

**PENGARUH PENGETAHUAN, KUALITAS PELAYANAN DAN  
PROMOSI TERHADAP RENDAHNYA MINAT MASYARAKAT MUSLIM  
MENABUNG DI BANK SYARIAH KAB.BULUKUMBA**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S.H.) Pada  
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh  
**KASMAWATI**  
Nim: 10525014614

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAAN MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
1440 H/2018 M**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. IV Telp. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul "**PENGARUH PENGETAHUAN, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP RENDAHNYA MINAT MASYARAKAT MUSLIM MENABUNG DI BANK SYARIAH KAB.BULUKUMBA**" telah diujikan pada hari Sabtu, 26 Muharram 1440 H bertepatan dengan tanggal 06 OKTOBER 2018 M di hadapan penguji dan dinyatakan telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.H.) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

28 Muharram 1440 H  
Makassar, \_\_\_\_\_  
8 Oktober 2018 M

**Dewan penguji :**

<b>Ketua</b>	: Dr.Ir.H. Muchlis M appangaja, MP	(.....)
<b>Sekretaris</b>	: Hurriah Ali Hasan, St., M.E., Ph.D	(.....)
<b>Anggota</b>	: Sitti Walidah Mustaing, S.Pd., M.Si	(.....)
<b>Anggota</b>	: Hasanuddin, Se, Sy., M.E	(.....)
<b>Pembimbing I</b>	: Dr. H. Siradjuddin, S.E., M.Si	(.....)
<b>Pembimbing II</b>	: Dr. Agussalim Harrang, SE. MM	(.....)

Disahkan Oleh  
**Dekan Fakultas Agama Islam**



**Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I**  
NBM : 554 612



**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin, Gedung Iqra, Lt. 4 II/17/Fax/Tel. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA MUNAQASYAH**

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah mengadakan sidang Munaqasyah pada : Hari / Tanggal : Sabtu, 06 Oktober 2018 M / 26 Muharram 1440 H Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar Gedung Iqra Lantai 4 Fakultas Agama Islam.

**MEMUTUSKAN**

Bahwa Saudara  
Nama : **Kasmawati**  
NIM : **10525014614**  
Judul Skripsi : **"PENGARUH PENGETAHUAN, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP RENDAHNYA MINAT MASYARAKAT MUSLIM MENABUNG DI BANK SYARIAH KAB.BULUKUMBA "**

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua

**Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I**  
NIDN: 0931126249

Sekretaris

**Dra. Mustahidang Usman, M.Si**  
NIDN: 0917106101

Dewan Penguji :

1. Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, M.P.
2. Hurriah Ali Hasan, S.T.,ME.,Ph.D
3. Sitti Walidah Mustamin, S.Pd., M.Si
4. Hasanuddin, SE,Sy.,ME

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar



**Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I**  
NBM : 554612

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kasmawati  
Nim : 105 250 146 14  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Agama Islam  
Kelas : A

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai skripsi ini, saya menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun)
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (plagiat) dalam menyusun skripsi.
3. Apabila saya melanggar perjanjian pada butir 1, 2, dan 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 27 Muharram 1440 H  
10 Oktober 2018 M

Yang Membuat Pernyataan

Kasmawati  
105 256 146 14

## ABSTRAK

**KASMAWATI. 105 250 146 14.** Judul Skripsi: Pengaruh Pengetahuan Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah Kab.Bulukumba. Dibimbing oleh **Sirajuddin** dan **Agussalim Harrang**

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah Kab.Bulukumba.

Total sampel dalam penelitian ini berjumlah 65 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner atau angket. Selanjutnya data yang diperoleh melalui instrumen tersebut kemudian diolah melalui aplikasi *Statistical Package For The Social Sciences (SPSS)*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah. Sebagaimana Hasil hitung  $T_{hitung}$  sebesar 2.513 dan  $T_{tabel}$  sebesar 1.997 jadi dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan dan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim menabung di bank syariah berdasarkan hasil uji determinasi mempunyai pengaruh sebesar 42% dan sisanya sebesar 58%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan ini menandakan bahwa pengaruh pengetahuan dan promosi yang berpengaruh signifikan adalah terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah.

