



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN FASILITAS  
TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG  
PADA PT. BANK MUAMALAT CABANG  
PADANGSIDIMPUAN CAPEM  
PANYABUNGAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Untuk Memperoleh Gelar S.E di  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**Oleh**

**SAIMA MARUBA RITONGA  
NIM 13 220 0171**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
KOTA PADANGSIDIMPUAN  
TAHUN 2017 M/1437 H**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN FASILITAS  
TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG  
KEMBALI PADA PT. BANK MUAMALAT  
CAPEM PANYABUNGAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Untuk Memperoleh Gelar S.E di  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**Oleh**

**SAIMA MARUBA RITONGA  
NIM. 13 220 0171**

**Pembimbing I**

**Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M  
NIP. 19790720 201101 1 005**

**Pembimbing II**

**Ja'far Nasution, M.E.I**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
KOTA PADANGSIDIMPUAN  
TAHUN 2017 M/1437 H**

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan Menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang  
Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Saima Maruba Ritonga

Nim : 13 220 0171

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Judul skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN FASILITAS TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG KEMBALI PADA PT. BANK MUAMALAT CAPEM PANYABUNGAN.**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang kode etik mahasiswa, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 16 Oktober 2017

Saya yang menyatakan,



**SAIMA MARUBA RITONGA**  
**NIM. 13 220 0171**



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saima Maruba Ritonga  
NIM : 13 220 0171  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Fasiitas Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 06 November 2017

ang menyatakan,



**Saima Maruba Ritonga**  
NIM. 13 220 0171



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : Saima Maruba Ritonga  
**NIM** : 13 220 0171  
**FAKULTAS** : Ekonomi dan Bisnis Islam  
**JURUSAN** : Perbankan Syariah- 4  
**JUDUL SKRIPSI** : Pengaruh Kualitas Produk dan Fasilitas Terhadap  
Minat Nasabah Menabung Aktif (Kembali) Pada PT.  
Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang  
Padangsidimpuan CAPEM Panyabungan.

**Ketua**

**Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag**  
NIP. 19750703 200212 1 001

**Sekretaris**

**Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si**  
NIP. 19790525 200604 1 004

**Anggota**

**Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag**  
NIP.19750703 200212 1 001

**Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si**  
NIP. 19790525 200604 1 004

**Muhammad Isa, ST., MM**  
NIP. 19800605 201101 1 003

**Budi Gautama Siregar, SPd., MM**  
NIP. 19790720 201101 1 005

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Senin/ 06 November 2017  
**Pukul** : 08.30 WIB s/d 11.00 WIB  
**Hasil/Nilai** : Lulus/ 74,5 (B)  
**IPK** : 3,42  
**Predikat** : Amat Baik





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

## PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidimpuan CAPEM Panyabungan.**

**NAMA : SAIMA MARUBA RITONGA**  
**NIM :13 220 0171**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah



Padangsidimpuan, 16 November 2017  
Dekan,

  
**Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag**  
**NIP. 19731128 200112 1 001**

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatu*

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan dan segala nikmat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Serta shalawat dan salam kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa ummatnya dari alam yang penuh dengan kebutaan ilmu pengetahuan ke alam yang disinari oleh ilmu pengetahuan.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Fasilitas terhadap Minat Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan”. Disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat memberikan yang terbaik, akan tetapi peneliti menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Hal ini terjadi karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang peneliti miliki. Namun berkat bimbingan, petunjuk dan nasehat dari semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan

Pengembangan Lembaga, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum dan Perencanaan Keuangan, Bapak Drs. Samsuddin, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag, wakil Dekan Bidang Administrasi Umum dan Perencanaan Keuangan, Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M selaku Pembimbing I dan Bapak Ja'far Nasution, M.E.I, selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengetahuan, arahan, dan bimbingan, serta dorongan yang kuat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen beserta staf dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
6. Bapak Amir Hamjah Siregar selaku Pimpinan Cabang PT. Bank Muamalat Indoneasia Tbk Cabang Padangsidimpuan CAPEM Panyabungan. Yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan peneliti.



7. Bapak Hendri Harahap, dan seluruh jajaran Karyawan, Karyawati keluarga besar PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan, yang telah membantu dan membimbing peneliti menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa Keluarga Tercinta Ayahanda Panangian Ritonga, Ibunda Rosma Hasibuan, Kakak Abriau Sari Ritonga, Abdul Gani Ritonga, Siti Maimunah Ritonga, Saripah Aini Ritonga, dan adik Saibatul Hasanah Ritonga, Saima Putri Romaito Nian Ritonga yang paling berjasa dan paling peneliti sayangi dalam hidup ini. Karena keluarga selalu memberikan kasih sayang, semangat, dukungan moril dan materil demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai Perguruan Tinggi di IAIN Padangsidempuan, semoga keluarga peneliti selalu dalam lindungan Allah SWT.
9. Buat teman-teman Perbankan Syariah-4 angkatan 2013 yang telah 7 semester menimba ilmu bersama-sama dalam satu ruangan terimakasih atas dukungan, saran dan semangat yang kalian tularkan kepada peneliti. Mudah-mudahan Allah mempermudah segala urusan kita.
10. Buat sahabat-sahabat yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti yaitu Riska Hartika Lubis, Masdalipa H, Ilmiyah Rahmadani Siregar , Wardah Fitrah Harahap, Nur Saadah Lubis, Yusrida Sari Harahap, Wilda pebriani, Yulia, Nurhalija dan Maya Sari Nasution, Kakak Tika serta sahabat-sahabat lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu. Terimakasih atas dukungan, saran dan semangat yang kalian berikan kepada peneliti.

Akhir kata, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti yang jauh dari “Cukup”. Untuk itu saran dan kritiknya yang

sifatnya membangun sangat peneliti butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini. Akhirnya peneliti mengucapkan banyak terimakasih Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yan telah diberikan kepada peneliti dan semoga Allah SWT memberi dan melindungi kita semua, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin

Padangsidempuan, Oktober 2017  
Peneliti

**Saima Maruba Ritonga**  
**NIM. 13 220 0171**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	be
ت	ta	T	te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	h a	h	ha(dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	er
ز	zai	Z	zet
س	sin	S	es
ش	syin	Sy	es
ص	ş ad	ş	es dan ye
ض	ḍ ad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭ a	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓ a	ẓ	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




### 2. Vokal

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





a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fatḥ ah	a	A
	Kasrah	i	I
	ḍ ommah	u	U




b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fatḥ ah dan ya	ai	a dan i
	fatḥ ah dan wau	au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fatḥ ah dan alif atau ya	a	a dan garis atas
	kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍ ommah dan wau	u	u dan garis di atas

### 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fatḥ ah, kasrah, dan ḍ ommah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

#### **4. Syaddah (Tsaydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

#### **5. Kata Sandang**

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

##### **a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah**

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

##### **b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah**

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **6. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir

kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## **7. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Capital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

## ABSTRAK

**Nama** : Saima Maruba Ritonga  
**NIM** : 13 220 0171  
**Judul Skripsi** : **Pengaruh Kualitas Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidimpuan CAPEM Panyabungan.**

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah pada umumnya setiap lembaga keuangan syariah dalam menjalankan usahanya tentu mempunyai keinginan agar produknya selalu diminati dan diinginkan oleh masyarakat seperti yang diharapkan perusahaan. Terbukti, Minat nasabah Menabung pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidimpuan CAPEM Panyabungan yang menurun. Oleh karena itu, Bank dapat meningkatkan kualitas produknya yang memberikan berbagai kelebihan dalam suatu produk tersebut, ditambah salah satunya dengan memberikan fasilitas yang lengkap yang dapat memudahkan nasabah bertransaksi lebih mudah dan nyaman. Sehingga timbul rasa atau minat untuk menabung terus menerus dalam bank tersebut. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah Terdapat Pengaruh Kualitas Produk dan Fasilitas Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidimpuan CAPEM Panyabungan. Penelitian ini diharapkan berguna bagi peneliti, perusahaan, akademik dan pihak lainnya.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu Perbankan Syariah. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Fasilitas dan Minat nasabah Menabung.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Dengan sumber data yaitu data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner), dengan jumlah sampel 100 Nasabah. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial (*uji t*) menyatakan bahwa, Kualitas Produk memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,634 > 1,291$ ) artinya Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Nasabah Menabung. Fasilitas memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,810 > 1,291$ ) artinya Fasilitas berpengaruh terhadap Minat Nasabah Menabung. Hasil penelitian secara simultan (*uji F*) menyatakan bahwa Kualitas Produk dan Fasilitas memiliki  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $8,705 > 2,698$ ) dan tingkat signifikansi yang diperoleh ( $0,00 < 0,1$ ) artinya Kualitas Produk dan Fasilitas secara *simultan* berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung. Sedangkan *R Square* ( $R^2$ ) sebesar 15,2% variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap Minat Nasabah Menabung, sedangkan 84,8% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Fasilitas dan Minat Nasabah Menabung.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>TRANSLITERASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>

### **BAB I : PENDAHULUAN**

<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>C. Batasan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>D. Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>7</b>
<b>E. Rumusan Masalah.....</b>	<b>8</b>
<b>F. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>G. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>H. Sistematika Pembahasan .....</b>	<b>10</b>

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

<b>A. Kerangka Teori .....</b>	<b>15</b>
<b>a. Minat Nasabah Menabung.....</b>	<b>15</b>
1) Pengertian Minat Nasabah Menabung .....	15
2) Macam-macam Minat .....	16
3) Ciri-ciri Menunjukkan Minat .....	16
4) Faktor- faktor Timbulnya Minat .....	17
5) Faktor- faktor Yang Mengganggu Minat .....	17
6) Pengertian Menabung.....	18
7) Tabungan Syariah.....	19



8) Alat-alat Penarikan Tabungan.....	19
<b>b. Kualitas .....</b>	<b>20</b>
1) Pengertian Kualitas .....	20
2) Alat-alat Mengelola Kualitas .....	22
3) Strategi Meningkatkan Produktivitas dan Kualitas.....	22
<b>c. Produk.....</b>	<b>23</b>
1) Pengertian Produk .....	23
2) Produk- produk Perbankan Syariah .....	29
<b>d. Fasilitas .....</b>	<b>30</b>
1) Pengertian Fasilitas .....	30
2) Tugas Pokok Fasilitas .....	31
3) Sarana Fasilitas Tabungan.....	31
<b>e. Hubungan Kualitas Produk Dengan Minat Nasabah Menabung .....</b>	<b>32</b>
<b>f. Fasilitas Dengan Minat Nasabah Menabung.....</b>	<b>33</b>
<b>g. Kualitas Produk dan Fasilitas Terhadap Minat Nasabah Menabung ....</b>	<b>34</b>
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>35</b>
<b>C. Kerangka Pikir .....</b>	<b>38</b>
<b>D. Hipotesis .....</b>	<b>38</b>

### **BAB III : METEDOLOGI PENELITIAN**

<b>A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>40</b>
<b>B. Jenis Penelitian.....</b>	<b>40</b>
<b>C. Populasi dan Sampel.....</b>	<b>40</b>
1. Populasi.....	40
2. Sampel.....	41
<b>D. Sumber Data.....</b>	<b>42</b>
<b>E. Intrumen dan Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>42</b>
<b>F. Teknik Analisi Data .....</b>	<b>44</b>
a. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	44
1. Uji Validitas.....	44
2. Uji Reliabilitas.....	44
3. Uji Statistik Deskriptif.....	44

4. Pengujian Asumsi Klasik .....	45
a. Uji Normalitas .....	45
b. Uji Linearitas.....	45
c. Uji Multikolinearitas.....	45
d. Uji Heterokedastisitas.....	46
5. Analisis Regresi Berganda .....	46
6. Uji Koefisien Determinisasi ( $R^2$ ).....	47
7. Uji Hipotesis .....	47
a. Uji Parsial (Uji t).....	48
b. Uji Koefisien regresi secara simultan (uji F).....	48

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

<b>A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.</b>	
CAPEM Panyabungan .....	49
1. Sejarah Bank Muamalat Cabang Pembantu Panyabungan.....	49
2. Visi dan Misi PT. Bank Muamalat CAPEM Panyabungan .....	52
3. Strategi Mencapai Visi Dana Misi Bank Muamalat Cabang Panyabungan .....	52
4. Ruang Lingkup Bidang Usaha .....	53
<b>B. Analisis Hasil Penelitian .....</b>	<b>57</b>
1. Uji Validitas.....	57
2. Uji Reliabilitas.....	59
3. Uji Statistik Deskriptif .....	60
4. Pengujian Asumsi Klasik .....	61
a. Hasil Uji Normalitas .....	61
b. Uji Lineritas.....	62
c. Uji Multikolinearitas .....	63
d. Uji Heterokedastisitas.....	64
5. Uji Analisis Regresi Berganda.....	64
6. Uji Koefisien Determinasi .....	66
7. Uji Hipotesis .....	67
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	67

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	68
c. Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
d. Keterbatasan Penelitian .....	72

**BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	73
B. Saran .....	74

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah.....	4
Tabel 1.2 Definisi Operasional Variabel.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3.1 Skala Likert .....	41
Tabel 3.2 Kisi-kisi Angket .....	42
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	57
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Fasilitas.....	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Minat Nasabah Menabung Kembali.....	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Lineritas .....	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolineritas.....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	37
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	64

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup**

**Lampiran 2 : Tabulasi Data Kualitas Produk dan Fasilitas Minat Nasabah Menabung**

**Lampiran 3 : Transformasi Data**

**Lampiran 4 : Hasil Output Uji Validitas**

**Lampiran 5 : Tabel r, table F Dan table t**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Di Indonesia, bank syariah yang pertama didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara Islam lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang. Bila pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit bank syariah, maka pada tahun 2005, jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 bank umum syariah dan 17 unit usaha syariah. Sementara itu jumlah Bank Perkereditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.<sup>1</sup>

Bank Muamalat Indonesia adalah salah satu bank yang melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip syariah. Kurang lebih dua bulan setelah ditetapkannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang memperkenalkan bank berdasarkan bagi hasil. Bank Muamalat melakukan operasi sesuai dengan prinsip Islam, yaitu tepatnya tanggal 1 Mei 1992. Persiapan pendirian tersebut sesungguhnya telah dilaksanakan beberapa saat sebelum diundangkannya UU No. 7 Tahun 1992.<sup>2</sup>

Bank Muamalat Indonesia lahir sebagai kerja tim Perbankan MUI, akta pendirian PT Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada tanggal 1 November 1991. Pada saat itu terkumpul komitmen pembelian saham sebanyak Rp. 84 miliar. Pada tanggal 3 November 1991, pada acara silaturahmi presiden

---

<sup>1</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi Kelima* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 18-25.

<sup>2</sup>Sigit Triandaru dan Totok Budi Santoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain Edisi 2* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 170.



di Istana Bogor, dapat dipenuhi total komitmen modal disetor awal sebesar Rp. 106.126.382-, Dana tersebut berasal dari presiden dan wakil presiden, sepuluh menteri kabinet pembangunan, juga Yayasan Amal Bhakti Muslim Pancasila, Yayasan Dakab, Supersemar, Dharmanis, Purna Bhakti Pertiwi, PT PAL, dan PINDAD. Selanjutnya Yayasan Dana Dhakwah Pembangunan ditetapkan sebagai yayasan penopang bank syariah. Dengan terkumpulnya modal awal tersebut, pada tanggal 1 Mei 1992, Bank Muamalat Indonesia (BMI) mulai beroperasi.

Minat menurut kamus besar bahasa Indonesia minat merupakan perhatian, kesukaan dan kecendrungan hati.<sup>3</sup> Sehingga minat merupakan sesuatu yang penting bagi seseorang sebagai suatu aspek kejiwaan, minat bukan saja dapat mewarnai perilaku seseorang, tetapi lebih dari itu minat mendorong orang untuk melakukan kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian dan merelakan dirinya terikat pada suatu kegiatan.

