	4	3	3	4	2	16
74.	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
75.	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
76.	4	5	5	5	3	22	4	3	3	4	2	16
77.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
78.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
79.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
80.	5	5	4	4	5	23	4	5	5	5	4	23
81.	5	5	4	4	5	23	4	5	5	4	4	22
82.	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	5	23
83.	5	4	4	5	4	22	5	4	4	5	5	23
84.	5	4	4	5	4	22	5	5	5	4	5	24

85.	5	4	5	4	4	22	5	4	4	4	4	21
86.	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
87.	4	4	4	4	4	20	4	3	3	5	3	18
88.	4	5	5	5	3	22	5	4	3	5	2	19
89.	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
90.	4	4	4	4	5	21	5	4	4	5	4	22
91.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
92.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
93.	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
94.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
95.	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
96.	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	22
97.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
98.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
99.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
100.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20

No.	Produk					Total	Lokasi					Total
	X3 .1	X3 .2	X3 .3	X3 .4	X3 .5		X4 .1	X4 .2	X4 .3	X4 .4	X4 .5	
1.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
2.	5	5	5	4	4	23	3	3	4	3	4	17
3.	5	5	3	3	4	20	2	3	3	3	4	15
4.	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	5	25
5.	5	5	4	4	5	23	5	5	4	5	5	24
6.	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25
7.	5	5	4	5	4	23	4	4	5	4	5	22
8.	4	4	5	4	5	22	5	4	5	4	4	22
9.	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	4	22
10.	4	5	5	5	5	24	5	4	4	4	5	22
11.	4	4	4	3	4	19	2	3	3	3	3	14
12.	5	4	4	5	5	23	5	4	3	3	5	20
13.	4	4	5	5	4	22	5	4	5	4	5	23
14.	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
15.	4	5	5	4	5	23	4	5	4	5	5	23
16.	4	4	4	4	4	20	3	3	3	2	4	15
17.	4	5	5	4	4	22	5	4	4	5	5	23
18.	4	5	4	4	5	22	3	4	4	3	5	19
19.	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15
20.	5	5	5	4	5	24	4	4	4	5	5	22
21.	5	4	5	5	4	23	4	4	4	5	5	22
22.	3	5	3	4	4	19	3	5	5	5	4	22
23.	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	4	23
24.	4	4	4	3	3	18	2	3	3	4	3	15

25.	4	4	5	4	5	22	4	4	3	4	5	20
26.	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	20
27.	4	3	4	4	4	19	3	4	2	2	4	15
28.	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
29.	5	4	3	5	4	21	4	5	5	5	5	24
30.	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	4	23
31.	4	5	4	5	4	22	3	4	4	5	4	20
32.	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
33.	4	4	5	5	3	21	4	3	4	4	4	19
34.	4	4	5	5	4	22	3	4	4	5	4	20
35.	4	4	4	5	4	21	5	5	5	5	4	24
36.	3	4	3	3	4	17	3	4	4	4	4	19
37.	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
38.	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
39.	5	4	4	5	5	23	4	4	4	5	4	21
40.	4	5	4	4	4	21	4	5	5	5	5	24
41.	3	2	4	3	2	14	5	4	4	3	3	19
42.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19
43.	4	3	4	4	4	19	5	5	5	5	5	25
44.	4	4	3	4	4	19	3	3	3	4	4	17
45.	5	4	4	5	3	21	4	4	5	4	5	22
46.	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
47.	4	3	3	4	4	18	5	5	5	4	4	23
48.	4	4	4	4	3	19	1	1	2	3	3	10
49.	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19
50.	5	4	5	5	3	22	4	4	4	4	5	21
51.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
52.	3	2	2	4	4	15	4	3	4	3	3	17
53.	4	4	4	3	3	18	2	4	4	5	5	20
54.	3	2	3	4	2	14	3	4	2	4	2	15
55.	2	2	2	3	3	12	3	3	4	3	3	16
56.	5	5	5	5	5	25	3	4	5	5	4	21
57.	4	4	4	4	4	20	3	4	5	4	4	20
58.	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	23
59.	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	4	21
60.	5	4	5	5	4	23	5	4	4	4	5	22
61.	3	4	3	3	3	16	2	4	4	4	4	18
62.	4	5	4	3	3	19	4	4	4	4	4	20
63.	4	5	3	4	3	19	4	4	4	4	3	19
64.	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	5	21
65.	4	5	4	5	5	23	4	5	4	4	4	21
66.	5	4	4	5	5	23	4	5	5	5	5	24
67.	4	4	4	5	5	22	5	5	4	5	5	24
68.	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	4	23