**Kata Kunci : Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Promosi, Minat Menabung.**

## ABSTRACTION

**Kasmawati. 105 25 0146 14.**Title of skripsi : The Influence of Knowledge of Service Quality and Promotion Against the Low Interest in Muslim Society Saving at Islamic Banks in Regency. Bulukumba. Supervised by **SIRAJUDDING and of AGUSSALIM HARRANG**

This type of research is a quantitative research, which aims to find out the effect of knowledge on service quality and promotion on the low interest of Muslim communities to save at Islamic banks in the district of Bulukumba.

The total sample in this study amounted to 65 respondents. Data collection is done by distributing questionnaires or questionnaires. Furthermore, the data obtained through these instruments are then processed through the Statistical Package For The Social Sciences (SPSS) application.

The results of this study indicate that knowledge and promotion have a significant effect on the low interest of the Muslim community in saving the sharia bank and the quality of service does not affect the low interest of the Muslim community to save in Islamic banks. As the calculated result of Count is 2.513 and T table is 1.997, it can be concluded that the knowledge and promotion variables influence the interest of the Muslim community to save in Islamic banks based on the results of the determination test has an influence of 42% and the remaining 58%, influenced by other factors not examined in this research. This shows that the effect of service quality has no effect and this indicates that the influence of knowledge and promotion that have a significant effect on the low interest of the Muslim community to save in Islamic banks.

Keywords: Knowledge, Service Quality, Promotion, Savings Interest.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbialamin, puji dan syukur senantiasa teriring dalam setiap hela nafas atas kehadiran dan junjungan Allah SWT, Bingkisan salam dan shalawat tercurahkan kepada kekasih Allah, Nabiullah Muhammad SAW, para sahabat dan keluarganya serta ummat yang senantiasa istiqamah dijalan-Nya.

Tiada jalan tanpa rintangan, tiada puncak tanpa tanjakan, tiada kesuksesan tanpa perjuangan. Dengan kesungguhan dan keyakinan skripsi. Namun, semua tak lepas dari uluran tangan berbagai pihak lewat dukungan, arahan, bimbingan, serta bantuan moril dan materil. Maka melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tua tercinta bapak dan ibu, yang tiada henti-hentinya mendoakan, memberi dorongan moril maupun materi selama menempuh pendidikan. Terima kasih atas doa, motivasi dan bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Dr.H.Abd. Rahman Rahim, SE.,M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Bapak Drs.H.Mawardi Pewangi, M.Pd.I, selaku Dekan Fakultas Agama Islam
4. Bapak Ir.Dr.H. Muchlis Mappangaja, M.P. selaku ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr.H.Sirajuddin,S.E.M.S.i dan Bapak Dr.Agussalim Harang,S.E.,M.M. selaku pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu para dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
7. Saudara saya tercinta,Dewi Kasbania dan adik saya Dedi Kurniawan Nur Izka Azzahra dan Serli yang tidak henti-hentinya

mendoakan membantu dan selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi

8. Terakhir ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mereka yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tetapi banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis senantiasa mengharapkan kritikan dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun karena penulis yakin bahwa suatu persoalan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca terutama bagi pribadi penulis. Amin

Makassar, 26 September 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUNG</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>BERITA ACARA MUNAQASYAH</b> .....	iv
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	v
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN TEORI</b>	
A. Kajian Teori.....	8
1. Pengertian Bank Syariah .....	9
2. Misi Perbankan Islam.....	8
3. Produk-produk Bank Syariah .....	10
a. Penghimpun Dana.....	11

1) Prinsip Wadiah .....	12
2) Prinsip Mudharabah .....	14
b. Penyaluran Dana Produk .....	15
1) Pembiayaan dengan Prinsip Jual Beli .....	15
2) Pembiayaan Prinsip Bagi hasil .....	18
3) Pembiayaan dengan prinsip sewa .....	22
4) Pembiayaan dengan akad pelengkap produk .....	24
4. Produk Jasa Pebankan Syariah .....	24
5. Pengertian Nasabah .....	27
6. Pengertian Minat .....	27
7. Faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat muslim menabung .....	28
a. Pengetahuan .....	28
b. Pelayanan .....	29
c. Promosi .....	30
B. Kerangka Pikir .....	32
C. Kerangka Konseptual .....	33
C. Hipotesis .....	33

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
C. Variabel Penelitian .....	35
D. Definisi Operasional Variabel .....	36