Beberapa peneliti mengenai pengaruh kualitas produk dan fasilitas terhadap minat nasabah menabung kembali juga telah dilakukan :

Shanti Hermina Rangkuti menemukan bahwa :

Berdasarkan hasil uji t dihitung yang dilakukan, diketahui variabel yang mempunyai pengaruh terhadap pembentukan minat konsumen menabung kembali adalah variabel  $X_1$  (pengaruh keluarga) dan variabel  $X_5$  (kepribadian), berdasarkan hasil uji F hitung yang dilakukan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel  $X_1$  (pengaruh Keluarga),  $X_2$  (pengaruh kelompok kawan sebaya),  $X_3$  (informasi),  $X_4$  (pengalaman),  $X_5$  (kepribadian), secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat konsumen menabung kembali pada PT. Bank CIMB Niaga Tbk. (Y).<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Dessy Anwar, *Kamus Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Abditama, 2001), hlm. 281.

<sup>4</sup>Shanti Hermina Rangkuti, "Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Minat Untuk Menabung Kembali Pada PT. Bank CIMB Niaga" (Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan, 2009), hlm. 55.

Dwi Kusuma Indaryani menemukan bahwa:

Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menabung kembali, kualitas layanan juga berpengaruh positif terhadap *customer pride*, *customer pride* berpengaruh positif terhadap minat nasabah menabung kembali, kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menabung kembali pada PT. Bank BRI (persero) Kantor Cabang Pekalongan.<sup>5</sup>

Kualitas produk tabungan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk dan fasilitas dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut. Sebuah produk atau fasilitas perbankan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi bagi nasabah apabila telah mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan seminimal mungkin.

Fasilitas turut menjaring konsumen karena fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat yang hampir sama. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi fasilitas yang disediakan.

Kualitas produk tabungan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau fasilitas dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut. Sebuah produk atau layanan perbankan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata nasabah apabila mampu memberikan kualitas, Manfaat dan pengorbanan seminimal mungkin.

---

<sup>5</sup> Dwi Kusuma Indaryani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Customer Pride* dan Kepercayaan Nasabah Dalam Meningkatkan Menabung Kembali" (Jurnal Universitas Diponegoro Volume 1 Nomor 2 Tahun 2012), hlm. 45.

Adapun jumlah nasabah yang melakukan tabungan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan Tahun 2013-2016

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Menggunakan Produk Tabungan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan**

<b>NO</b>	<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH NASABAH</b>
1	2013	2984
2	2014	2615
3	2015	2573
4	2016	2457

Sumber: PT. Bank Muamalat CAPEM Panyabungan

Berdasarkan tabel 1 terlihat adanya penurunan jumlah nasabah tabungan pada Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan yang sangat signifikan. Dimana pada tahun 2013 jumlah nasabah yang menggunakan produk tabungan muamalat sebesar 2984 orang nasabah, setahun kemudian jumlah nasabah turun sebesar -3,69% menjadi 2615 orang nasabah, pada tahun 2015 juga mengalami penurunan sebesar 0,42% menjadi 2573 nasabah, dan pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 1,16% menjadi 2457 nasabah. Kondisi ini disebabkan produk-produk yang ditawarkan tidak mampu bersaing dengan produk bank syariah lainnya. Demikian juga dengan fasilitas yang disediakan bank yang belum memuaskan nasabah.

Berdasarkan survei awal yang telah peneliti lakukan di Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan, penulis melakukan wawancara kepada 2 orang nasabah yang berkunjung untuk bertransaksi pada bank tersebut, penulis sebelumnya melakukan wawancara dengan menanyakan nama, alamat, dan jenis pekerjaan nasabah. Adapun hasil wawancara penulis

dengan nasabah Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan sebagai berikut:

1. Bapak Muhammad Rajo, alamat Dalam Lidang, kota Panyabungan, Pegawai Negeri Sipil. Adapun hasil wawancara dengan bapak Rajo yaitu: bapak Rajo berpendapat bahwa produk diBank Muamalat bisa bersaing dengan bank lainnya, sehingga bapak tersebut memilih bank muamalat sebagai tempat bertransaksi, tetapi fasilitas diBank Muamalat seperti ATM sangat sulit ditemukan didaerah yang pelosok (pedalaman), sehingga tidak memberikan kenyamanan dan kemudahan terhadap setiap nasabah yang mendadak ingin membutuhkan uang.<sup>6</sup>
2. Ibu Erika Wahyuni, alamat Huta Bangun Jae, kecamatan Bukit Malintang, Mandailing Natal, ibu rumah tangga, adapun hasil wawancara dengan ibu Erika yaitu: ibu Eika berpendapat bahwa, produk bank muamalat kurang dikenal dikalangan masyarakat umumnya, dan ibu ini berpendapat sangat sulit mengingat nama-nama dari produk tersebut, kemudian ibu Erika mengatakan tidak paham atas sistem bagi hasil yang ada pada bank Muamalat, tetapi dari segi pelayanan dibank Muamalat sangat bagus dan memuaskan serta mereka melayani sesuai yang diharapkan, dan masalah tempat bank Muamalat sangat sulit dijangkau oleh nasabah sekitar daerah kampung ibu Erika sendiri.<sup>7</sup>

Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen atau nasabah, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk

---

<sup>6</sup> Hasil Wawancara Dengan Bapak Muhammad Rajo (Nasabah Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan), 28 Februari 2017, Pkl. 10.30 WIB.

<sup>7</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Erika Wahyuni (Nasabah Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan), 28 Februari 2017, Pkl. 11.20 WIB.

merancang strategi apa yang bisa menciptakan minat nasabah terhadap produk bank tersebut. Hal ini dilakukan untuk mengetahui dan melihat minat nasabah tentang kualitas produk dan fasilitas seperti apa yang diinginkan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan oleh kualitas produk dan fasilitas terhadap minat nasabah menabung tepatnya pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan. Penulis akan menuangkannya kedalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Fasilitas Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan”**

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Rendahnya minat nasabah menabung di Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM. Panyabungan disebabkan kurang mengetahui produk-produk yang ditawarkan dan bagi hasil pada bank tersebut.
2. Perlunya kualitas produk yang tinggi sehingga minat nasabah menabung selalu bertambah dari jumlah biasanya.
3. Perlunya memperluas promosi tentang jenis- jenis produk dan sistem bagi hasil pada Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM panyabungan.
4. Pengadaan fasilitas yang kurang lengkap menimbulkan kesulitan nasabah bertransaksi pada Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM panyabungan.

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini perlu dibatasi, agar pembahasannya tidak meluas dan keterbatasan waktu, ilmu dan dana yang dimiliki penulis. Peneliti memfokuskan pada variabel (Y) yaitu minat nasabah menabung. Oleh karena itu peneliti membatasi masalah yaitu rendahnya minat nasabah menabung di PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM panyabungan disebabkan belum maksimalnya kualitas produk dan fasilitas yang ditawarkan pada bank tersebut.

### D. Definisi operasional variabel

**Tabel 1.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Defenisi</b>	<b>Indikator variabel</b>	<b>Skala pengukuran</b>
Minat nasabah menabung kembali (Y)	Minat Pada Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan nasabah adalah daya tarik yang ditimbulkan tertentu yang membuat calon nasabah merasa senang dalam mempunyai oleh obyek keinginan berkecimpung atau berhubungan dengan obyek tersebut sehingga timbul keinginan	a. Keinginan sesuatu yang ditimbulkan dari diri sendiri. b. Kepercayaan atas produk sehingga ada ketertarikan. c. Pengetahuan mengenai produk dari saudara dan teman sehingga timbul minat. d. Persepsi yang positif atas produk timbulnya kebutuhan dan keinginan.	Ordinal

Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	Kualitas produk Pada Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan adalah baik buruknya semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan sesuatu keinginan atau kebutuhan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Performance</i> (kinerja)</li> <li>b. <i>Durability</i> (daya tahan)</li> <li>c. <i>Conformance to spesification</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)</li> <li>d. <i>Features</i> (fitur)</li> <li>e. <i>Realibility</i> (keandalan)</li> <li>f. <i>Aesthetics</i> (estetika)</li> <li>g. <i>Serviceability</i> (kemampuan).<sup>8</sup></li> </ul>	Ordinal
Fasilitas (X <sub>2</sub> )	Fasilitas Pada Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ukuran kemudahan dan kenyamanan</li> <li>b. Kecepatan waktu yang diperoleh</li> <li>c. Gengsi dan harga diri yang diprioritaskan.<sup>9</sup></li> </ul>	Ordinal

### E. Rumusan Masalah

Rumusan masalah ialah penjabaran hal-hal yang menjadi pertanyaan dan yang akan dijawab dalam penelitian. hal ini tetap mengacu kepada identifikasi dan batasan masalah dan defenisi operasional variabel.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

<sup>8</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan* (CV Pustaka Setia: Bandung, 2013), hlm. 242.

<sup>9</sup> Auli Lucky Yuriansyah, (*Jurnal Universitas Negeri Semarang*: 2013), hlm. 10.



1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap minat menabung di PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan?
3. Apakah kualitas produk dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung di PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat nasabah menabung pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat nasabah menabung pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan fasilitas terhadap minat nasabah menabung pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan.

#### **G. Manfaat Penelitian**

Adapun hasil dari kegunaan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berupa tambahan pengalaman, pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan teori-teori yang

diperoleh peneliti dibangku kuliah, dan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jenjang sarjana (S.1) pada Jurusan Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri.

2. Bagi PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan dan masukan bagi PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan terkait pengaruh kualitas produk dan fasilitas terhadap minat nasabah menabung.

3. Bagi Dunia Akademik

Sebagai bahan referensi ataupun data pembanding sesuai dengan bidang yang akan diteliti. Kemudian dapat memberikan pemikiran, wawasan serta memberikan bukti empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kualitas produk dan fasilitas terhadap minat nasabah menabung Pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan.

4. Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian ini maka masyarakat diharapkan lebih mengetahui dan memahami, serta dapat menjadi sebuah media pembelajaran bagi masyarakat tentang Tabungan Bank Muamalat pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Untuk lebih mudah memahami pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari beberapa bab sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan. Identifikasi masalah yaitu berisi uraian-uraian yang mengantarkan kepada masalah dan menunjukkan adanya masalah yang menjadi objek penelitian serta pentingnya masalah tersebut diteliti dan dibahas, peneliti memulai uraian-uraian dari konsep ideal yang berkaitan dengan masalah penelitian dan dilanjutkan dengan uraian-uraian yang memaparkan fenomena-fenomena umum dalam realitas di lapangan yang bertentangan atau tidak sesuai dengan konsep ideal tersebut. Setelah itu peneliti membuat asumsi berupa hal-hal sebagai penyebab munculnya masalah tersebut.

Identifikasi masalah yaitu berisikan uraian penelusuran dan penjabaran seluruh aspek yang berhubungan dengan masalah yang menjadi objek penelitian. Batasan masalah yaitu peneliti membatasi ruang lingkup penelitian hanya pada beberapa aspek atau sub masalah yang dipandang lebih dominan dan urgen. Definisi operasional variabel yaitu menjelaskan secara operasional tentang setiap variabel yang akan diteliti. Penjelasan ini harus mampu mengemukakan indikator-indikator dari setiap variabel yang akan diteliti.

Rumusan masalah yaitu penjabaran hal-hal yang menjadi pertanyaan dan yang akan dijawab dalam penelitian. Rumusan masalah dibuat dalam bentuk pertanyaan yang bersifat umum dan khusus. Tujuan penelitian merupakan jawaban terhadap rumusan masalah atau berupa pernyataan yang mengungkapkan hal-hal yang akan diperoleh pada akhir penelitian.

Kegunaan penelitian menjelaskan manfaat yang hendak diperoleh dari hasil penelitian. Hal ini dapat dijelaskan dalam dua bentuk, yakni kegunaan bersifat teoritis dan kegunaan bersifat praktis. Sistematika pembahasan yaitu menuliskan kembali seluruh yang termuat dalam daftar isi. Penulisan sistematika yang benar, selain mengemukakan seluruh yang tercantum pada daftar isi, juga memberi penjelasan bagaimana sistematika penulisan yang dilaksanakan mulai dari bagian awal hingga akhir sehingga penulisan penelitian benar-benar sistematis, jelas dan mudah dipahami.

Bab II adalah landasan teori yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu kerangka pikir dan hipotesis. Kerangka teori ialah pembahasan dan uraian-uraian tentang objek penelitian sesuai dengan teori atau konsep yang diambil dari segala yang dijadikan referensi dalam penelitian. Penelitian terdahulu mencantumkan beberapa penelitian dari orang lain yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pikir yaitu berisi tentang pemikiran peneliti tentang variabel atau masalah penelitian yang ingin diselesaikan pemecahannya. Hal ini menyangkut hubungan variabel dan solusinya yang terkait dengan problematika penelitian yang diangkat berdasarkan teori atau konsep para ahli yang kemudian dinyatakan dalam sebuah pemikiran oleh peneliti. Hipotesis yaitu uraian yang menjelaskan jawaban sementara terhadap masalah penelitian berdasarkan hasil kajian kerangka teori. Jawaban sementara ini akan diuji kebenarannya melalui hasil analisis data.

Bab III adalah metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, dan analisis data. Lokasi dan

waktu penelitian yaitu uraian yang menjelaskan tempat dilakukan penelitian dan rentang waktu pelaksanaan penelitian yang dimulai dari awal penulisan proposal hingga penulisan laporan penelitian terakhir. Jenis penelitian menjelaskan jenis penelitian yang akan dilaksanakan dan karakteristiknya dan menjelaskan pendekatan yang dilakukan, yakni kuantitatif.

Populasi dan sampel yaitu ada hubungannya dengan generalisasi. Namun bila jumlah populasi sedikit, maka tidak ada penetapan sampel. Bila jumlah populasinya besar, dapat ditetapkan sampel sesuai dengan aturan yang ada dalam metodologi penelitian. Teknik pengumpulan data disesuaikan dengan bentuk sumber data dan jenis pendekatan penelitian. Untuk penelitian pustaka, pengumpulan datanya dilakukan dengan menelaah buku-buku dan bahan lain yang menjadi sumber data. Analisis data adalah menggunakan bantuan komputer pada SPSS versi 22.

Bab IV adalah hasil penelitian yang terdiri dari temuan penelitian yaitu: menguraikan sejarah PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan, visi dan misi PT. Bank PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan, hasil analisis data, pembahasan hasil penelitian, dan keterbatasan penelitian.

Bab V adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat jawaban-jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan pada rumusan masalah dan merupakan penarikan generalisasi dari hasil temuan penelitian yang termuat pada bab IV, karena isinya padat, singkat dan harus tepat. Kemudian saran-saran adalah memuat pokok-pokok pikiran peneliti kepada pihak-pihak yang terkait dengan masalah atau objek penelitian untuk

menjadi bahan pertimbangan dan tindakan mereka. Isi saran-saran juga harus berkaitan dengan kesimpulan peneliti

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### a. Minat Nasabah Menabung

###### 1) Pengertian minat nasabah menabung

Menurut Leon G. & Lazar kanuk :

Minat nasabah yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.<sup>1</sup>

Secara sederhana minat diartikan kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak kepada orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan dari minat tersebut terkandung suatu pengertian bahwa didalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha untuk mendekati, mengetahui, memiliki, menguasai, berhubungan dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, dan ada daya penarik dari objek.<sup>2</sup>

Minat berkaitan erat dengan motivasi seseorang dan sesuatu yang dipelajari serta dapat berubah tergantung dengan kebutuhan. Minat calon nasabah adalah daya tarik yang ditimbulkan oleh obyek tertentu yang membuat seorang calon nasabah merasa senang dalam hal itu,

---

<sup>1</sup>Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*, (Jakarta: PT. Index Puri Media Kembangan, 2008), hlm. 25.

<sup>2</sup>Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, ( Jakarta: Kencana, 2004), hlm.262



yang mempunyai keinginan yang berkecimpung atau berhubungan dengan obyek tersebut sehingga timbul keinginan.