69.	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	5	23
70.	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	5	24
71.	4	5	5	4	5	23	4	5	5	4	5	23
72.	4	4	3	4	3	18	3	3	3	3	3	15
73.	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
74.	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
75.	5	5	5	5	5	25	3	4	4	5	4	20
76.	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
77.	4	4	3	4	3	18	3	4	4	4	4	19
78.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
79.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
80.	4	4	5	5	4	22	5	4	5	5	4	23
81.	5	4	5	4	4	22	4	5	5	4	4	22
82.	4	4	4	5	4	21	4	5	5	4	4	22
83.	4	4	5	5	4	22	5	4	4	5	5	23
84.	4	5	4	4	4	21	5	5	5	4	4	23
85.	4	5	4	5	5	23	5	4	4	5	5	23
86.	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
87.	3	5	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
88.	4	5	3	4	4	20	3	5	5	5	5	23
89.	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
90.	4	5	4	4	4	21	4	5	4	5	4	22
91.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
92.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
93.	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
94.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
95.	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
96.	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	23
97.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
98.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
99.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
100.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20

Minat						
No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
1.	5	5	5	5	5	25
2.	3	4	4	4	4	19
3.	5	5	5	5	3	23
4.	4	4	4	4	4	20
5.	4	4	4	5	5	22
6.	4	4	4	4	4	20
7.	4	4	5	5	5	23
8.	4	5	4	5	4	22
9.	5	5	5	5	4	24
10.	4	5	5	4	5	23
11.	4	4	4	4	4	20
12.	4	4	5	2	1	16
13.	5	4	4	4	5	22
14.	3	3	3	3	3	15
15.	4	5	5	4	4	22
16.	5	5	4	4	4	22
17.	4	5	5	5	5	24
18.	4	5	3	4	5	21
19.	3	3	3	3	3	15
20.	4	5	5	5	4	23
21.	5	5	4	4	5	23
22.	4	5	5	5	4	23
23.	5	5	5	5	5	25
24.	4	4	4	3	3	18
25.	4	4	4	4	4	20
26.	5	5	4	3	4	21
27.	4	4	4	3	4	19
28.	4	4	4	4	4	20
29.	4	4	4	5	5	22
30.	4	5	5	4	4	22
31.	4	4	4	4	5	21
32.	3	3	3	3	3	15
33.	4	4	4	3	4	19
34.	5	5	5	5	5	25
35.	5	5	4	5	5	24
36.	4	4	3	4	5	20
37.	3	4	4	4	4	19
38.	4	3	3	3	3	16
39.	4	4	5	5	5	23
40.	4	4	4	4	4	20
41.	3	3	2	2	4	14
42.	3	3	4	3	4	17