E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	38
F. Instrumen Penelitian .....	39
G. Jenis dan Sumber Data.....	40
H. Teknik Pengumpulan Data .....	40
I. Metode Analisis Data .....	41

#### BAB 1V HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Unit Penelitian.....	45
B. Deskriptip Responden.....	48
C. Analisis Data.....	50
D. Pengujian Asumsi Klasik.....	52
E. Pengujian Hipotesis.....	56
F. Koefisien Determinasi.....	61
G. Faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah .....	62
H. Pembahasan.....	66

#### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.. .....	69
B. Saran .....	70

#### DAFTAR PUSTAKA

#### RIWAYAT HIDUP

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur .....	50
Tabel 4.3 Uji Validitas .....	51
Tabel 4.5 Uji Reabilitas .....	54
Tabel 4. 6 Uji Multikloneritas.....	55
Tabel 4. 8 Uji T .....	58
Tabel 4. 9 Uji F .....	60
Tabel 4. 10 Uji Analisis Regresi Berganda.....	61
Tabel 4.11 Uji Determinasi.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Table 4.4 Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas.....	56

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Sejak awal 1970 gerakan islam tingkat nasional telah memasuki bidang ekonomi dengan di perkenalkannya sistem ekonomi islam, sebagai alternatif terhadap sistem kapitalis dan sistem sosialis. wacana sistem ekonomi islam diawali dengan konsep ekonomi dan bisnis nonribawi.<sup>1</sup> Perkembangan industri perbankan syariah di Dunia diawali dari aspirasi masyarakat di negara-negara yang mayoritas muslim untuk me-miliki sebuah alternatif sistem perbankan yang Islami. Selain itu, masyarakat meyakini bahwa sistem perbankan syariah yang menerapkan bagi hasil sangat menguntungkan, baik untuk nasabah maupun untuk pihak bank syariah.

Menabung di bank syariah merupakan salah satu anjuran dalam Islam yang berkaitan dengan urusan keduniaan manusia, yang sebenarnya merupakan suatu bentuk ibadah kepada Allah karena menjalankan perintah Allah yang memerintahkan manusia untuk tidak melupakan urusan dunianya karena urusan dunia dan akhirat hendaknya diseimbangkan dan tidak dilupakan salah satunya. Salah satu tujuan adanya perintah menabung ini adalah agar umat Islam memiliki investasi untuk masa

---

<sup>1</sup>Karim A Adiwarmanto, Bank Islam analisis fiqh dan keuangan, (Jakarta: Pt. Rajagrafindo, 2014), h.2

depannya, sebagai bekal untuk menghadapi segala kemungkinan yang terjadi di masa yang akan datang, karena manusia tidak ada satupun yang tahu tentang apa yang akan terjadi di hari esok, kapan ia akan sehat, kapan ia akan sakit bahkan kapan dan dimana ia akan meninggal tidak seorangpun yang mengetahuinya, sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surah Lukman (31) ayat 34:

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنزِلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Terjemahan

*“Sesungguhnya Allah, Hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang hari Kiamat; dan Dia-lah yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal(.Al-luqman : 34).<sup>2</sup>*

Menabung adalah salah satu tindakan yang mempersiapkan tentang perencanaan-perencanaan masa yang akan datang serta sekaligus sebagai persiapan diri untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan di kemudian hari. Sebagaimana ayat yang sebelumnya menjelaskan tentang ketidak tahuan manusia akan apa yang akan terjadi pada dirinya di masa yang akan datang, sehingga usaha-usaha untuk menghadapi hal tersebut harus dilakukan sebagai bentuk ikhtiar kepada

---

<sup>2</sup> Q.S. Al-Luqman : 34

Allah Swt. yakni dengan cara menabung. Apalagi bagi seorang muslim yang sudah memiliki keluarga, maka dianjurkan kepadanya untuk memperhatikan masa depan keluarganya dan sangat dilarang untuk meninggalkan keluarganya dalam keadaan lemah dalam hal ekonomi sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surah An-Nisa (4) ayat 9:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ  
٢٠٠

*Terjemahan*

*“ Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar “(Qs.An-nisa:9)<sup>3</sup>*

Terkait dengan anjuran untuk menabung, maka umat Islam tentu membutuhkan suatu tempat untuk menabung yang sesuai dengan ajaran Islam yakni sesuai dengan Al-Qur'an dan hadist. Sehingga diperlukan suatu lembaga keuangan yang tidak hanya sebagai tempat untuk menyimpan uang masyarakat tetapi juga sebagai tempat yang berfungsi untuk mencegah masyarakat khususnya masyarakat muslim agar tidak terjebak dengan kegiatan perekonomian yang bertentangan dengan syariat Islam. Oleh karena itu salah satu solusi yang ditawarkan sebagai tempat menabung yang sesuai dengan syariat Islam adalah menabung di bank syariah.

Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan perbankan yang tidak hanya menjalankan fungsinya sebagaimana fungsi bank secara umum

---

<sup>3</sup>Q.S. An-nisa:9

tetapi juga harus menjalankan nilai-nilai ataupun prinsip-prinsip syariah Islam dalam semua aspek ataupun kegiatan operasionalnya tanpa terkecuali. Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan sistem alternatif yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulasi dalam bertransaksi keuangan.<sup>4</sup> Nilai-nilai keadilan tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan *margin* keuntungan yang disepakati bersama antara pihak bank syariah dan nasabah.

Jika memperhatikan potensi yang dimiliki oleh bank-bank syariah dengan asumsi dasar bahwa pasar utamanya adalah masyarakat muslim di Sul-sel mencapai 80 persen, seperti di Kabupaten Bulukumba, jumlah penduduk yang didominasi oleh pemeluk agama Islam. Namun, tidak semua masyarakat muslim di Kab. Bulukumba bertransaksi di Perbankan Syariah.

sehingga menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih melakukan transaksi di bank konvensional dengan berbagai macam alasan, diduga alasan-alasan tersebut disebabkan oleh hadiah dan bonus yang ditawarkan lebih menggiurkan, pelayanan bank syariah masih kalah cepat dengan konvensional, bunga yang diberikan lebih besar, belum

---

<sup>4</sup> Irwan Misbach, *Bank Syariah: Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan*, 2013, h. 2

paham dengan sistem dan operasional yang diterapkan pada bank syariah, serta rasa nyaman terhadap bank konvensional karena mereka lebih dulu mengenal bank konvensional daripada bank syariah dan jangkauan pelayanan yang di miliki oleh bank-bank syariah dan bank syariah baru menjangkau kalangan masyarakat perkotaan, itupun masih terbatas sementara masyarakat kabupaten-kabupaten lain yang belum di jangkau dengan baik padahal potensi nasabah terutama jika dasar berpikirnya kalangan muslim,tentu mayoritas di daerah.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Pengetahuan Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah Kab.Bulukumba**

## **B.Rumusan Masalah**

1. Apakah pengaruh pengetahuan berpengaruh terhadap Rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah kab.bulukumba?
2. Apakah pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah kab.bulukumba ?

3. Apakah pengaruh promosi berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah kab.bulukumba ?
4. Apakah pengaruh pengetahuan,kualitas pelayanan dan promosi bersama-sama berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah kab.bulukumba ?

### **C.Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengetahuan berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah kab.bulukumba
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah kab.bulukumba
3. Untuk mengetahui promosi berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah kab.bulukumba
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan,kualitas pelayanan dan promosi bersama-sama berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah kab.bulukumba

### **D. Manfaat Penulisan**

Adapun manfaat penelitian yaitu:

- a. Penelitian ini sebagai salah satu kajian mengenai pengaruh pengetahuan kualitas pelayanan dan promosi terhadap rendahnya minat masyarakat muslim dalam menabung di bank syariah kab.bulukumba

- b. Bagi civitas akademika diharapkan dapat memberikan kontribusi langsung terhadap pengembangan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh pengetahuan kualitas pelayanan dan promosi terhadap rendahnya minat masyarakat muslim dalam menabung di bank syariah kab.bulukumba
- c. Bagi penulis, untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh pengetahuan kualitas pelayanan dan promosi terhadap rendahnya minat masyarakat muslim dalam menabung di bank syariah kab.bulukumba

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### **A. Kajian Teoritis**

##### **1. Pengertian Bank Syariah**

Bank Syariah menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang bank syariah Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, bahwa yang dimaksud dengan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

- a. Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank non devisa.
- b. Unit Usaha Syariah, yang selanjutnya disebut UUS, adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang yang berkedudukan di luar negeri yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan / atau unit syariah.

c. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.<sup>5</sup> Pengertian Syariah dijelaskan dalam UU No.10 tahun 1998 pasal 13 sebagai berikut : Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha,atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.