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab , berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- a) Dorongan dari dalam individu, dorongan ingin tahu rasa atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.
- b) Motif sosial. Misalnya minat untuk belajar dan menuntut ilmu pengetahuan karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki pengetahuan cukup luas (orang pandai) mendapat kedudukan yang tinggi dan terpandang dalam masyarakat.
- c) Faktor emosional, minat yang mempunyai hubungan erat dengan emosi. Bila seseorang mendapat kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang.<sup>3</sup>

## 2) Macam-macam Minat

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab minat digolongkan menjadi tiga macam yaitu:

- a) Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi *primitif* dan minat *kilturil*. Minat *primitif* adalah minat yang timbul karena keinginan biologis, misalnya kebutuhan makan dan kebutuhan beraktifitas. Sedangkan minat *kilturil* adalah minat sosial yang tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita.
- b) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat *intrinsik* dan *ekstrinsik*. Minat *intrinsik* adalah minat yang lebih asli, sedangkan minat *ekstrinsik* adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir kegiatan tersebut.
- c) Berdasarkan cara mengungkapkan.<sup>4</sup>

## 3) Ciri-ciri menunjukkan minat

Menurut Abu Ahmadi adapun ciri-ciri seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa antara lain:

- a) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain. Konsumen memiliki

---

<sup>3</sup>Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab,*Ibid.*, hlm. 22.

<sup>4</sup>*Ibid.*, hlm. 263-264.

minat besar terhadap suatu produk atau jasa akan menceritakan hal positif.

c) Minat prefensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensial utama pada produk tersebut.

d) Minat eksploratif yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.<sup>5</sup>

#### 4) Faktor –factor Timbulnya Minat

Ada banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dikelompokkan menjadi dua yaitu: yang bersumber dari dalam individu yang bersangkutan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Adapun yang mempengaruhi minat nasabah yang dari dalam individu tersebut pengetahuan atas suatu produk, kepercayaan atas suatu produk kemudian teknologi dari produk tersebut hal ini menyebabkan nasabah menginginkan suatu produk dan berminat atas suatu produk tersebut.

#### 5) Faktor- factor yang mengganggu minat

##### a. Sikap orang lain

Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternative yang disukai seseorang .

##### b. Factor situasi yang tidak terantisipasi

Factor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mnegubah niat pembelian. Preferensi dan bahkan niat pembelian

---

<sup>5</sup>Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Renaka Cipta, 1998), hlm. 155.

bukan merupakan peramal perilaku pembelian yang benar- benar andal.<sup>6</sup>

#### 6) Pengertian menabung

Tabungan (*saving deposit*) merupakan jenis simpanan yang sangat populer dilapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan.

Menurut ismail tabungan adalah:

Jenis simpanan yang dilakukan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu sesuai perjanjian pihak bank dan nasabah. Dalam perkembangannya penarikan tabungan dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan sarana penarikan berupa slip penarikan, ATM, surat kuasa, dan sarana lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>7</sup>

Dalam abad modren, bank melakukan inovasi produk tabungan dengan berbagai jenis. Berbagai jenis dan variasi tabungan yang ditawarkan oleh setiap bank dengan berbagai keunggulannya karena bank sedang menghadapi persaingan ketat dalam menghimpun dana masyarakat melalui produk tabungannya.

Tabungan adalah bentuk simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang disepakati, dan tidak dengan cek atau bilyet giro atau alat lain yang dapat dipersamakan dengan itu. Cara penarikan rekening tabungan yang paling banyak digunakan saat ini adalah dengan buku tabungan, *cash card* atau kartu ATM, dan *debit card*. Persaingan ketat dalam penghimpunan dana

---

<sup>6</sup>*Ibid.*,

<sup>7</sup>Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 66.

melalui tabungan antar bank telah memunculkan cara baru untuk menarik nasabah tabungan. Cara-cara lain hadiah atas tabungan, fasilitas asuransi atas tabungan, fasilitas kartu ATM, dan fasilitas *debet card*.<sup>8</sup>

#### 7) Tabungan syariah

Menurut Khaerul Umam “Tabungan syariah adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan hal itu.”<sup>9</sup>

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, dewan syariah nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah dan mudarabah.<sup>10</sup>

#### 8) Alat-alat penarikan tabungan

Ada beberapa alat penarikan tabungan, hal ini tergantung dari persyaratan bank masing-masing, mau menggunakan sarana yang mereka inginkan. Alat ini dapat digunakan sendiri-sendiri atau secara bersamaan. Alat-alat yang dimaksud adalah:

---

<sup>7</sup> Ismail, *Ibid.*, hlm. 66.

<sup>8</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 159.

<sup>9</sup> Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.

a) Buku tabungan

Yaitu kepada setiap penabung biasanya diberikan buku tabungan, didalam buku tabungan berisi catatan saldo tabungan, penarikan, penyetoran, dan beban-beban yang mungkin terjadi, buku ini digunakan saat penarikan sehingga langsung dapat mengurangi saldo yang ada dibuku tabungan tersebut.

b) Slip penarikan

Yaitu merupakan formulir penarikan dimana nasabah cukup menulis nama, nomor rekening, jumlah uang, serta tanda tangan nasabah untuk menarik sejumlah uang. Slip penarikan ini biasanya digunakan bersamaan dengan buku tabungan.

c) Kartu yang terbuat dari plastik (ATM)

Yaitu sejenis kartu yang terbuat dari plastik yang dapat digunakan untuk menarik sejumlah uang tabungan, baik uang yang ada dibank maupun yang ada pada *automated teller machine* (ATM)

d) Kombinasi yaitu penarikan tabungan dapat dilakukan kombinasi antara buku tabungan dengan slip penarikan.<sup>11</sup>

c. **Kualitas**

1) Pengertian kualitas

Menurut Nana Herdiana Kualitas adalah penciptaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>12</sup> Kualitas produk adalah produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya

---

<sup>10</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hlm.57-59.

<sup>12</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Op.cit.*, hlm. 356.

produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok oleh karena itu produk akan disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil

Pengertian kualitas atau mutu adalah baik buruknya atau taraf atau derajat sesuatu. Istilah ini banyak digunakan bisnis, rekayasa, dan manufaktur dalam kaitannya dengan teknik dan konsep untuk memperbaiki kualitas produk atau jasa yang dihasilkan, seperti *Six Sigma*, *TQM*, *Kaizen*, dll.

Kualitas adalah penciptaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Penilaian kualitas ditentukan oleh persepsi konsumen terhadap produk atau jasa mutu ditentukan oleh "customer". Kualitas ditentukan oleh keandalan kualitas (*reliability*), bisa juga *durability* dan lain-lain.

Kualitas produk (*product quality*) menunjukkan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Agar dapat bersaing dipasar secara berhasil produk harus memiliki mutu yang superior dibandingkan dengan produk-produk pesaing lainnya. Hanya perusahaan yang memiliki kualitas yang terbaik yang akan berhasil memenangkan persaingan.

## 2) Alat- alat mengelola kualitas

Perusahaan harus mengelola kualitas (mutu), yaitu dengan cara analisis produk *kompetitif*. Analisis produk *kompetitif* adalah proses analisis yang dilakukan perusahaan terhadap produk pesaing untuk menentukan perbaikan yang diinginkan produk sendiri.

ada enam alat yang sering dipergunakan untuk nilai manajemen kualitas (*TQM*), yaitu sebagai berikut:

- a) Analisis nilai tambah; yaitu proses evaluasi seluruh kegiatan kerja, alur bahan produksi dan administrasi untuk menetapkan nilai yang mereka tambah untuk konsumen.
- b) Kontrol proses statistik yaitu metode pengevaluasian yang memungkinkan para manajer menganalisis variasi dalam aktivitas produksi data suatu perusahaan.
- c) Studi kualitas atau biaya, yaitu metode perbaikan kualitas dengan cara mengidentifikasi biaya saat ini dari bidang-bidang yang memiliki potensi penghematan biaya terbesar.
- d) Tim perbaikan mutu, yaitu dalam nilai manajemen kualitas (*TQM*) dengan kelompok karyawan bekerja bersama-sama untuk memperbaiki kualitas.
- e) *Bench* marking (penetapan tolak ukur), yaitu proses perusahaan lain untuk memperbaiki produknya sendiri.
- f) Menjadi lebih dekat dengan pelanggan.

## 3) Strategi meningkatkan produktivitas dan kualitas

- a. Menanamkan modal dalam inovasi dan teknologi

Untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas, perusahaan harus berani menggunakan teknologi inovasi yang lebih baru.

b. Menggunakan prospektif jangka panjang

Perusahaan harus berorientasi pada kualitas memiliki komitmen dalam menerapkan prospektif jangka panjang untuk melakukan perbaikan kontinu, yaitu komitmen yang terus menerus dari perusahaan untuk memperbaiki produk dan prosesnya setahap demi setahap agar kepuasan konsumen terus meningkat.

c. Menekankan mutu kerja

Menurut Nana Herdiana Abdurrahman Perusahaan dapat memotivasi karyawan agar produktivitasnya dan kualitas kerjanya lebih meningkat, maka perlu:

- (a) Memberdayakan karyawan;
- (b) Pemberian kekuasaan kepada karyawan;
- (c) Pelatihan karyawan
- (d) Memperbaiki sektor jasa

Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kualitas jasa.<sup>13</sup>

d. **Product (Produk)**

1) Pengertian produk

Menurut Ridwan Nurdin “Produk adalah segala sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen”.<sup>14</sup> Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan sangat bergantung dari kemampuan bank dan jenis bank itu sendiri. Semakin lengkap produk yang ditawarkan akan

---

<sup>13</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Op. Cit.*, hlm. 356-357.

<sup>14</sup> Ridwan Nurdin, *Akad- akad Fiqih Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Sejarah Konsep Dan Perkembangannya*, (Banda Aceh: Yayasan PENA, 2010), hlm.12.



semakin baik, sehingga untuk memperoleh produk bank nasabah cukup mendatangi satu bank saja.<sup>15</sup>

Produk adalah barang atau jasa yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu, produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli, agar pemasaran suatu produk berhasil.<sup>16</sup>

Menurut Kasmir “Produk adalah barang dan jasa yang ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan”.<sup>17</sup> Produk juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang diinginkan oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi, baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup>Ridwan Nurdin, *Ibid.*, hlm. 12.

<sup>16</sup>M. Fuad Christine H. Nurlala Sugiarto Paulus, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 128.

<sup>17</sup>Kasmir, *Op, Cit.*, hlm. 120.

<sup>18</sup>Kasmir, *Op, Cit.*, hlm. 123.

Produk dalam perspektif islam terdapat dalam Al-qur'an surah Al-an'am ayat 143:

قُلْ أَتَيْنَ الْمَعْرُومِينَ أَتَيْنَ الضَّانِ مِنَ أَزْوَاجِ ثَمَنِيَّةٍ  
 يَبِينَ أَرْحَامُ عَلَيْهِ أَشْتَمَلَتْ أَمَا الْأُنثِيَّيْنَ أَمْ حَرَّمَ الذَّكَرَيْنِ  
 صَادِقِينَ كُنْتُمْ إِنْ بَعِلُمْ نَبِّعُونِي الْأُنْثَى

Artinya: (yaitu) delapan binatang yang berpasangan, sepasang domba, sepasang dari kambing. Katakanlah:”apakah dua yang jantan diharamkan allah ataukah dua yang betina ataukah yang ada dalam kandungan dua betinanya?”terangkanlah kepadaku dengan berdasar pengetahuan jika kamu memang orang-orang yang benar.<sup>19</sup>

Ayat ini mengajarkan kita bahwa untuk meyakinkan seseorang terhadap kebaikan haruslah berdasarkan ilmu pengetahuan, data, dan fakta. Jadi dalam menjelaskan manfaat produk harus memperlihatkan keadaan produk dengan baik sesuai dengan kondisi produk yang ditawarkan.

Dari sisi produk, yaitu menawarkan produk yang terjamin kualitasnya dan sesuai anjuran nabi Muhammad SAW selalu menjelaskan kualitas barang yang dijualnya, seandainya terjadi ketidakcocokan, beliau mengajarkan pada pelanggan ada hak *khiyar*, dengan cara membatalkan jual-beli, maupun dalam *muamalah* lainnya. Seorang muslim dituntut untuk berlaku jujur dalam semua

<sup>19</sup> Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*,(Bandung: Al-Jumanatul'Ali-ART, 2005), hlm. 147.

urusannya. Tetapi jika merasa berdusta dan menyembunyikan ciri dagangannya, maka berkah dagangannya itu akan dihapus.<sup>20</sup>

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebuah produk dapat dipandang mengandung pemuas kebutuhan dalam jumlah tertentu. Selain itu, produk juga dapat sekumpulan manfaat yang dicari konsumen, produk tidak hanya meliputi atribut fisik tetapi juga jasa yang mencakup sifat-sifat nonfisik, seperti harga, merek, warna dan pelayanan dan lain-lain.

Untuk mempertahankan kelangsungan hidup produk. Agar minat dan pembelian tetap bagus, salah satu upaya perusahaan adalah melakukan pengembangan produk. Pengembangan produk ini menurut Kotler, terdiri atas delapan tahapan, yaitu:

- 1) Menciptakan ide atau gagasan
- 2) Penyaringan gagasan
- 3) Analisis bisnis
- 4) Pengembangan dan pengujian konsep
- 5) Perumusan strategi
- 6) Pengembangan produk
- 7) Uji pemasaran
- 8) Komersialisasi

Berhasil atau tidaknya pengembangan produk sering dipengaruhi oleh timingnya yang tepat atau tidak. Kemudian, kemampuan penciptaan produk baru tersebut, apakah sesuai dengan perkembangan

---

<sup>20</sup> Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 152.

teknologi dan selera konsumennya? Oleh karena, manajer pemasaran dengan bekerja sama dengan manajer produksi harus mampu mengantisipasi pemanfaatan teknologi baru yang sesuai dengan selera konsumen.<sup>21</sup>

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai factor atau dimensi. Berikut ini delapan dimensi kualitas produk yang diungkapkan antara lain:

- 1) *Performance* (Kinerja) produk kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita membeli produk.
- 2) *Durability* (DayaTahan) merupakan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet produk, yang awet akan dipersepsi lebih berkualitas dibanding produk yang cepat habis atau cepat diganti.
- 3) *Conformance to specifications* (Kesesuaian Dengan Spesifikasi) merupakan kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk ini semacam janji yang harus dipenuhi oleh produk yang memiliki kualitas dari dimensi ini berarti sesuai dengan standarnya.

---

<sup>21</sup>*Op. Cit*, hlm. 344-346

- 4) *Features* (Fitur) merupakan fitur produk karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk atau fitur bersipat pilihan atau option bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur seringkali ditambah idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memilikinya.
- 5) *Reliabilty* (Keandalan) kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Karyawan harus dapat diandalkan oleh nasabah dalam mengatasi segala masalah yang timbul kepada diri nasabah.<sup>22</sup>
- 6) *Aesthetics* (Estetika) merupakan keindahan tampilan produk yang membuat konsumen suka. Ini seringkali dilakukan dalam bentuk desain produk atau kemasannya. Beberapa memperbaharui wajahnya supaya lebih cantik dipandang mata konsumen.
- 7) *Serviceability* (Kemampuan) merupakan kemampuan diperbaiki sesuai dengan maknanya, disini kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan diperbaiki mudah, cepat, dan kompoten produk yang mampu diperbaiki tentu kualitasnya lebih tinggi dibanding produk yang tidak diperbaiki atau sulit diperbaiki.
- 8) *Perceived Quality*(Kesan Kualitas) merupakan kualitas yang dirasakan menyangkut penilaian konsumen terhadap citra, merek atau iklan produk-produk bermerek terkenal biasanya dipersepsi lebih berkualitas dibanding merek yang tidak terdengar itulah sebabnya produk selalu berupaya membangun mereknya sehingga

---

<sup>22</sup>M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*,( Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 221.

memiliki *brand equity* yang tinggi. Tentu saja ini tidak dapat dibangun semalam karena menyangkut aspek termasuk dimensi kualitas dari kinerja, fitur, daya tahan, dan sebagainya.