43.	5	5	5	5	5	25
44.	4	4	4	4	4	20
45.	3	4	3	3	4	17
46.	5	5	5	5	5	25
47.	4	4	4	4	4	20
48.	3	3	4	4	3	17
49.	4	4	3	4	4	19
50.	5	5	4	4	4	22
51.	3	3	3	4	4	17
52.	4	4	4	3	4	19
53.	3	4	3	3	3	16
54.	3	3	3	4	4	17
55.	2	2	3	3	2	12
56.	5	5	5	5	5	25
57.	5	5	5	4	5	24
58.	4	4	4	4	4	20
59.	4	4	4	4	4	20
60.	5	5	5	5	5	25
61.	3	3	3	3	3	15
62.	4	4	4	4	4	20
63.	4	5	4	5	4	22
64.	5	4	4	5	5	23
65.	5	4	4	5	5	23
66.	4	4	5	5	5	23
67.	5	5	5	5	5	25
68.	5	5	5	4	4	23
69.	4	4	4	5	5	22
70.	5	4	5	4	5	23
71.	4	4	5	4	5	22
72.	3	3	3	3	3	15
73.	4	4	4	4	4	20
74.	4	4	4	4	4	20
75.	4	5	4	5	4	22
76.	4	4	4	4	4	20
77.	4	4	4	4	4	20
78.	3	4	4	4	4	19
79.	3	4	4	4	4	19
80.	5	4	5	4	5	23
81.	4	4	4	5	5	22
82.	4	5	4	5	4	22
83.	4	4	5	5	4	22
84.	5	4	4	5	5	23
85.	5	5	4	4	4	22
86.	3	3	3	3	3	15

87.	4	4	4	4	4	20
88.	4	4	4	4	4	20
89.	5	5	5	5	5	25
90.	5	5	5	5	5	25
91.	5	5	5	5	5	25
92.	4	4	4	4	4	20
93.	5	5	5	5	5	25
94.	5	5	5	5	5	25
95.	4	4	4	4	4	20
96.	4	5	4	5	4	22
97.	5	5	5	5	5	25
98.	4	4	4	4	4	20
99.	5	5	5	5	5	25
100.	4	4	4	4	4	20

Lampiran 3: Data Responden

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	54	54.0	54.0	54.0
	PEREMPUAN	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25	40	40.0	40.0	40.0
	26-35	26	26.0	26.0	66.0
	36-45	23	23.0	23.0	89.0
	46-55	10	10.0	10.0	99.0
	56-60	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

DOMISILI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	BUARA	100	100.0	100.0	100.0

Lampiran 4: Uji Instrumen

1. Uji Validitas

a. Pelayanan (X₁)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	PELAYANAN (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.619**	.610**	.625**	.554**	.846**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.619**	1	.676**	.638**	.471**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.610**	.676**	1	.589**	.484**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.625**	.638**	.589**	1	.413**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.554**	.471**	.484**	.413**	1	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
PELAYANAN (X1)	Pearson Correlation	.846**	.833**	.825**	.801**	.738**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

b. Fasilitas (X₂)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	FASILITAS (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.552**	.438**	.462**	.339**	.733**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.552**	1	.596**	.433**	.466**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.438**	.596**	1	.329**	.551**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.462**	.433**	.329**	1	.237*	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.018	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.339**	.466**	.551**	.237*	1	.729**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.018		.000
	N	100	100	100	100	100	100
FASILITAS (X2)	Pearson Correlation	.733**	.822**	.781**	.647**	.729**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

c. Produk (X₃)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	PRODUK (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.534**	.593**	.575**	.553**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.534**	1	.513**	.381**	.497**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.593**	.513**	1	.575**	.501**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.575**	.381**	.575**	1	.520**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.553**	.497**	.501**	.520**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
PRODUK (X3)	Pearson Correlation	.826**	.748**	.811**	.767**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

d. Lokasi (X₄)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	LOKASI (X4)
X4.1	Pearson Correlation	1	.632**	.575**	.424**	.519**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.632**	1	.712**	.645**	.572**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.575**	.712**	1	.591**	.554**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.424**	.645**	.591**	1	.575**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	.519**	.572**	.554**	.575**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
LOKASI (X4)	Pearson Correlation	.796**	.871**	.840**	.784**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