## 2. Misi dan Prinsip Operasional Perbankan Islam

### a. Misi perbankan islam

Fungsi yang di jalankan oleh bank islam ini di harapkan dapat menutup kegagalan fungsi sebagai lembaga intermediasi yang gagal dilaksanakan oleh bank konvensional.adapun beberapa fungsi dari di-dirikannya perbankan islam

- 1) Mengarahkan agar umat islam dalam melaksanakan kegiatan muamalahnya secara islami,terhindar dari praktik riba serta praktik yang lain yang mengandung unsur gharar dimana jenis-jenis usaha negatif terhadap kehidupan perekonomian masyarakat.
- 2) Dalam rangka menciptakan keadilan dalam bidang ekonomi dengan melaukukan pemerataan pendapatan melalui berbagai kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan ekonomiyang besar antara pemilik modal dengan mereka yang membutuhkan dana.

---

<sup>5</sup> Soemitra Andri,*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*,kencana,2014.hal 61

- 3) Dalam rangka meningkatkan kualitas hidup umat manusia dengan jalan membuka peluang usaha yang lebih besar, terutama kepada kelompok miskin serta mengarahkan mereka untuk menjalankan kegiatan usaha yang produktif.
- 4) Dalam rangka membantu penanggulangan masalah kemiskinan yang terjadi di negara-negara sedang berkembang yang ironisnya banyak di huni oleh umat islam. upaya yang dilakukan oleh bank islam dalam usahanya pengentasan kemiskinan ini adalah berupa pembinaan nasabah yang lebih menonjol dengan sifat kebersamaan dari siklus usaha yang lengkap, seperti program pembinaan pengusaha produsen, pembinaan perdagangan perantara, program pembinaan modal kerja, serta di kembangkannya program pengembangan modal bersama.
- 5) Untuk menjaga tingkat stabilitas dari ekonomi moneter dan juga untuk menghindari persaingan yang tidak sehat yang mungkin dapat terjadi antara lembaga keuangan.<sup>6</sup>

### 3. Produk-produk Bank Syariah

Perbankan syariah berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*) antara unit-unit ekonomi yang mempunyai kelebihan dana (surplus of funds) dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana (lack of funds). Karenanya, untuk menjalankan fungsi intermediasi tersebut, lembaga perbankan akan

---

<sup>6</sup> Huda, Nurul dan Heykal Muhammad, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Jakarta: Predanamedia Group, 2010), h. 38-39

melakukan kegiatan usaha berupa penghimpunan dana, penyaluran dana serta menyediakan berbagai jasa transaksi keuangan kepada masyarakat.<sup>7</sup> Produk-produk perbankan syariah sebagai lembaga intermediasi keuangan yang menjalankan kegiatan penghimpunan dana, penyaluran dana, dan jasa transaksi keuangan adalah sebagai berikut:

#### 1. Penghimpun Dana

Produk penghimpunan dana dalam bank syariah dapat diwujudkan baik dalam bentuk simpanan maupun investasi. Penghimpunan dana dalam bentuk simpanan wujudnya berupa giro dan tabungan, berdasarkan akad-akad yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Sedangkan dalam bentuk investasi wujudnya berupa deposito yang juga dengan menggunakan akad yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, yakni dengan menggunakan prinsip *Wadi'ah dan mudharabah*. Produk-produk penghimpunan dana/pendanaan bank syariah ditujukan untuk mobilisasi dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan yang adil dapat dijamin bagi semua pihak.