## 2) Produk- Produk Bank Syariah

Produk-produk bank syariah dapat dibagi menjadi:

### a) Produk Pendanaan

#### 1. Tabungan *Wadiah*

Menurut Muhammad Syafi'i Antonio:

Tabungan wadiah dalam tradisi fiqh islam, prinsip titipan atau simpanan dikena dengan prinsip *al-wadiah*. *Al-wadiah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.<sup>23</sup>

#### 2. Tabungan *Mudarabah*

### b) Penyaluran Dana

#### 1. Pembiayaan *Murabahah*

#### 2. Pembiayaan *Salam*

#### 3. Pembiayaan *Istishna*

#### 4. Pembiayaan *Ijarah* (sewa)

#### 5. Pembiayaan *Syirkah* (kerja sama)

### c) Jasa Perbankan

Selain menjalankan fungsinya sebagai *intermediaries* (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*) dengan pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*), bank

---

<sup>23</sup>Muhamad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta:Gema Insani Press, 2001), hlm. 85.

syariah dapat melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan dapat imbalan berupa sewa berupa keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain:

1. *Sharf* ( jual beli valuta asing )
2. *Ijarah* (sewa)

e. **Fasilitas**

1) Pengertian fasilitas

Fasilitas merupakan salah satu kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh pihak bank agar nasabah dapat mempermudah dalam bertransaksi, misalnya pembelian disetiap swalayan, fasilitas tarik tunai, fasilitas internet banking, dll. Dalam pemilihan tabungan fasilitas merupakan suatu hal yang dianggap sangat penting, karena fasilitas adalah gengsi dan harga diri yang harus diprioritaskan dalam sikap mental dan tingkah laku atau sebagai sistem budaya yang sangat akrab dengan sifatnya.<sup>24</sup>

Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. Demikian halnya dengan fasilitas yang diberikan dalam suatu produk perbankan, fasilitas yang diberikan pihak bank semakin beragam, semuanya memberikan kemudahan kepada nasabah agar dapat bertransaksi dengan mudah. Fasilitas yang

---

<sup>24</sup>Arya Maman Putra & Budi Santoso, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada PT. BCA Cabang Semarang" (Jurnal Universitas Negeri Semarang, 2013), hlm. 4.

diberikan oleh pihak bank misalnya fasilitas ATM, pembayaran telepon, listrik, serta fasilitas lainnya.<sup>25</sup>

## 2) Tugas pokok fasilitas

Tugas pokok fasilitas-fasilitas tersebut adalah untuk melindungi operasi-operasi manufacturing dan pelayanan operasi. Tetapi disamping itu, penting dilindungi dan dipertimbangkan beraneka ragam fasilitas-fasilitas pendukung operasi lainnya, yang mungkin mengambil separo luas ruang, seperti misalnya gang-gang, tangga, kantor, cafetaria, ruang peralatan, gudang persediaan, ruang istirahat, kamar mandi, stasiun pemberian perintah, dan rak-rak kartu kerja. Fasilitas-fasilitas produktif hendaknya fleksibel dan dapat menyesuaikan secara mudah dengan perubahan-perubahan operasi.<sup>26</sup>

## 3) Sarana fasilitas tabungan

Menurut Ismail sarana atau fasilitas penarikan yang ada pada tabungan perbankan yaitu:<sup>27</sup>

- 1) Buku tabungan adalah salah satu bukti bahwa nasabah tersebut adalah nasabah penabung di bank tertentu. Setiap nasabah akan diberikan buku tabungan yaitu merupakan buku yang menggambarkan mutasi setoran, penarikan, saldo atas setiap transaksi terjadi.
- 2) ATM (*Automated teller machine*) ATM ini dalam perkembangan yang moderen ini merupakan sarana yang perlu diberikan oleh setiap bank untuk dapat bersaing dalam menawarkan setiap produk tabungan. Hampir semua bank memberikan fasilitas ATM dalam menawarkan produk tabungan kepada masyarakat. Keuntungan lainnya dengan ada ATM ini adalah bank memperoleh *fee* bulanan atas ATM yang dinikmati oleh nasabah tersebut.

---

<sup>25</sup>Arya Maman & Budi Santoso, *ibid.*, hlm. 12.

<sup>26</sup>T. Hani Handoko, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi* (Yogyakarta: BPFE, 2010), hlm. 101.

<sup>27</sup>Ismail, *Op.cit.*, hlm 67- 69.



- 3) Slip penarikan adalah formulir yang disediakan oleh bank untuk kepentingan nasabah yang ingin melakukan penarikan tabungan melalui kantor bank yang menerbitkannya tersebut. Didalam slip penarikan tersebut perlu mengisi nama pemilik rekening, nomor rekening, serta jumlah penarikan baik angka maupun huruf, kemudian menandatangani slip penarikan tersebut.
- 4) Sarana lainnya merupakan sarana lain yang diberikan oleh bank ialah adanya formulir transfer. Formulir transfer merupakan sarana pemindah bukuan yang disediakan untuk nasabah dalam melakukan transfer baik kebank sendiri, maupun bank lain.

Beberapa bank dapat melayani nasabah yang ingin menarik dan memindahkan dananya dari rekening tabungan tanpa harus membawa buku tabungan. Fasilitas ini diberikan oleh bank kepada nasabah yang sudah dikenal memiliki loyalitas nasabah yang tinggi kepada bank.

#### f. Hubungan kualitas produk dengan minat nasabah menabung

##### 1) Kualitas produk dengan minat nasabah

Produk merupakan unsur yang paling penting dalam memuaskan konsumen, dimana produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi. Tujuan utama produk adalah untuk mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan untuk memuaskan konsumen.<sup>28</sup> Agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka penciptaan produk harus memperhatikan kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus. Sehingga ada minat seseorang untuk memiliki suatu produk tersebut.

---

<sup>28</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 269.

Dedy Trisnadi menemukan bahwa:

Hubungan Kualitas produk dengan minat nasabah menabung kembali tersebut dilihat melalui dimensi kualitas produk, serta penyediaan produk yang berkualitas terbaik merupakan keharusan bagi sebuah bank. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah, sehingga semakin tinggi pula minat menabung kembali.<sup>29</sup>

Vivieta Ary Yatie menemukan bahwa:

kualitas produk memiliki hubungan yang banyak terhadap minat nasabah menabung. Hal ini disebabkan karena adanya keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan pelanggan sehingga ada keputusan nasabah untuk menabung.<sup>30</sup>

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat nasabah menabung kembali, karena kualitas produk yang utama dijaga oleh perusahaan sehingga timbul kepuasan konsumen dan ingin memakai tabungan tersebut.

#### g. **Fasilitas dengan minat nasabah menabung**

Fasilitas adalah segala sesuatu yang bisa mempermudah upaya serta memperlancar kerja dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Manajer penting untuk memberikan fasilitas kepada organisasi dan individu karyawan yang mendukung kelancaran pelaksanaan pekerjaan, seperti memberikan kendaraan kepada *salesmen*.<sup>31</sup> Fasilitas merupakan bahan yang sangat dipertimbangkan oleh nasabah, karena

---

<sup>29</sup>Dedy Trisnadi, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB Niaga, Jurnal MIX, Volume. 6 .No. 3. Oktober (2013).

<sup>30</sup>Vivieta Ary Yatie, "Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung: Studi Kasus Bank Syariah Di Surabaya.(Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta,2013), hlm. 3.

<sup>31</sup>Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), hlm. 151.

fasilitas yang memberikan unsur kemudahan bertransaksi dan kenyamanan. Pentingnya fasilitas ini perusahaan rela mengeluarkan modal yang besar untuk membeli peralatan yang canggih. Semakin lengkap suatu fasilitas pada perusahaan semakin banyak yang meminati produk tersebut.

Arya Maman dan Suryono Budi Santoso menemukan bahwa “ Fasilitas menunjukkan hubungan positif dengan minat nasabah menabung, dimana hasilnya menunjukkan bahwa semakin baik tanggapan responden atas fasilitas yang disediakan akan disukai nasabah maka semakin tinggi keinginan mereka untuk transaksi menabung pada bank tersebut.<sup>32</sup>

#### **h. Kualitas produk dan fasilitas terhadap minat nasabah menabung**

Penelitian Arya Maman dan Suryono Budi Santoso menemukan bahwa:

Secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap minat nasabah menabung, dan fasilitas berpengaruh terhadap minat nasabah menabung, dan secara simultan kualitas produk dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung.<sup>33</sup>

### **B. Penelitian Terdahulu**

Sebelumnya penelitian yang berkaitan dengan minat nasabah menabung sudah dilakukan peneliti lain. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut:

---

<sup>32</sup>Arya Maman Putra, *Op.Cit.*, hlm. 3.

<sup>33</sup>Arya Maman Putra, *Op.Cit.*, hlm. 23.

**Tabel 2.1**  
**Peneitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dedy Trisnadi (Tahun 2013)	Pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas layanan terhadap minat menabung kembali di CIMB NIAGA Tbk. Bintaro (Jurnal MIX, Universitas Mercubuana).	Dari analisis data terdapat hasil bahwa korelasi antara variabel kualitas produk tabungan dan kualitas layanan terhadap minat menabung kembali adalah sangat kuat (96,8%)
2	Harry Soesanto (Tahun 2016)	Analisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan <i>perceived value</i> terhadap kepuasan religius untuk meningkatkan minat menabung ulang pada BNI Syariah Semarang, (Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi 13).	Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa tingkat persepsi kualitas pelayanan terhadap <i>religious satisfaction</i> berpengaruh positif, Kedua menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan dari variabel <i>perceived value</i> terhadap <i>religious satisfaction</i> . Ketiga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap minat menabung ulang nasabah, kedua variabel ini menunjukkan bahwa koefisien regresi dari pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen sehingga persepsi kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat menabung ulang nasabah.
3	Deni Wahyu Hermawan	Pengaruh <i>brand awarness, perceived</i>	Hasil menunjukkan bahwa <i>brand awernes</i>

	( Tahun 2010)	<i>of service, terhadap brand preference</i> dalam meningkatkan minat menabung kembali pada Bank pembangunan jawa tengah cabang magelang.	berpengaruh terhadap minat menabung kembali, <i>perceived of service</i> berpengaruh terhadap minat menabung kembali
4	Zainab (Tahun 2011)	Pengaruh Citra Merek, Periklanan dan Persepsi terhadap Minat Menabung Nasabah (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).	Secara simultan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, hal ini berarti bahwa variabel independen terhadap variabel dependen yaitu minat menabung nasabah sebesar 10,6% dan selebihnya ditentukan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
5	Shanti Hermina Rangkuti (Tahun 2009)	Pengaruh sikap konsumen terhadap minat untuk menabung kembali pada PT. BANK CIMB NIAGA, TBK Cabang Bukit Barisan Medan,(Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan).	Berdasarkan hasil uji T hitung yang dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel yang mempunyai pengaruh terhadap pembentukan minat konsumen untuk menabung kembali adalah variabel $X_1$ (pengaruh keluarga) dan variabel $X_5$ (kepribadian) karena kedua variabel tersebut memiliki nilai dari T hitung $>$ T tabel. Berdasarkan hasil uji F hitung yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa $H_1$ diterima dan $H_0$ ditolak artinya variabel $X_1$ (pengaruh keluarga), $X_2$ (pengaruh kawan sebaya), $X_3$ (Informasi), $X_4$ (pengalaman) dan variabel $X_5$ (kepribadian), secara bersama-sama memiliki

			pengaruh yang positif terhadap minat nasabah menabung kembali pada PT. Bank CIMB Niaga Tbk (Y).
--	--	--	---

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan beberapa peneliti terdahulu diatas, antara lain:

Dedy Trisnadi (2013), perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan variabel penelitian, dimana penelitian dedy trisnadi berlokasi di CIMB NIAGA Bintaro, sementara pada variabel  $X_2$  yaitu kualitas layanan, persamaan penelitian ini adalah menggunakan kualitas produk pada variabel  $X_1$  dan sama-sama minat nasabah menabung kembali pada variabel Y.

Harry soesanto (2016), perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian dan variabel penelitian, lokasi herry soesanto pada bank BNI Syariah, dan variabel X kualitas pelayanan, *perceived value* terhadap kepuasan *religius*. Persamaan pada penelitian ini dan penelitian terdahulu sama-sama minat nasabah menabung ulang (kembali).

Deni wahyu hermawan (2010), perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan variabel penelitiannya, dimana lokasi penelitian deni wahyu hermawan pada Bank pembangunan daerah jawa tengah cabang magelang, dan variabel X yang diteliti *brand awerness*, *perceived of service* terhadap *brand preference*. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama meneliti minat nasabah menabung kembali.

Zainab (2011), perbedaannya terletak lokasi dan variabel penelitian ini, dimana lokasi penelitian zainab pada PT. Bank sakti, dan variabel X yang

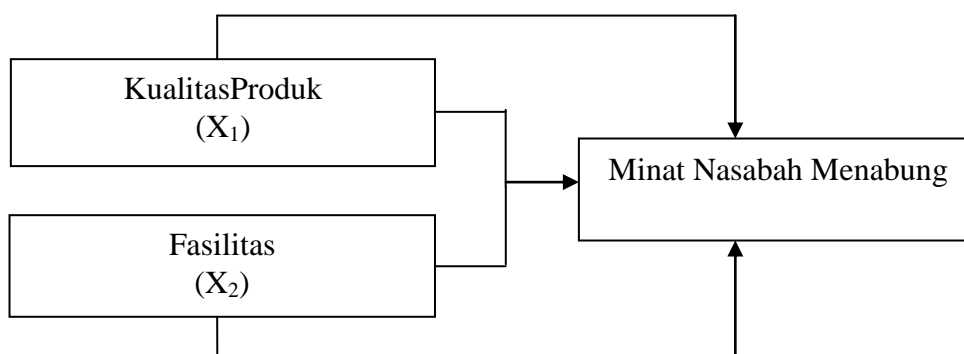
diteliti pengaruh citra merek, periklanan, persepsi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama-sama meneliti minat nasabah menabung.

Shanti Hermina Rangkuti (2009), perbedaannya terletak pada lokasi dan variabel penelitian, dimana lokasi penelitian shanti hermina rangkuti PT. Bank CIMB Niaga bukit barisan medan, dan variabel X yang diteliti pengaruh sikap konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama-sama meneliti minat nasabah menabung kembali.

### C. KerangkaPikir

Kerangka berpikir atau *construct* adalah abstrakasi dari fenomena-fenomena kehidupan nyata yang diamati. Dengan demikia kerangka berpikir akan memberikan penjelasan kepada para pembaca tentang tujuan yang direncanakan oleh peneliti. Berikut adalah kerangka berpikir dalam penelitian ini.

**Gambar 2.1**  
**KerangkaPikir**



### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara (belum tentu teruji) yang rumusannya dapat didasarkan pada observasi pendahuluan, teori, atau penelitian terdahulu, yang harus diuji dengan alat analisa yang akan

digunakan.<sup>34</sup>Berdasarkan landasan teoritis, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>:Terdapat pengaruh signifikan dari kualitas Produk terhadap minat nasabah menabung pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan.

H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh fasilitas terhadap minat nasabah menabung pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan.

H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh kualitas produk dan fasilitas bersama-sama terhadap minat nasabah menabung pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan.

---

<sup>34</sup> M. Hariwijaya dan Bisri M. Djaelani, *Teknik Menulis Skiripsi dan Thesis*,(Yogyakarta: Hanggar Kreator, 2004), hlm.7 .



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka yang menjadi tempat penelitian adalah PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan yaitu kepada nasabah di Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan. Adapun waktu yang diperlukan untuk melakukan penelitian ini mulai dari bulan Juni sampai Agustus 2017.