e. Minat (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	MINAT (Y)
Y1	Pearson Correlation	1	.758**	.662**	.571**	.607**	.858**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.758**	1	.686**	.628**	.523**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.662**	.686**	1	.621**	.466**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.571**	.628**	.621**	1	.688**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.607**	.523**	.466**	.688**	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
MINAT (Y)	Pearson Correlation	.858**	.856**	.818**	.847**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Realibilitas

a. Pelayanan (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	5

b. Fasilitas (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	5

c. Produk (X_3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	5

d. Lokasi (X_4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	5

e. Minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	5

Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

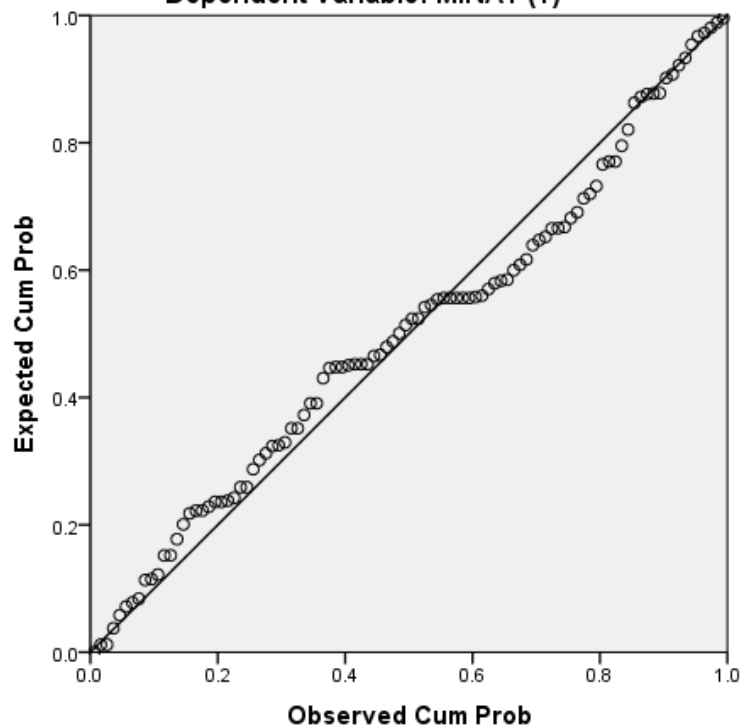
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.86033972
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.075
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.125 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: MINAT (Y)