Tujuan mobilisasi dana merupakan hal penting karena Islam secara tegas mengutuk penimbunan tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan sosial ekonomi Islam. Dalam hal ini, bank syariah melakukannya dengan tidak menggunakan prinsip bunga (riba), melainkan prinsip-prinsip yang sesuai

---

<sup>7</sup>Ascarya, *Produk dan Akad-akad Bank Syariah* ( Jakarta : Rajawali pers,2013),h.112

dengan syariat Islam yakni terutama *Wadi'ah* dan *mudharabah* adalah sebagai berikut :

a. Prinsip Wadiah

Prinsip titipan atau simpanan dalam tradisi fiqh islam,yang kenal dengan prinsip *al-wadi'ah*.*Al-wadiah* dapat diartikan sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain,baik itu individu maupun badan hukum, yang harus di jaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.<sup>8</sup>

Akad berpola titipan (Wadi'ah) ini terbagi atas dua adalah sebagai berikut :

1). Wadi'ah Yad-Amanah

Pada awalnya,wadiah uncul dala bentuk yad al-amnah (*tangan amanah* ),yang kemudian dalam perkembangannya, memunculkan yadh – dhamanah (tangan penanggung). Secara umum titipan wadiah amanah adalah titipan murni dari pihak penitip (*uwaddi'*) yang mempunyai barang/aset kepada pihak penyimpan (*ustawda*) yang di beri amanah/kepercayaan. Barang/aset yang di titipkan adalah sesuatu yang berharga yang dapat berupa uang,dokuen,surat berharga atau barang berharga lainnya. Dala Konteks ini , pada dasarnya pihak penyipan sebagai penerima kepercayaan yad al-anh (*tangan amnah*) y6ang berarti bahwa ia tidak di haruskan bertanggung jawab jika sewaktu dala penitipan terjadi kehilangan atau kerusakan pada barang aset titipan, selaa hal itu bukan akibat dari kelalaian dan kecerobohan yang bersangkutan dalam

---

<sup>8</sup> Syafi'i Antonio,*Bank Syariah: dari teori ke praktik*,(Jakarta:Gema Insani,2001),h.85

memelihara barang/aset titipan. Biaya penitipan boleh di bebaskan kepada pihak penitip sebagai kompensasi atas tanggung jawab pemeliharaan, dengan prinsip ini, pihak penyimpan tidak boleh menggunakan atau memanfaatkan barang/aset yang di titipkan, melainkan hanya menjaganya.

## 2) Wadi'ah Yad Dhamanah

Pihak penyimpan dengan atau tanpa izin pemilik barang dapat memanfaatkan barang yang di titipkan dan bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang yang disimpan. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang tersebut menjadi hak penyimpan.<sup>9</sup> Prinsip Wadi'ah yad dhamanah merupakan prinsip dari yad al-amanah (tangan amanah) kemudian berkembang prinsip yad-dhamanah (tangan penanggung) yang berarti bahwa pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang/aset titipan. Hal ini berarti bahwa pihak penyimpan *trustee* yang sekaligus guarantor barang/aset yang di titipkan.

Ini juga berarti bahwa pihak penitip telah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk mempergunakan barang/aset yang di titipkan tersebut untuk aktivitas perekonomian tertentu dengan catatan bahwa pihak penyimpanan akan mengembalikan barang/aset yang di titipkan secara utuh pada saat penyimpan menghendaki.<sup>10</sup> Sebagai konsekuensi dari wadi'ah yad dhamanah, semua keuntungan yang dihasilkan dari dana titipan

---

<sup>9</sup> Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga terkait Bmi & tafakul di Indonesia* (Jakarta: Pt. Rajagrafindo, 2002), h.32

<sup>10</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Paramedia group, 2013), h.63

tersebut menjadi milik bank (deikian juga ia adalah penanggung dari segala kerugian). Sebagai imbalan, sipemilik barang sebagai penerima titipan juga di perbolehkan untuk eberikan bonus kepada nasabah dari keuntungan bank dengan catatan bahwa pemberian bonus tersebut tidak di persyaratkan sebelumnya dan tidak di tentukan jumlah nominal bonus tersebut,tetapi betul-betul urni dari kebijakan pihak manajemen bank.<sup>11</sup>

#### b. Prinsip Mudharabah

Secara etimologi mudharabah mempunyai arti berjalan diatas bumi yang biasa dinamakan bepergian, hal ini sesuai firman Allah dalam Qs.an-nisaa' (4) : 101

وَإِذَا ضَرَبْتُمْ فِي الْأَرْضِ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَقْصُرُوا مِنَ الصَّلَاةِ

Terjemahan

*“Dan apabila kamu bepergian di muka bumi, maka tidaklah mengapa kamu men-qashar sembahyang(mu).”<sup>12</sup>*