#### **B. Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lain.<sup>1</sup> Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif analisis deskriptif. Deskriptif yaitu menggambarkan dan menginterpretasikan obyek penelitian secara apa adanya sesuai dengan hasil penelitian.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka

---

<sup>1</sup>Asmdai Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm.13

penelitiannya merupakan penelitian populasi. Dalam penelitian ini populasi adalah semua nasabah aktif yang menggunakan Tabungan Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan yang berjumlah 10,629 nasabah.

## 2. Sampel

Sedangkan Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian. Agar Informasi yang diperoleh dari sampel benar-benar mewakili populasi, sampel tersebut harus mewakili karakteristik populasi yang diwakilinya.<sup>2</sup>

Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin:<sup>3</sup>

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

n : Jumlah elemen atau anggota sampel

N : Jumlah elemen atau anggota populasi

e : *error level* (tingkat kesalahan 10% )

Diketahui jumlah populasi nasabah tabungan Muamalat

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

$$n = \frac{10629}{1 + 10629 (0,1)^2} = 99,99$$

Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99.99 dan dibulatkan menjadi 100 nasabah Tabungan Muamalat. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dengan menggunakan *random sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan melalui sistem acak. Maka peneliti

---

<sup>2</sup> Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm. 118

<sup>3</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 158.

memberikan hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel.<sup>4</sup>

#### **D. Sumber Data**

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Untuk penelitian ini data primer bersumber dari nasabah Tabungan Muamalat PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Untuk penelitian ini data sekunder diperoleh dari PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan.

#### **E. Instrumendan Teknik Pengumpulan data**

Penelitian ini merupakan penelitian regresi berganda yang terdiri dari tiga variabel, variabel independen (X) yaitu kualitas produk, dan fasilitas dan satu variabel dependen (Y) yaitu minat nasabah menabung.

Adapun instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Kuesioner (angket)**

Kuesioner (angket) merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>5</sup> Angket ini diberikan kepada

---

<sup>4</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2009), hlm.82.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: IKAPI, 2005). hlm.135.

responden yaitu nasabah tabungan PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan.

Untuk skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi sangat positif sampai dengan negatif yang berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif. Pertanyaan atau pernyataan ini akan menghasilkan skor bagi tiap-tiap sampel yang mewakili setiap nilai skor.

**Tabel 3.1**  
**Skala likert**

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu-ragu (Rr)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

**Tabel 3.2**  
**Kisi-kisi Angket**

No	Variabel	Indikator	Nomor soal
1	Kualitas produk	1. <i>Performance</i> (Kinerja)	1
		2. <i>Durability</i> (Daya tahan)	2
		3. <i>Conformance to specification</i> (Kesesuaian dengan spesifikasi)	3
		4. <i>Features</i> (Fitur)	4
		5. <i>Realibility</i> (Keandalan)	5
		6. <i>Aesthetics</i> (Estetika)	6
		7. <i>Serviceability</i> (Kemampuan)	7
2	Fasilitas	1. Kemudahan & Kenyamanan	8,9,10
		2. Kesingkatan Waktu Dibutuhkan	11,12
		3. Gengsi & harga diri	13,14
3	Minat nasabah menabung	1. Keinginan Diri Sendiri	15
		2. Kepercayaan terhadap produk	16, 17
		3. Mengetahui produk dari orang lain	18
		4. Persepsi positif menimbulkan minat menabung.	19, 20, 21
<b>Jumlah</b>			21

## **F. Teknik Analisi Data**

### **a. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

#### **1. Uji validitas**

Uji validitas adalah suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Untuk menilai apakah instrumen mempunyai validitas yang tinggi atau tidak, maka perlu dilakukan uji validitas.<sup>6</sup> Validitas mengacu pada seberapa jauh suatu ukuran empiris cukup menggambarkan arti sebenarnya dari konsep yang tengah diteliti. Dengan kata lain, suatu instrumen pengukuran yang valid mengukur apa yang seharusnya diukur, atau mengukur apa yang hendak diukur.<sup>7</sup>

#### **2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Pengujiannya dapat dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada.<sup>8</sup>

#### **3. Uji Statistik Deskriptif**

Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.<sup>9</sup> Termasuk

---

<sup>6</sup> Getut Pramesti, *Kupas Tuntas Data Penelitian SPSS 22*, ( Jakarta: PT. Elev Media Komputido, 2014), hlm. 41.

<sup>7</sup> Morrisani, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm.103.

<sup>8</sup> Husein Umar, *Op, Cit.*, hlm.58.

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm.142.

dalam statistik deskriptif antara lain penyajian data berupa *mean*, *standard deviation*, *minimum*, *maksimum*, dan lain-lain.

#### 4. Pengujian Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam *statistik parametrik (Statistik Inferensial)*. Dengan kata lain, uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah data empirik yang didapatkan dari lapangan itu sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal, perhitungannya menggunakan SPSS versi 22.

##### b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variable mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variable yang independen dengan variable dependen.<sup>10</sup> Jika nilai sig. > 0,1 maka dinyatakan linier sedangkan jika nilai sig. < 0,1 maka dinyatakan tidak linier.

##### c. Uji multikolinearitas

Salah satu asumsi model regresi linear adalah tidak adanya korelasi yang sempurna atau korelasi tidak sempurna relatif sangat

---

<sup>10</sup> Sugiyono Dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS 20 Dan Lisrel*, (Bandung Alfabeta, 2015), hlm. 234.

tinggi pada variabel-variabel bebasnya (*independen*) yang biasa disimbolkan dengan  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ .<sup>11</sup>

Jika terdapat multikolinearitas sempurna akan berakibat koefisien regresi tidak dapat ditentukan serta standar deviasi akan menjadi tak hingga. Jika multikolinearitas kurang sempurna maka koefisien regresi meskipun berhingga akan mempunyai standar deviasi yang besar berarti pula koefisien-koefisiennya tidak dapat ditaksir dengan mudah.

#### **d. Uji heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurat hasil prediksi menjadi meragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variable pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variable bebas sehingga kesalahan tersebut tidak *random* (acak). Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitasnya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu

### **5. Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependent. Analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independent dua atau lebih.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup>Sugiyono, *Ibid.*, hlm.140.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op.Cit.*, hlm.277.

Adapun bentuk persamaan linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$M_{nmk} = a + b_1 Kp + b_2 Fl + e$$

Keterangan :

Y = Minat menabung nasabah Kembali

a = Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi

Kp = Kualitas produk

Fl = Fasilitas

e = eror

## 6. Uji Koefisien Determinisasi ( $R^2$ )

Analisis determinisasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Ketentuannya adalah jika  $R^2$  sama dengan nol, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel dependen. Sebaliknya jika  $R^2$  sama dengan satu, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.<sup>13</sup>

## 7. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen juga digunakan uji anova atau *F-test*. Sedangkan pengaruh masing-masing variabel

---

<sup>13</sup>Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Jakarta: Mediakom, 2008), hlm. 79.



independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

#### 1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variable terikat. Kriteria pengujian dalam uji t adalah: jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_1$  ditolak sedangkan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_1$  diterima dan jika nilai Sig  $< 0,1$  maka  $H_1$  diterima.

#### 2). Uji koefisien regresi secara simultan (uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independen. Ketentuan dalam uji F adalah: jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sedangkan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika nilai sig.  $< 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan sebaliknya.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang**

##### **Padangsidempuan CAPEM Panyabungan**

##### **1. Sejarah Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM**

###### **Panyabungan**

Gagasan pendirian Bank Muamalat berawal dari loka karya bunga bank dan perbankan yang diselenggarakan Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18 sampai dengan 20 Agustus 1990 di Cisarua Bogor. Ide ini berlanjut dalam Musyawarah Nasional IV MUI di Hotel Sahid Jaya, Jakarta pada tanggal 22 sampai dengan 25 Agustus 1990. Kemudian diteruskan dengan pembentukan kelompok kerja untuk mendirikan Bank Murni Syariah pertama di Indonesia. Realisasinya dilakukan pada tanggal 1 November 1991 yang ditandai dengan penandatanganan akta pendirian PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. di Hotel Sahid Jaya berdasarkan Akta Notaris Nomor 1 Tanggal 1 November yang dibuat oleh Notaris Yudo Paripurno, SH dengan izin Menteri Kehakiman Nomor C2.2413.T.01.01 tanggal 21 Maret 1992.

Berdirinya Bank Muamalat Indonesia memiliki dasar yang sangat kuat. ketentuan dalam pasal 29 ayat (1) UUD 1945 yang dengan tegas menyatakan bahwa negara berdasarkan atas ketuhanan Yang Maha Esa. Pada pasal 29 ayat (2) UUD 1945 disebutkan bahwa negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadah menurut agama dan kepercayaannya

itu. Sebenarnya melalui ketentuan pasal 29 ayat (2) UUD 1945, seluruh syariat Islam khususnya yang menyangkut bidang-bidang hukum muamalah, dapat dijalankan secara sah dan formal oleh kaum muslimin, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan jalan diadopsi dalam hukum positif nasional. Keharusan tiadanya materi konstitusi dan peraturan perundang-undangan yang bertentangan dengan nilai-nilai Ketuhanan Yang Maha Esa tersebut adalah konsekuensi diterapkannya prinsip ketuhanan sebagai salah satu prinsip dasar penyelenggaraan negara.<sup>1</sup>

Bank Muamalat Indonesia Tbk. didirikan pada 24 *Rabius Tsani* 1412 H/1 November 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawal 1412 H/1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim (ICMI) se Indonesia dan beberapa pengusaha muslim, pendirian Bank Muamalat juga mendapat dukungan nyata dari masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham perseroan senilai Rp. 84 Milyar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan.

Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp. 106 Milyar. Sedangkan pendirian PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Pembantu Panyabungan berawal pada saat penduduk atau masyarakat di Panyabungan mengusulkan pembangunan bank yang berbasis Islami. Hal ini dikarenakan rata-rata penduduk Panyabungan adalah beragama Islam.

---

<sup>1</sup>Dadan Muttaqien, *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syari'ah*, (Yogyakarta: safiria Insania Press, 2008), hlm. 6.

Dengan kepercayaannya para penduduk mengusulkan agar bank berbasis Islam didirikan di daerah mereka.

Berselang beberapa tahun, tepat pada tanggal 22 Desember 2004 Bank Muamalat resmi dibuka di Kabupaten Mandailing Natal Panyabungan. Pendirian bank ini diresmikan oleh bapak Ir. Fauzi selaku *Branch Manager* Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan. Pada awal pendiriannya Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Panyabungan ini merupakan Kantor Kas Muamalat yang di ketuai oleh bapak Ir. Fauzi selaku *Branch Manager* Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan, yang setiap minggunya kantor kas ini didatangi oleh pengawas dari kantor Cabang Padangsidempuan.

Kantor kas Panyabungan ini hanya berfungsi sebagai pengumpul dana dari masyarakat. Pada saat itu kantor kas hanya menerima tabungan dari masyarakat tanpa adanya pembiayaan yang disalurkan. Kantor kas Panyabungan berubah menjadi Kantor Cabang Pembantu Panyabungan pada tahun itu juga tepatnya pada tahun 2004 yang pada saat itu dipimpin oleh Ibu Retha Anhar dan kemudian digantikan oleh Bapak M. Amin Lubis yang menyandang jabatan sebagai *Sub Branch Manager* (SBM) di Panyabungan.<sup>2</sup> pada saat ini kepala pimpinan cabang pembantu penyabungan adalah Bpk. Amir Hamzah Siregar.

---

<sup>2</sup>Bank Muamalat Indonesia, "Laporan Tahunan (*annual report* ) 2013" (<http://docplayer.html>, diakses 6 April 2017 pukul 20.00 WIB)

## **2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang**

### **Padangsidimpuan CAPEM Panyabungan**

Setiap lembaga keuangan baik yang berbasis konvensional maupun syariah memiliki visi dan misi. Dengan visi dan misi yang diusung maka dapat menjadikan ciri khas dan juga tujuan yang hendak dicapai oleh lembaga tersebut. Seperti halnya Bank Muamalat yang mengusung visi “Menjadi bank syariah utama di Indonesia dan dominan di pasar spiritual dan dikagumi di pasar nasional”

Selain visi yang diusung sebagaimana yang dicantumkan diatas bank muamalat sebagai lembaga keuangan bank yang berbasis syariah juga memiliki misi yakni “Menjadi *rolemodel* lembaga keuangan syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen, dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan”

## **3. Strategi Mencapai Visi Dan Misi Bank Muamalat Cabang**

### **Padangsidimpuan CAPEM Panyabungan**

Visi misi yang telah ditetapkan oleh Bank Muamalat, adalah gambaran atau tujuan yang hendak dicapai oleh instansi tersebut. Maka dalam pencapaiannya diperlukan strategi yang baik, maka strategi untuk mencapai visi dan misi tersebut adalah:

- a. Meningkatkan kualitas profesionalisme sumber daya insani.
- b. Meningkatkan mutu pelayanan dan pengembangan produk-produk andalan.

- c. Meningkatkan intensitas pengawasan dan meningkatkan budaya patuh pada peraturan.
- d. Mengembangkan teknologi pelayanan dan teknologi informasi.

#### **4. Ruang Lingkup Bidang Usaha**

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk adalah perusahaan yang bergerak dibidang perbankan. Sama halnya dengan bank lainnya, namun pada Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan sejak bulan Juni tahun 2016 lalu hanya berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dan layanan jasa sebagaimana ketetapan dari pusat yang diberikan kepada Bank tersebut. Beberapa fungsi ini terimplementasi dalam bentuk produk Bank Muamalat Indonesia, adapun produk layanan muamalat terdiri atas :

##### **1. Produk penghimpunan Dana (*Funding*)**

###### **a. Tabungan Muamalat IB**

Tabungan Muamalat IB merupakan bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah* yang dilengkapi dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dalam mata uang rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif. Ada 2 jenis tabungan Muamalat IB yaitu : pertama kartu reguler yakni untuk keluasaan transaksi *Automated Teller Machine*(ATM) dalam negeri dan di Malaysia melalui jaringan ATM Bank Muamalat, ATM bersama, ATM Prima, MEPS, serta pembayaran belanja di jaringan *merchant* prima debit, kedua kartu *gold* yakni untuk keluasaan transaksi ATM diseluruh dunia melalui jaringan ATM bank

muamalat, ATM bersama, ATM prima, MEPS, ATM plus/visa serta pembayaran belanja di jaringan *merchant* visa. ketetapan bagi hasil nisbah 7,5% (nasabah) : 92,5% (bank), sedangkan tabungan muamalat gold bagi hasil dengan nisbah 15% (nasabah) : 85% (bank). Selain itu fasilitas yang didapatkan nasabah ada banyak diantaranya: buku tabungan, ATM reguler / ATM *gold*, dan *e-banking* (*internet banking dan phone banking*).

#### **b. Tabungan Muamalat Sahabat**

Kelebihan produk ini yaitu bebas biaya administrasi karena diperuntukkan khusus mitra aliansi bank Muamalat. akses yang luas karena terdapat fasilitas tarik tunai di ATM Non Muamalat. Produk ini menawarkan banyak keuntungan bagi nasabahnya diantaranya: bisa menggunakan kartu dengan *design* sesuai yang diinginkan. bebas biaya administrasi, bebas biaya pemeliharaan kartu ATM, dan biaya pembukaan buku rekening yang hanya Rp25.000.

Produk tabungan ini menggunakan akad *Mudharabah Mutlaqah*. Dengan ketentuan nisbah bagi hasilnya 2% untuk nasabah dan 98% bagi pihak bank. Ketentuan lainnya adalah setoran awal Rp25.000 sebagaimana yang disetorkan pada awal pembukaan rekening. selanjutnya ketika hendak menabung setoran tabungannya minimal Rp10.000, ketika hendak menarik saldo tabungan maka hendaknya harus disisakan saldo minimalnya yakni Rp25.000. Biaya – biaya yang dikenakan bagi nasabah dalam hal

Penggantin buku tabungan yang hilang/rusak Rp10.000, Penutupan rekening Rp25.000, dan biaya rekening tidak aktif Rp2.000.