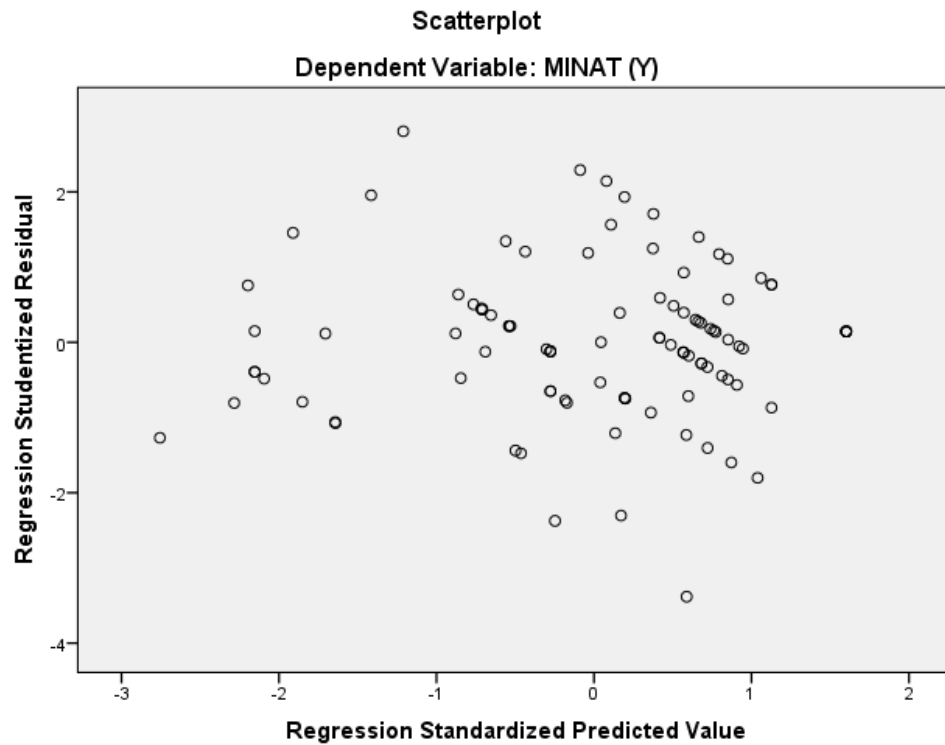


2. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PELAYANAN (X1)	.391	2.559
	FASILITAS (X2)	.360	2.780
	PRODUK (X3)	.356	2.806
	LOKASI (X4)	.387	2.587

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

3. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 6: Uji Regresi Linier Berganda

1. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.214	1.514		1.462	.147
PELAYANAN (X1)	.221	.100	.221	2.197	.030
FASILITAS (X2)	.091	.105	.091	.869	.387
PRODUK (X3)	.453	.110	.433	4.109	.000
LOKASI (X4)	.136	.097	.142	1.404	.164

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

2. Uji Hipotesis

a. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.624	.608	1.899

a. Predictors: (Constant), LOKASI (X4), PELAYANAN (X1), FASILITAS (X2), PRODUK (X3)

b. Dependent Variable: MINAT (Y)

b. Uji F (Signifikansi Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	569.164	4	142.291	39.453	.000 ^b
Residual	342.626	95	3.607		
Total	911.790	99			

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

b. Predictors: (Constant), LOKASI (X4), PELAYANAN (X1), FASILITAS (X2), PRODUK (X3)

c. Uji t (Signifikansi Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.214	1.514		1.462	.147
	PELAYANAN (X1)	.221	.100	.221	2.197	.030
	FASILITAS (X2)	.091	.105	.091	.869	.387
	PRODUK (X3)	.453	.110	.433	4.109	.000
	LOKASI (X4)	.136	.097	.142	1.404	.164

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

Lampiran 7: Surat Ijin Penelitian/Riset



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 4009/Un.10.5/D1/PG.00.00/12/2022
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

12 Desember 2022

Yth :
Pimpinan BSI KCP Brebes Sudirman
di tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset kepada :

Nama : YUNIA RAHMAWATI
Nim : 1905036135
Semester : VII
Jurusan / Prodi : S1 PERBANKAN SYARIAH
Alamat : Jl. Cikeusal-Sindangjaya, Desa Cikeusal Kidul RT 003 RW 004, Kec. Ketanggungan, Kab. Brebes.
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Nasabah Bank BSI KCP Brebes Sudirman Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes).
Waktu Penelitian : 20 - 23 Desember 2022
Lokasi Penelitian : Jl. Jend. Sudirman No. 360 Brebes.

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
Institusi/lembagaan,

RATONIH

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Yunia Rahmawati
Tempat, Tanggal Lahir : Brebes, 26 Juni 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Desa Cikeusal Kidul RT 003 / RW 004 Kec.
Ketanggungan, Kab. Brebes, Jawa Tengah
Status : Belum Menikah
Email : yuniarahma114@gmail.com
No. Hp : 0831 1342 8844

RIWAYAT PENDIDIKAN FORMAL

1. 2007 – 2013 SD Negeri Cikeusal Kidul 02
2. 2013 – 2016 MTs Al-Adhhar Cikeusal Kidul
3. 2016 – 2019 SMA Negeri 1 Banjarharjo
4. 2019 – 2023 UIN Walisongo Semarang (S1 Perbankan Syariah)