Secara terminologis mudharabah adalah kontrak (perjanjian ) antara pemilik modal (shahibul mal) dan pengguna dana (mudharib) untuk digunakan aktivitas yang produktif diana keuntungan dibagi dua antara peodal dan pengelola modal.kerugian jika ada ditanggung oleh pemilik modal ,jika kerugian itu terjadi dalam keadaan normal, pemodal tidak boleh intervensi kepada pengguna dana dala enjalankan usahanya.<sup>13</sup> Pengaplikasian prinsip mudharabah ini adalah nasabah dalam hal bertindak sebagai pemilik dana (shahibul mal) dan bank sebagai pengelola ( mudharib). Dana tersebut di pergunakan untuk melakukan murabahah

<sup>11</sup> Ibid.h.87

<sup>12</sup> Q.s. An-nisa:101

<sup>13</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta:Kencana,2012),h.193

dan ijarah. Kemudian hasil usaha ini akan dibagi hasilnya antara nasabah dengan pihak bank sesuai dengan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Prinsip mudharabah ini di aplikasikan pada produk tabungan dan deposito.<sup>14</sup>

## 2. Penyaluran Dana Produk

Penyaluran dana kepada nasabah yang dilakukan oleh bank syariah secara garis besar produk pembiayaan terbagi dalam empat kategori adalah sebagai berikut :

### a. Pembiayaan dengan Prinsip Jual Beli

#### 1) Ba'Al-Murabahah

Ba' al-murabahah atau yang lebih dikenal dengan istilah Murabahah adalah jual beli dengan harga aset ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Murabahah merupakan produk pembiayaan bank syariah yang dilakukan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli, namun murabahah bukan merupakan jual beli biasa antara satu pembeli dengan satu penjual saja sebagaimana yang kita kenal dalam dunia bisnis yang sering dilakukan dalam transaksi perdagangan diluar perbankan syariah, namun pada pembiayaan murabahah bank membiayai pembelian barang atau aset yang dibutuhkan oleh nasabah dengan membeli terlebih dahulu barang, kemudian setelah itu barang secara yuridis berada di tangan bank, kemudian bank menjual kepada nasabah. Dalam Ba' al-murabahah, penjual harus memberi tahu harga produk yang ia beli dan

---

<sup>14</sup> Misbah Irwan, Bank Syariah : *Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan* (Makassar : alauddin press, 2013), h. 2013

menentukan suatu tingkat keuntungan yang diinginkan sebagai tambahannya.<sup>15</sup>Dasar hukum al Murabahah Qs.al-baqarah : 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَاَ

Terjemahan

*padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.(Q.S.Al-Baqarah :275)*

Dalam pandangan fiqh islam,akad murabahah adalah akad amanah karena mensyaratkan penjual kedua enjelaskan harga beli pertama yang sebenarnya kepada pembeli kedua tanpa disertai saksi.oleh sebab itu ,jika penjual kedua tidak menjelaskan harga barang yang sebenarnya pada saat pembelian pertaa,aka hukum akad mudharabah adalah batal.<sup>16</sup>

Margin keuntungan adalah selisih harga jual dikurangi harga asal yang merupakan pendapatan bank syariah. Pembayaran dari segi harga barang dilakukan dengan secara tangguh atau dengan kata lain, dibayar lunas pada waktu tertentu yang disepakati.

## 2) Ba'i As-Salam

Ba'l as-salam adalah pembelian barang yang di serahkan kemudian hari,seandainya pembayaran di lakukan dimuka dan prinsip yang harus dianut adalah harus di ketui terlebih dahulu jenis, kualitas dan jumlah barang dan hukum awal pembayaran harus dalam bentuk uang.<sup>17</sup>Dalam masyarakat lebih dikenal dengan jual beli pesanan. Dalam transaksi bai

<sup>15</sup> Ibid,h.49

<sup>16</sup> Choli Nafis, *Teori Hukum Ekonomi Syariah* ( Bogor : Ui-Press,2011),h.168

<sup>17</sup> Silvanita Ktut, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta :Pt .Rajagrafindo,2002),h.187

as-salam mengharuskan adanya pengukuran atau spesifikasi barang yang jelas dan keridhaan para pihak. Dalam teknis perbankan syariah, salam berarti pembelian yang dilakukan oleh bank dan nasabah dengan pembayaran dimuka dengan jangka waktu penyerahan yang disepakati bersama. Umumnya transaksi ini diterapkan dalam pembiayaan barang yang belum ada seperti pembelian komoditas oleh bank untuk kemudian dijual kembali.