#### **c. Tabungan Ku**

Keuntungan yang diperoleh nasabah tabunganku yaitu bebas biaya administrasi, mendapatkan bonus atas dana yang disimpan. sedangkan akad pada produk ini yaitu akad *wadi'ah*. Dengan ketentuan setoran awal Rp20.000, setoran minimal Rp10.000, saldo minimum yang harus tersimpan dibuku tabungan Rp20.000. selanjutnya biaya – biaya yang dibebankan meliputi penggantian buku tabungan hilang atau rusak Rp10.000,-, penutupan rekening Rp20.000, serta biaya rekening tidak aktif Rp2.000,-

#### **d. Tabungan Muamalat Umroh**

Tabungan Muamalat umroh dirancang sesuai dengan keinginan nasabah yang terkait dana maupun target waktu untuk melaksanakan umroh. Dengan ketetapan nisbah bagi hasilnya adalah 30% untuk nasabah dan 70% untuk bank selaku *mudharib*.

#### **e. Tabungan Haji Arafah**

kelebihan produknya adalah fleksibel dan terencana. Nasabah bebas menentukan setoran bulanan tabungan sesuai dengan kemampuan dan diberikan *standing instruction* untuk membantu perencanaan keuangan dalam mempersiapkan keberangkatan haji. Produk tabungan ini menggunakan akad *wadi'ah*, dapat dibuka dengan Setoran awal sebesar Rp250.000, dan selanjutnya ketika hendak menyetor Setoran minimalnya adalah Rp50.000, selain itu



Saldo minimum yang harus tersimpan yakni Rp250.000, dengan ketentuan biaya yang dibebankan adalah biaya Penggantian buku tabungan hilang/rusak Rp10.000, dan penutupan rekening Rp50.000.

#### **f. Tabungan Haji Arafah Plus**

Benefit produknya adalah fleksibel dan terencana. Nasabah bebas menentukan setoran bulanan tabungan sesuai dengan kemampuan dan diberikan standing instruction untuk membantu perencanaan keuangan dalam mempersiapkan keberangkatan haji. Akad yang digunakan adalah *mudharah mutlaqah*, dengan ketentuan setoran awal Rp1.500.000, sedangkan Setoran minimal Rp100.00, dengan Saldo minimum Rp1.500.000 selain itu ketentuan nisbah bagi hasilnya 10% bagi pihak nasabah, dan sisanya 90% bagi pihak bank selaku pengelola dana. Setiap transaksi atau prouk terdapat biaya. Sama halnya padaproduk ini biaya-biaya yang ada diantaranya biaya administrasi : Untuk Tier SRR < Rp2.500.000 dikenakan biaya Rp 5.000, dan Untuk Tier SRR >Rp2.500.000 bebas biaya.

#### **g. Tabungan Muamalat Rencana**

Benefitnya adalah fleksibel. Nisbah bagi hasil lebih tinggi dibanding jenis tabungan lainnya. Namun, jenis tabungan ini memberikan kelebihan yaitu gratis asuransi jiwa.

#### **h. Tabungan Prima**

kelebihan produknya adalah bebas biaya penarikan di ATM bersama dan ATM prima apabila saldo setelah penarikan > Rp5.000.000,-. Akses yang luas karena adanya jaringan kantor ATM

non Muamalat. Produk tabungan ini menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*, dengan ketentuan setoran awal bagi perorangan Rp. 5.000.000, Setoran awal non perorangan Rp25.000.000, Setoran minimal Rp100.000, sedangkan saldo minimumnya adalah Rp50.000. ketentuan bagi hasil yang disepakati adalah 5% bagi nasabah sedangkan sisanya 95% bagi pihak bank. Dengan ketentuan biaya yang dikenakan yakni biaya administrasi Rp7.500, bebas biaya pembukaan rekening, sedangkan penggantian buku tabungan hilang/rusak Rp10.000, Biaya rekening tidak aktif Rp15.000, dan biaya penutupan rekening Rp50.000,-

## **B. Analisis Hasil Penelitian**

Untuk menguji data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22 sebagai berikut:

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk dapat melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Dengan signifikansi 0,1 atau 10% 0,1654 dimana jumlah sampel 100 maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,1654. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas produk**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,717	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 98$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,1654	Valid
P2	0,806		Valid
P3	0,754		Valid
P4	0,862		Valid
P5	0,783		Valid
P6	0,815		Valid
P7	0,768		Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-7 untuk variabel Kualitas Produk adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,1654.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Fasilitas**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,663	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 98$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,1654.	Valid
P2	0,703		Valid
P3	0,663		Valid
P4	0,658		Valid
P5	0,663		Valid
P6	0,772		Valid
P7	0,783		Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-7 untuk variabel Fasilitas adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,1654.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Minat Nasabah Menabung)**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,717	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 98$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$ .	Valid
P2	0,781		Valid
P3	0,775		Valid
P4	0,731		Valid
P5	0,698		Valid
P6	0,712		Valid
P7	0,577		Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-7 untuk variabel Minat Nasabah Menabung adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,1654.

## 2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,600. Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Kualitas Produk	0,897	7
Fasilitas	0,851	7
Minat Nasabah Menabung Kembali	0,839	7

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2017)

Dilihat dari hasil di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kualitas Produk  $0,897 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) adalah reliabel. Kemudian *Cronbach's Alpha* untuk variabel Fasilitas  $0,851 > 0,600$  sehingga dapat

disimpulkan bahwa pada variabel Fasilitas ( $X_2$ ) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel Minat Nasabah Menabung  $0,839 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel Minat Nasabah Menabung ( $Y$ ) adalah reliabel. Karena nilai semua variabel lebih dari  $0,600$  instrumen kuesioner dinyatakan reliabel.

### 3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan proses pengolahan data untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti. Analisis deskriptif meliputi penyajian data melalui tabel, mean, minimum, maximum dan perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitasproduk	100	7	35	24.37	6.593
Fasilitas	100	10	35	27.01	5.732
Minatnasabahmnabngke mbali	100	12	35	26.23	5.107
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel KualitasProduk dengan jumlah data ( $N$ ) sebanyak 100 mempunyai nilai *mean* sebesar 24,37 dengan nilai *minimum* 7 dan nilai maksimum 35 serta standar deviasinya sebesar 6,593. Variabel Fasilitas dengan jumlah data ( $N$ ) sebanyak 100 mempunyai nilai *mean* sebesar 27,01 dengan nilai *mimimum* 10 dan nilai *maksimum* 35 serta standar deviasinya sebesar 5,732.

Variabel Minat Nasabah Menabung dengan jumlah data (N) sebanyak 100 mempunyai nilai *mean* sebesar 26,23 dengan nilai *minimum* 12 dan nilai *maksimum* 35 serta standar deviasinya sebesar 5,107.

#### 4. Pengujian Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Untuk menentukan suatu data dapat dikatakan normal atau tidak dilihat dari nilai signifikannya. Jika signifikannya  $> 0,1$  maka variabel berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikannya  $< 0,1$  maka variabel tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kualitasproduk	fasilitas	Minatnasaba hmnabngkem bali
N		100	100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	24.37	27.01	26.23
	Std. Deviation	6.593	5.732	5.107
Most Extreme Differences	Absolute	.168	.133	.112
	Positive	.067	.082	.070
	Negative	-.168	-.133	-.112
Test Statistic		.168	.133	.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>	.004 <sup>c</sup>

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2017)

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa pada variabel Kualitas Produk nilai *Kolmogrov-Smirnov Z* sebesar  $0,168 > 0,1$  maka variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) memenuhi asumsi normalitas. Variabel Fasilitas nilai *Kolmogrov-Smirnov Z* sebesar  $0,133 > 0,1$  maka variabel Fasilitas ( $X_2$ ) memenuhi asumsi normalitas. Variabel

Minat Nasabah Menabung nilai *Kolmogrov-Smirnov Z* sebesar  $0,112 > 0,1$  maka variabel Minat nasabah menabung (Aktif) kembali (Y) memenuhi asumsi normalitas.

**b. Uji linieritas**

Digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang *linier* atau tidak. Uji ini menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,1

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Linieritas**  
**ANOVA Table**

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minatnasabah menabungkembali * kualitasproduk	(Combined)	1277.109	26	49.120	2.749	.000
	Linearity	318.915	1	318.915	17.845	.000
	Between Groups Deviation from Linearity	958.195	25	38.328	2.145	.006
	Within Groups	1304.601	73	17.871		
	Total	2581.710	99			

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2017)

Dari *output* diatas, hasil uji linieritas dapat dilihat pada *anova table*. Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,1 dan dilihat dari signifikansi pada *deviation for linearity*, maka dapat disimpulkan bahwa ada

hubungan antar variabel hal ini karena nilai signifikansi sebesar 0,06 kurang dari 0,1. Maka dapat disimpulkan antar variabel terdapat hubungan yang linier.

### c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*, apabila nilai *VIF* kurang dari 10 dan *tolerance* lebih 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	16.596	2.467		6.728	.000		
K.produk	.211	.080	.272	2.634	.010	.819	1.220
Fasilitas	.167	.092	.187	1.810	.073	.819	1.220

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2017)

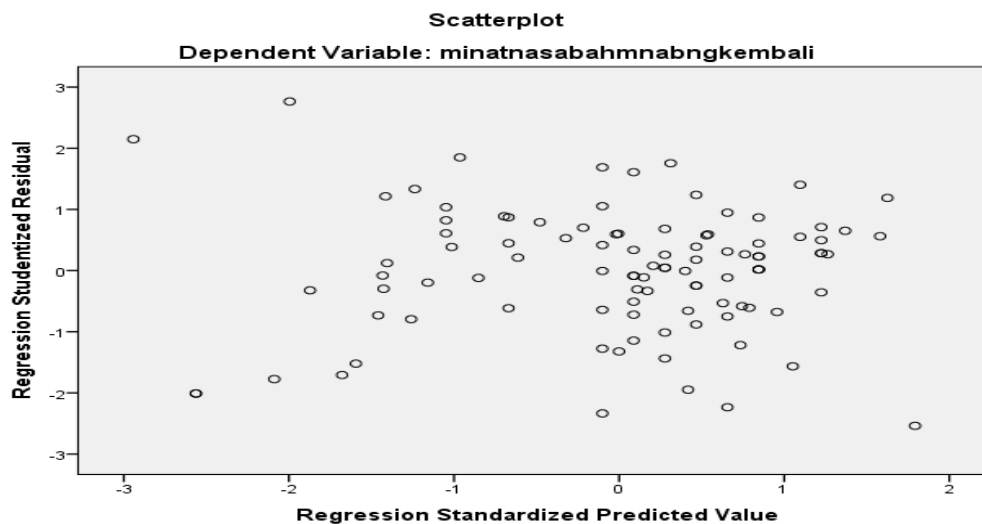
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel KualitasProduk adalah  $0,819 > 0,1$ , variabel Fasilitas adalah  $0,819 > 0,1$ . Dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kedua variabel di atas lebih besar dari 0,1 sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

Selanjutnya berdasarkan nilai *VIF* dari variabel Kualitas Produk adalah  $1,220 < 10$ , variabel Fasilitas adalah  $1,220 < 10$ . Jadi, dapat disimpulkan nilai *VIF* dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi multikolinieritas.



#### d. Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2017)

Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitasnya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu. Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa diagram pencar residual tidak membentuk suatu pola tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas.

#### 5. Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ) terhadap Minat Nasabah Menabung ( $Y$ ). Hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.596	2.467		6.728	.000
	Kualitasproduk	.211	.080	.272	2.634	.010
	Fasilitas	.167	.092	.187	1.810	.073

a. Dependent Variable: minatnasabahmnabngkembali  
Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2017)

Dari tabel di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$\text{MNMK} = a + b_1Kp + b_2 Fl$$

$$\text{MNMK} = 16,596 + 0,211Kp + 0,167 Fl$$

Keterangan:

MNMK : Minat Nasabah Menabung

a : Konstanta

$b_1Kp$  : Kualitas Produk

$b_2Fl$  : Fasilitas

- a. Koefisien regresi variabel sebesar 0,211 artinya variabel kualitas produk meningkat 1 satuan maka minat nasabah menabung meningkat sebesar 21,1%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan antara kualitas produk dengan minat nasabah menabung .

- b. Koefisien regresi variabel Fasilitas sebesar 0,167, artinya apabila tingkat Fasilitas meningkat 1 satuan maka Minat Nasabah meningkat sebesar 16,7% Koefisien bernilai nilai positif artinya terjadi hubungan antara Fasilitas dengan Minat Nasabah Menabung.

## 6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian. Adapun nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.390 <sup>a</sup>	.152	.135	4.750	2.204

a. Predictors: (Constant), fasilitas, kualitasproduk

b. Dependent Variable: minatnasabahmnabngembali

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa angka *R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,152. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel Kualitas Produk dan Fasilitas terhadap variabel Minat Nasabah Menabung adalah sebesar 15,2% sedangkan sisanya sebesar 84,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_1$  ditolak sedangkan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_1$  diterima dan jika nilai Sig  $< 0,1$  maka  $H_1$  diterima.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.596	2.467		6.728	.000
	Kualitas produk	.211	.080	.272	2.634	.010
	Fasilitas	.167	.092	.187	1.810	.073

a. Dependent Variable: minatnasabahmnabngkembali  
Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2017)

Untuk  $t_{tabel}$  dicari pada  $\alpha = 10\% : 2 = 5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) =  $n - k - 1$ , dimana  $n$  = jumlah sampel dan  $k$  = jumlah variabel independen, jadi  $df = 100 - 2 - 1 = 97$ , maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,291.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa pada variabel Kualitas Produk memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,634  $t_{tabel}$  sebesar 1,291 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,634 > 1,291$ ) maka  $H_1$  diterima. Untuk nilai sig. sebesar 0,010 sehingga nilai sig.  $< 0,1$  ( $0,010 < 0,1$ ) dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung.

Pada variabel Fasilitas memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 1,810  $t_{tabel}$  sebesar 1,291 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,810 > 1,291$ ) maka  $H_2$  diterima. Untuk nilai sig. sebesar 0,073, sehingga nilai sig.  $< 0,1$  ( $0,073 < 0,1$ ) dapat disimpulkan bahwa secara parsial Fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung.

#### b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam uji F adalah: jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_3$  ditolak sedangkan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_3$  diterima dan jika nilai Sig  $< 0,1$  maka  $H_3$  diterima.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	392.873	2	196.437	8.705	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2188.837	97	22.565		
	Total	2581.710	99			

a. Dependent Variable: minatnasabahmenabungkembali

b. Predictors: (Constant), fasilitas, kualitasproduk

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2017)

Dari hasil *uji* Signifikansi diatas dapat bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah 8,705 sedangkan  $F_{tabel}$  untuk signifikansi  $\alpha = 0,05$  dengan  $df_1$  (jumlah variabel - 1) = 2 dan  $df_2$  (n-k-1) atau  $100-2-1 = 97$  ( n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independent), hasil yang diperoleh untuk  $F_{tabel}$  sebesar 2,698. Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $8,705 > 2,698$ ) maka  $H_3$  diterima. Selanjutnya, untuk nilai sig. sebesar 0,000 sehingga nilai sig.  $< 0,05$

( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_3$  diterima Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Nasabah Menabung.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 diketahui bahwa:

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Fasilitas Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan. Dengan jumlah responden 100 nasabah berdasarkan uji validitas untuk variabel X dengan 7 pernyataan dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas yang dilakukan untuk variabel Y dengan 7 pernyataan valid. Sedangkan uji reliabilitas dinyatakan sangat reliabel, dan uji normalitas yang dilakukan melalui uji kolmogrov simirnov dinyatakan normal dengan hasil kualitas produk  $1,68 > 0,1$ , fasilitas  $1,33 > 0,1$  dan minat nasabah menabung  $1,12 > 0,1$ . Sedangkan uji *linieriti*  $0,000$  kurang dari  $0,1$  disimpulkan kualitas produk dan fasilitas terhadap minat nasabah menabung memiliki hubungan yang *linier*. Berdasarkan nilai VIF yang diketahui antar variabel independen tidak terdapat multikolinearitas dengan nilai *tolerance*  $0,819 > 0,1$  dan nilai VIF  $1,210 < 10$ . Untuk uji heteroskedastisitas, grafik Scatter plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar dibawah dan diatas sumbu Y dan menyebar tidak beraturan dan tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari hasil penelitian ini didapat bahwa dalam persamaan regresi  $Y = 16,596 + 0,211 Kp + 0,167 Fl$  menunjukkan variabel Kualitas produk dan

Fasilitas secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menabung.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh *R Square* ( $R^2$ ) 0,152 atau sebesar 15,2%. Artinya variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 15,2%. Dan sisanya 84,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam regresi ini. Untuk uji F dapat dinyatakan bahwa variabel X1 (Kualitas produk), dan variabel X2 (Fasilitas) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y (Minat nasabah menabung). Hal ini dapat dibuktikan dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $8,705 > 2,698$ ).

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah Menabung Aktif (Kembali) Pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidimpuan CAPEM Panyabungan. Secara parsial variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap Minat Nasabah Menabung dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,634 < 1,291$ ) Menyatakan bahwa setiap kenaikan Kualitas Produk 1 satuan maka akan meningkatkan Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Muamalat CAPEM Cabang Padangsidimpuan Panyabungan sebesar 2,634  $H_1$  diterimadani nilai Sig.  $< \alpha$  ( $0,010 > 0,1$ )  $H_0$  diterima. Menyatakan bahwa setiap kenaikan Kualitas Produk 1 satuan maka akan meningkatkan Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Mauamalat cabang Padangsidimpuan CAPEM Panyabungan sebesar 2,634.

Sesuai dengan pernyataan Sofjan Assauri yang menyatakan Tujuan utama dari strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan Dedy Trisnadi, Ngadino Surip mengatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah menabung.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan. Secara parsial variabel Fasilitas mempunyai pengaruh terhadap Minat Nasabah Menabung dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,810 < 1,291$ )  $H_1$  diterima dan nilai Sig.  $< \alpha$  ( $0,073 > 0,1$ )  $H_0$  diterima. Menyatakan bahwa setiap kenaikan Fasilitas Penjualan 1 satuan maka akan meningkatkan Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan sebesar 1,810.

Sesuai dengan pernyataan Arya Maman Putra dan Budi Santoso Fasilitas salah satu kemudahan dan kenyamanan yang diberikan agar nasabah dapat mempermudah dalam bertansaksi, sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan.

Pengaruh Kualitas Produk dan Fasilitas terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Muamalat CAPEM Cabang Padangsidempuan Panyabungan. Secara simultan variabel Kualitas Produk dan Fasilitas mempunyai pengaruh terhadap Minat Nasabah Menabung dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,728 > 1,291$ ) Menyatakan bahwa setiap kenaikan Kualitas Produk dan Fasilitas 1 satuan maka akan meningkatkan Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan sebesar 6,728.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rizal Wahyu Kusuma yang menyatakan bahwa Kualitas Produk dan Fasilitas



secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Semua rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini bertujuan agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun untuk memperoleh hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan.

Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah dalam menyebarkan kuesioner (angket) peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang tersedia pada kuesioner sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh. Selain itu, peneliti memiliki keterbatasan kemampuan dalam menganalisis data yang sudah diperoleh.

Walaupun demikian, peneliti berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

Walaupun demikian, penulis berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), pada taraf signifikansi 10% diperoleh  $t_{hitung} 2,634 > t_{tabel} 1,291$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Nasabah Menabung Aktif (Kembali) Pada PT. Bank Muamala Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), pada taraf signifikansi 10% diperoleh  $t_{hitung} 1,810 > t_{tabel} 1,291$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Fasilitas berpengaruh terhadap Minat Nasabah Menabung Aktif (Kembali) Pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan.
3. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), pada taraf signifikansi 10% diperoleh  $t_{hitung} 8,705 > t_{tabel} 2,698$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel Kualitas Produk dan Fasilitas berpengaruh terhadap Minat Nasabah Menabung Aktif (Kembali) Pada PT Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan.
4. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa kontribusi dari keseluruhan variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) adalah sebesar 15,2 atau 15,2% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan temuan penelitian dan kesimpulan pembahasan ini, peneliti mengajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Bank, dengan adanya penelitian ini diharapkan bank dapat meningkatkan Kualitas produknya dan terus memaksimalkan pengadaan Fasilitas agar dapat memenuhi keinginan dan Minat Nasabah Menabung Aktif (Kembali) dalam bertransaksi agar tercapai peningkatan jumlah nasabah.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya, agar dapat mengembangkan dan memperluas penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Aktif (Kembali) Pada PT. Bank Muamalat CAPEM Panyabungan.
3. Penelitian ini bias dikembangkan lebih lanjut dan lebih luas lagi, tidak hanya di PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan namun di dunia Perbankan lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, Jakarta: Renaka Cipta, 1998.
- Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta Kencana, 2004.
- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi Kelima*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Arya Maman Putra & Budi Santoso, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada PT. BCA Cabang Semarang.
- Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Auli Lucky Yuriansyah, *Jurnal Universitas Negeri Semarang*: 2013.
- Bank Muamalat Indonesia, “Laporan Tahunan (*annual report* ) 2013 <http://docplayer.html>, diakses 6 April 2017 pukul 20.00 WIB.
- Dessy Anwar, *Kamus Bahasa Indonesia* Surabaya: Karya Abditama, 2001.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya* Bandung: Al-Jumanatul'Ali-ART, 2005.
- Dedy Trisnadi, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB Niaga, *Jurnal MIX*, Volume. 6 .No. 3. Oktober 2013.
- Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* Jakarta: Mediakom, 2008
- Dadan Muttaqien, *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: safiria Insania Press, 2008.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Al-Jumanatul'Ali- ART, 2005.
- Dwi Kusuma Indaryani, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Customer Pride* dan Kepercayaan Nasabah Dalam Meningkatkan Menabung Kembali.
- Getut Pramesti, *Kupas Tuntas Data Penelitian SPSS 22*, Jakarta: PT. Elev Media Komputido, 2014.

- Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009.
- Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi Edisi Pertama* Jakarta: Kencana, 2010.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh* Jakarta: PT. Index Puri Media Kembangan, 2008.
- M. Fuad Christine H. Nurlela Sugiarto Paulus, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- M. Hariwijaya dan Bisri M. Djaelani, *Teknik Menulis Skripsi dan Thesis*, Yogyakarta: Hanggar Kreator, 2004.
- Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004
- Morrisan, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, CV Pustaka Setia: Bandung, 2013
- Ridwan Nurdin, *Akad- akad Fiqih Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Sejarah Konsep Dan Perkembangannya*, Banda Aceh: Yayasan PENA, 2010
- Shanti Hermina Rangkuti, ‘‘Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Minat Untuk Menabung Kembali Pada PT.Bank CIMB Niaga, Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan, 2009.
- Sigit Triandaru dan Totok Budi Santoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain Edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada, 2014
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung:IKAPI, 2005

\_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012

\_\_\_\_\_, Dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS 20 Dan Lisrel*, Bandung Alfabeta, 2015

T. Hani Handoko, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, Yogyakarta: BPFE, 2010

Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.

Vivieta Ary Yatie, *Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung: Studi Kasus Bank Syariah Di Surabaya.*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DATA PRIBADI

Nama : Saima Maruba Ritonga  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, tanggal lahir : Padangsidempuan, 16 Juni 1994  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Alamat Lengkap : Pasar Ujung Batu, Kecamatan Sosa, Kabupaten Padang Lawas  
Telepon/No. HP : 0812 6324 1307  
E-mail : saymaruba@yahoo.co.id

### LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2001-2007 : SD Negeri 101471/Inpres Sosa  
Tahun 2007-2010 : MTSN AL-khoir Hutaraja Tinggi  
Tahun 2010-2013 : SMK Negeri 1 Sosa  
Tahun 2013-2017 : Program Sarjana (Strata-1) Perbankan Syariah IAIN Padangsidempuan

### PRESTASI AKADEMIK

IPK : 3,3  
Karya Tulis Ilmiah : Pengaruh Kualitas Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan CAPEM Panyabungan

### DATA ORANG TUA

- A. Nama Ayah : Panangian Ritonga  
Tempat/Tanggal lahir : Padangsidempuan, 01 Mei 1955  
Alamat : Pasar Ujung Batu Kecamatan Sosa, Kabupaten Padang Lawas  
Pendidikan : SD  
Pekerjaan : Wiraswasta
- B. Nama Ibu : Rosma Hasibuan  
Tempat/Tanggal lahir : Aerbale, 25 Desember 1961  
Alamat : Pasar Ujung Batu Kecamatan Sosa, Kabupaten Padang Lawas  
Pendidikan : SD  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga



## Lampiran 1

### IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden : .....

Alamat : .....

Pekerjaan : .....

Umur : .....

Jenis Kelamin : ( ) Laki-laki ( ) Perempuan

### PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Bacalah secara seksama setiap soal yang tersedia.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang paling tepat dengan memberikan tanda *checklist*(√) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:  

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju
3. Setelah diisi, angket ini mohon dikembalikan kepada kami.
4. Atas bantuan Ibu/Bapak dalam pengisian dan pengembalian angket ini, saya ucapkan terimakasih.

### A. Kualitas Produk Tabungan

No	Pernyataan	Piihan				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Produk Tabungan Muamalat Memiliki kualitas kerja sesuai harapan nasabah.					
2.	Produk tabungan Muamalat memberikan kartu ATM yang memiliki ketahanan yang berkualitas tinggi.					
3.	Produk tabungan Muamalat sesuai dengan spesifikasi yang sudah ditentukan seperti bank-bank lainnya.					
4.	Bank Muamalat memiliki berbagai fitur produk tabungan yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
5.	Produk Tabungan Muamalat Memiliki keistimewaan lebih yang bisa diandalkan, dibandingkan bank lain karena berbasis Syariah.					
6	Produk Tabungan Muamalat memiliki buku tabungan yang istimewa karena didesain yang indah .					
7	Mampunya produk Tabungan Muamalat bersaing dalam dunia perbankan.					

### B. Fasilitas

No	Pernyataan	Piihan				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Tersedianya Fasilitas ATM yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi.					
2.	Mesin ATM memberikan fasilitas transaksi berupa penarikan uang, transfer, pembelian, dan pembayaran sesuai dengan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah.					
3.	Fasilitas pada kantor Bank Muamalat termasuk toilet, ruang tunggu, dan lingkungan yang bersih sehingga memberikan kenyamanan bagi nasabah.					

4.	Fasilitas pelayanan <i>phone banking</i> dapat membantu nasabah dalam bertransaksi sehingga tidak menyita waktu.					
5.	Bank Muamalat memberikan kemudahan dan kecepatan melalui teknologi seperti <i>E- Banking</i> dan <i>Mobile banking</i> pada Bank Muamalat KCP Panyabungan.					
6.	Bank Muamalat menyediakan fasilitas kartu ATM sampai taraf internasional, yang memberikan gengsi tinggi seperti yang diprioritaskan nasabah.					
7	Fasilitas yang disediakan Bank Muamalat CAPEM panyabungan sangat lengkap dan memuaskan nasabah.					

### C. Minat Nasabah Menabung

No	Pernyataan	Piihan				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya memiliki kebutuhan untuk menabung.					
2.	Setelah mendapat informasi dari orang lain mengenai produk tabungan Muamalat kemudian saya mengevaluasi jenis produk tabungan yang ditawarkan oleh PT. Bank Muamalat CAPEM Panyabungan.					
3.	Dari hasil evaluasi saya menilai bahwa produk Tabungan Muamalat lebih baik daripada produk tabungan lainnya dan sesuai dengan kebutuhan.					
5.	Saya mencari informasi mengenai produk tabungan perbankan yang berbasis islam pada PT. Bank Muamalat CAPEM Panyabungan.					
6.	Saya mendapatkan pelayanan yang baik sehingga timbul minat untuk melakukan transaksi produk tabungan Muamalat					

	pada PT. Bank Muamalat CAPEM Panyabungan					
7.	Saya merasa puas setelah menjadi nasabah Tabungan Muamalat sehingga timbul keinginan menabung kembali pada PT. Bank Muamalat CAPEM Panyabungan.					

## Lampiran 2

### Hasil Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk (X1)

Responden	Butir Soal							Skor
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	5	5	4	5	5	5	5	35
3	5	1	5	4	4	4	4	27
4	5	5	4	4	4	4	4	30
5	5	5	5	5	5	5	5	35
6	4	4	4	4	4	4	2	26
7	4	4	4	4	4	4	3	27
8	5	4	4	5	4	4	5	32
9	4	4	3	4	4	3	4	26
10	4	4	4	4	4	4	4	28
11	4	4	4	4	4	4	4	28
12	4	4	4	4	4	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	5	35
14	4	4	4	4	4	4	5	29
15	2	3	4	2	3	4	4	22
16	4	4	5	4	4	5	5	31
17	4	5	4	4	5	4	4	30
18	4	4	4	4	4	4	2	26
19	4	4	4	4	4	1	2	23
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	3	4	4	3	4	4	4	26
22	4	4	4	4	4	4	4	28
23	5	5	5	5	5	5	4	34
24	4	4	4	4	4	3	2	25

25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	3	2	1	3	2	1	5	17
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	2	2	3	2	2	3	3	17
29	4	4	5	4	4	5	4	30
30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	4	4	4	4	4	4	4	28
32	3	3	3	3	3	3	3	21
33	4	4	4	4	4	4	4	28
34	2	2	2	4	4	4	4	22
35	4	4	3	4	4	3	4	26
36	4	4	5	4	4	5	4	30
37	2	2	3	2	2	3	4	18
38	4	4	4	4	4	4	4	28
39	5	5	5	5	4	4	4	32
40	4	3	1	4	3	1	4	20
41	5	5	5	5	5	5	5	35
42	4	4	4	4	4	4	4	28
43	3	3	5	3	3	5	5	27
44	2	2	4	2	2	4	1	17
45	4	5	4	4	5	4	4	30
46	4	4	4	4	4	4	4	28
47	5	5	5	5	5	5	5	35
48	4	4	3	4	4	3	4	26
49	4	4	5	4	4	5	5	31
50	1	2	4	1	2	4	2	16
51	3	3	4	3	3	4	3	23
52	4	4	4	4	4	4	4	28
53	4	4	5	4	4	5	5	30
54	4	4	3	4	4	3	4	26
55	5	5	5	5	5	5	5	35
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	4	4	4	4	4	4	3	28
58	4	4	4	4	4	5	5	30
59	4	4	4	4	4	4	5	29
60	4	4	4	4	4	4	4	28

61	4	4	4	4	4	4	3	27
62	4	4	4	4	5	5	5	31
63	4	3	4	4	3	4	4	26
64	4	4	5	4	4	5	4	30
65	3	3	4	3	3	4	3	23
66	4	3	4	4	5	4	5	29
67	4	4	4	4	4	4	4	28
68	4	3	3	4	3	3	3	23
69	5	5	5	5	5	5	5	35
70	5	4	4	5	4	4	4	30
71	4	4	4	4	4	4	2	26
72	4	5	4	4	5	4	4	30
73	4	3	4	4	3	4	4	26
74	3	3	3	3	3	3	3	21
75	5	5	5	5	5	5	5	35
76	5	2	3	5	2	3	2	22
77	4	4	4	4	4	4	4	28
78	5	4	4	5	4	4	4	30
79	5	4	5	5	4	5	5	33
80	4	4	4	4	4	4	4	28
81	4	4	4	4	4	4	4	28
82	4	4	4	4	5	5	5	31
83	4	4	4	5	5	5	5	32
84	4	4	4	4	4	4	4	28
85	5	5	5	4	4	4	4	31
86	3	4	4	3	4	4	4	26
87	3	3	5	3	3	5	3	25
88	4	5	5	5	5	5	5	34
89	2	4	3	2	4	3	4	22
90	3	4	4	1	4	4	3	23
91	4	4	4	4	3	4	5	28
92	2	1	3	3	4	4	4	19
93	4	4	3	2	4	4	4	25
94	5	4	3	4	4	4	3	27
95	4	4	4	5	4	4	4	29
96	5	5	5	5	5	5	4	34

97	4	4	5	4	4	5	3	29
98	5	5	3	4	4	4	5	30
99	5	5	5	5	5	5	5	35
100	4	2	1	2	3	2	2	16

### Lampiran 3

#### Hasil Tanggapan Responden Variabel Fasilitas (X2)

Responden	Butir Soal							Skor
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	4	4	4	5	5	30
2	4	4	4	4	4	4	4	28
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	3	5	4	5	5	31
6	5	5	3	1	2	5	5	26
7	3	4	4	4	3	4	3	25
8	4	4	4	4	3	4	4	27
9	4	2	2	4	3	4	4	23
10	4	4	4	4	4	4	4	28
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	5	5	5	5	5	5	5	35
13	4	4	3	4	1	4	4	24
14	5	4	4	4	4	4	5	30
15	2	2	3	4	4	1	2	18
16	5	5	3	5	5	5	5	33
17	4	5	5	5	4	5	4	32
18	5	5	5	4	4	5	5	33
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	5	4	1	2	5	4	2	23
21	4	2	3	4	4	4	4	25
22	5	5	5	5	5	5	5	35
23	5	5	5	5	5	5	5	35
24	5	5	5	5	5	5	5	35
25	5	5	5	4	4	4	5	32
26	5	5	4	4	5	4	5	32

27	4	5	5	5	5	5	4	33
28	5	1	2	4	4	5	5	26
29	4	5	4	5	5	5	4	32
30	5	4	4	5	4	4	5	31
31	5	5	5	5	5	5	5	35
32	4	4	4	4	2	5	4	27
33	5	4	4	4	4	5	5	31
34	5	4	4	4	4	4	5	30
35	5	4	4	4	4	4	5	30
36	5	4	4	4	5	5	5	32
37	4	3	4	4	4	4	4	27
38	3	4	4	5	4	4	3	27
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	4	4	1	4	4	4	4	25
41	5	5	5	5	5	5	5	35
42	4	4	4	1	2	2	4	21
43	1	5	5	3	3	3	2	22
44	4	4	4	4	4	5	4	29
45	4	4	4	3	5	4	4	28
46	4	2	4	2	4	2	4	22
47	5	4	4	1	4	4	5	27
48	5	4	4	4	4	4	5	30
49	3	5	3	5	4	1	3	24
50	4	1	2	3	4	4	4	21
51	4	4	4	5	4	5	4	30
52	3	4	3	4	4	4	3	25
53	4	4	3	5	5	5	4	34
54	3	5	3	3	4	4	3	25
55	5	5	5	5	5	5	5	35
56	5	3	4	4	4	4	5	29
57	2	4	3	4	4	4	2	23
58	3	4	4	4	4	4	3	26
59	5	5	5	5	5	5	4	34
60	5	5	3	4	4	5	5	31
61	4	5	4	5	5	5	4	32
62	4	4	4	4	4	4	4	28



63	5	3	3	4	4	4	5	32
64	5	4	4	4	4	4	5	30
65	5	4	5	3	3	1	5	26
66	4	3	4	4	4	4	4	27
67	5	5	4	4	4	5	5	32
68	5	4	4	4	3	4	5	29
69	5	5	5	5	5	5	5	35
70	4	4	3	4	4	4	4	27
71	5	4	1	2	4	2	5	23
72	4	4	4	5	4	5	4	30
73	5	4	5	4	2	4	5	29
74	4	3	3	3	4	3	4	24
75	5	4	4	4	4	4	5	30
76	5	2	4	3	3	2	5	24
77	4	5	5	5	5	5	4	33
78	5	3	4	4	4	4	5	29
79	4	5	5	5	5	2	4	30
80	4	4	4	4	4	5	4	29
81	4	4	4	5	5	5	4	31
82	4	4	1	3	4	2	4	22
83	5	5	5	5	5	5	5	35
84	5	3	4	4	4	5	5	30
85	5	4	3	4	2	4	5	27
86	4	4	4	4	4	5	4	29
87	4	4	3	4	4	4	4	27
88	4	4	4	4	3	5	4	28
89	5	4	5	4	4	4	5	31
90	5	4	4	4	4	4	5	30
91	4	4	5	4	4	4	4	29
92	5	5	5	5	5	5	5	35
93	4	5	4	4	4	5	4	30
94	4	4	3	4	4	4	4	27
95	5	4	4	4	4	4	5	30
96	4	5	5	5	5	5	5	35
97	4	4	4	4	4	4	4	28
98	4	5	5	4	4	4	4	30



30	5	5	5	4	4	4	5	32
31	4	4	4	3	3	3	4	25
32	5	5	5	5	5	5	5	35
33	4	4	4	4	5	5	5	31
34	4	4	4	4	4	5	4	29
35	5	4	4	4	4	4	3	28
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	2	2	3	4	4	3	5	23
38	5	5	4	3	4	5	5	31
39	5	5	3	4	4	3	3	24
40	5	5	4	4	4	4	4	30
41	5	5	5	5	5	5	5	35
42	2	2	2	4	4	4	4	22
43	5	3	5	3	5	3	3	27
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	4	1	5	5	5	5	2	27
46	4	4	4	2	2	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	5	5	5	5	5	5	5	35
49	5	5	5	5	5	5	4	34
50	4	4	5	4	3	5	4	29
51	5	5	5	4	5	5	5	34
52	1	2	2	1	2	2	3	13
53	5	5	5	5	5	5	5	35
54	4	5	5	3	4	5	5	31
55	5	5	5	4	3	5	5	32
56	5	5	5	5	5	5	5	35
57	5	4	4	3	4	5	5	30
58	4	4	4	4	4	5	5	30
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	3	4	4	4	4	5	5	29
61	3	4	4	3	4	4	5	27
62	5	5	5	5	5	5	5	35
63	5	4	4	1	3	5	5	27
64	5	5	5	5	5	5	5	35
65	5	4	4	5	4	3	2	27

66	5	5	5	5	5	5	5	35
67	5	5	4	5	4	4	5	32
68	5	5	5	4	4	5	5	33
69	5	5	5	5	5	5	5	35
70	5	5	5	3	4	4	4	30
71	4	4	4	4	4	4	4	28
72	5	5	5	5	5	5	5	35
73	4	4	4	4	4	4	5	29
74	3	4	4	4	3	4	4	26
75	4	3	5	5	4	4	4	29
76	1	2	3	2	2	3	2	15
77	4	4	4	4	4	4	4	28
78	4	5	4	4	4	5	4	30
79	2	2	2	2	2	2	2	14
80	5	5	5	5	5	5	5	35
81	4	4	4	4	4	1	2	23
82	4	5	5	5	5	1	1	26
83	4	4	4	4	4	4	3	27
84	5	5	5	5	5	5	5	35
85	5	4	4	4	4	5	5	31
86	5	5	3	3	1	5	5	27
87	5	4	4	5	4	5	5	32
88	2	2	2	1	1	2	2	12
89	4	4	5	5	3	4	4	30
90	5	5	4	3	2	4	5	28
91	4	4	2	5	5	4	4	33
92	5	4	4	1	5	5	5	29
93	5	4	4	3	4	4	5	29
94	5	5	5	4	4	4	4	32
95	5	5	5	3	4	4	4	30
96	4	4	5	5	4	4	4	30
97	4	3	3	3	3	3	3	22
98	4	4	5	4	4	4	4	29
99	5	5	4	5	5	5	5	34
100	4	4	4	4	4	5	5	30

## Lampiran Hasil Analisis Data

### 1. Uji Validitas

#### a. Uji Validitas Kualitas Produk

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	Total
x1	Pearson Correlation	1	.667**	.432**	.435**	.413**	.403**	.440**	.698**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2	Pearson Correlation	.667**	1	.628**	.655**	.463**	.446**	.451**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x3	Pearson Correlation	.432**	.628**	1	.724**	.421**	.466**	.371**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x4	Pearson Correlation	.435**	.655**	.724**	1	.650**	.620**	.527**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x5	Pearson Correlation	.413**	.463**	.421**	.650**	1	.667**	.530**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x6	Pearson Correlation	.403**	.446**	.466**	.620**	.667**	1	.730**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x7	Pearson Correlation	.440**	.451**	.371**	.527**	.530**	.730**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.717*	.806**	.754**	.862**	.783**	.815**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

b. Uji Validitas Fasilitas

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	Total
x1	Pearson Correlation	1	.661**	.378**	.376**	.223*	.233*	.264**	.659**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.026	.019	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2	Pearson Correlation	.661**	1	.406**	.331**	.247*	.249*	.303**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.013	.013	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x3	Pearson Correlation	.378**	.406**	1	.537**	.230*	.357**	.402**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.021	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x4	Pearson Correlation	.376**	.331**	.537**	1	.447**	.372**	.240*	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x5	Pearson Correlation	.223*	.247*	.230*	.447**	1	.474**	.451**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.026	.013	.021	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x6	Pearson Correlation	.233*	.249*	.357**	.372**	.474**	1	.734**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.019	.013	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x7	Pearson Correlation	.264**	.303**	.402**	.240*	.451**	.734**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.008	.002	.000	.016	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.663**	.703**	.663**	.658**	.663**	.772**	.783*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	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. Uji Validitas Minat Nasabah Menbung (Y)

Correlations

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	Total
x1 Pearson Correlation	1	.624**	.496**	.388**	.361**	.376**	.310**	.717**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2 Pearson Correlation	.624**	1	.540**	.593**	.393**	.479**	.262**	.781**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.008	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
x3 Pearson Correlation	.496**	.540**	1	.592**	.520**	.377**	.330**	.775**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000
N	100	.593**	.592**	100	100	100	100	100
x4 Pearson Correlation	.388**			1	.433**	.447**	.230*	.731**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.021	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
x5 Pearson Correlation	.361**	.393**	.520**	.433**	1	.401**	.321**	.683**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
x6 Pearson Correlation	.376**	.479**	.377**	.447**	.401**	1	.483**	.712**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
x7 Pearson Correlation	.310**	.262**	.330**	.230*	.321**	.483**	1	.591**
Sig. (2-tailed)	.002	.008	.001	.021	.001	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Pearson Correlation	.717**	.781**	.775**	.731**	.683**	.712**	.577**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	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).

## 2. Uji Reliabilitas

### a. Uji Reliabilitas Kualitas Produk

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,897	7

### b. Uji Reliabilitas Fasilitas

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,851	7



c. Uji Reliabilitas Minat Nasabah Menabung

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,831	7

**3. Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KualitasProduk	100	7	36	24.37	6.593
Fasilitas	100	10	35	27.01	5.732
Minatnasabahmenabung	100	12	35	26.23	5.107
Valid N (listwise)	100				

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		kualitaprouk	fasilitas	minatnasbahmn abungkembali
N		100	100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	24.37	27.01	26.23
	Std. Deviation	6.593	5.732	5.107
Most Extreme	Absolute	.168	.133	.112
Differences	Positive	.067	.082	.070
	Negative	-.168	-.133	-.112
Test Statistic		.168	.133	.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>	.004 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

##### b. Uji Linieritas

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
keputusan lokasi	(Combined)	1277.109	26	49.120	2.749	.000
	Linearity	318.905	1	318.915	17.845	.000
	* Between Groups	958.195	25	38.328	2145	.006
	Deviation from Linearity					
	Within Groups	1304.601	73	17.871		
Total		2581.701	99			

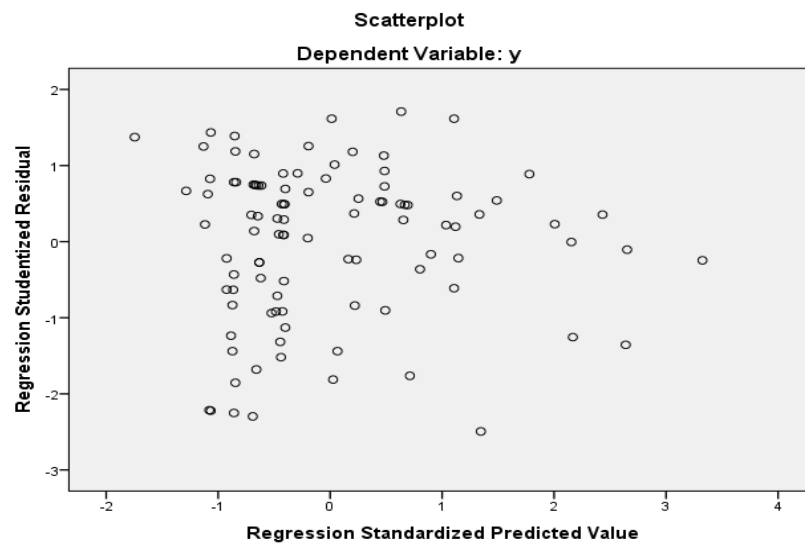
c. Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	16.596	2.467		6.728	.000		
K.produk	.211	.080	.272	2.634	.010	.819	2.108
Fasilitas	.167	.092	.187	1.810	.073	.819	2.108

d. Uji Heterokedastisitas

Hasil Uji Heterokedastisitas



## 5. Uji Analisis Regresi Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.596	2.467		6.728	.000
	Kualitasprodu	.211	.080	.272	2.634	.010
	Fasilitas	.167	.092	.187	1.810	.073

a. Dependent Variable: minatnasabahmenabung

## 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin -Watson
1	.390 <sup>a</sup>	.152	.135	4.750	2.204

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, KualitasProduk

### a. Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.596	2.467		6.728	.000
	x1	.211	.080	.272	2.634	.010
	x2	.157	.092	.187	1.810	.073

a. Dependent Variable: y

**b. Uji Simultan (Uji F)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	392.873	2	194.437	8.705	.007 <sup>b</sup>
	Residual	2186.837	97	22.565		
	Total	2581.710	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5SihitangPadangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **SAIMA MARUBA RITONGA**  
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 16 Oktober 2017  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikumWr.Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **SAIMA MARUBA RITONGA** yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Nasabah Menabung Kembali Pada PT. Bank Muamalat CAPEM Panyabungan"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikumWr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM**  
NIP. 19790720 201101 1005

**PEMBIMBING II**

**Ja'far Nasution, Lc., M.E.I**

LAMPIRAN 7

Tabel r untuk df = 1 - 50 1

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
Tingkat signifikansi untuk uji dua arah					
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254



73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

57	0.2164	0.2603	0.3128	0.4176
58	0.2152	0.2587	0.3101	0.4143
59	0.2136	0.2571	0.3074	0.4110
60	0.2120	0.2554	0.3048	0.4079
61	0.2104	0.2537	0.3023	0.4048
62	0.2088	0.2520	0.3000	0.4018
63	0.2072	0.2503	0.2977	0.3988
64	0.2056	0.2486	0.2954	0.3959
65	0.2040	0.2469	0.2932	0.3931
66	0.2024	0.2452	0.2910	0.3903
67	0.2008	0.2435	0.2888	0.3876
68	0.1992	0.2418	0.2866	0.3850
69	0.1976	0.2401	0.2844	0.3823
70	0.1960	0.2384	0.2822	0.3798
71	0.1944	0.2367	0.2800	0.3773



35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100 2 df = (N-2)		Tingkat signifikansi untuk uji satu arah			
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
Tingkat signifikansi untuk uji dua arah					
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748

LAMPIRAN 8

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 - 40)

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 - 40) Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518



62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 - 120) Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549

31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Titik Persentas e Distibusi t (df = 41 - 80) Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930



99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

### Lampiran 9

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 – 120)

Pr Df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954