### 3) Bai Al-Istisnha

Merupakan merupakan bentuk khusus dari akad Ba'l as-salam, oleh karena itu ketentuan dalam Ba'l al-istisnha mengikuti ketentuan dan aturan Ba'l as-salam. Pengertian Ba'l al-istisnha adalah kontrak penjualan antara pembeli dan produsen (pembuat barang), kedua belah pihak harus saling menyetujui atau sepakat lebih dulu tentang harga dan sistem pembayaran. Kesepakatan harga dapat dilakukan di muka atau secara angsuran perbulan atau dibelakang.<sup>18</sup>

Produk istisnha menyerupai produk salam, namun istisnha pembayarannya dapat dilakukan dengan beberapa kali pembayaran. Dalam literatur fiqhi klasik, disebutkan bahwa istisnha merupakan lanjutan Ba'l as-salam sehingga ketentuannya dan aturannya mengikuti Ba'l As-salam. Penerapan ba'i al-istisnha dalam bank syariah menggunakan istisnha paralel yaitu bank (sebagai penerima pesanan/shani) menerima pesanan dari nasabah (pemesanan/mustahi') kemudian bank (sebagia

---

<sup>18</sup> Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Rajagrafindo, 2003), h. 225

pemesanan/mustasni') memesankan permintaan barang nasabah kepada produsen (penjual) dengan pembayaran dimuka, cicil atau di belakang, dan jangka waktu penyerahannya di sepakati bersama.<sup>19</sup>

#### b. Pembiayaan dengan Prinsip Bagi Hasil

##### 1) Al-Mudharabah

Mudharabah berasal dari kata dharb, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukul kakinya dalam menjalankan usaha.<sup>20</sup> Secara teknis, al-mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak yang pertama bertindak sebagai shahibul mal atau pemilik dana menyediakan seluruh dana (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.

Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang di tuangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan diakibatkan kelalaian pengelola.

Adapun jenis-jenis mudharabah terbagi atas dua adalah sebagai berikut :

- Mudharabah Muthlaqah

Adalah bentuk kerjasama antara shahibul mal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi usaha, waktu dan daerah bisnis.

---

<sup>19</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), h.99

<sup>20</sup> Syafi'i Antonio, *Bank Syariah : dari Teori Ke Praktik* (Jakarta : Gema Insani, 2001), h.95

- Mudharabah Muqayyadah

Adalah kebalikan dari mudharabah mutlaqah dimana pihak lain dibatasi oleh waktu dan spesifikasi usaha dan daerah bisnis. Aktivitas pendanaan akad mudharabah digunakan dalam produk tabungan dan investasi.

Tabungan mudharabah menggunakan akad mudharabah muthlaqah sedangkan investasi mudharabah menggunakan akad mudharabah muthlaqah untuk investasi yang tidak terikat dan mudharabah muqayyadah untuk investasi terikat. sementara itu dalam aktivitas pembiayaan, akad mudharabah muqayyadah digunakan untuk membiayai berbagai pembiayaan proyek investasi maupun modal kerja.<sup>21</sup>

## 2) Al-musyarakah

Al-musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.<sup>22</sup> adapun ayat mengenai al-musyarakah Qs.Shaad:24

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ <sup>ط</sup> وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ  
لِيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

### Terjemahan

"Daud berkata: "Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang

<sup>21</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta : Gemainsani,2013),h.76

<sup>22</sup> Syafi'i Antonio, *Bank Syariah : dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani,2001),h.90

berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh'(Shaad:24)<sup>23</sup>

Proporsi keuntungan dibagi antara mereka menurut kesepakatan yang telah ditentukan sedangkan kerugian apabila terjadi akan di tanggung bersama sesuai dengan persyaratan modal masing-masing. Landasan hukum pembiayaan musyarakah adalah Fatwa DSN UI No 08/DSN-UI/IV/2000 tentang pembiayaan musyarakah ada dua jenis, yaitu musyarakah kepemilikan dan musyarakah akad (kontrak) lainnya yang mengakibatkan pemilikan suatu aset oleh dua orang atau lebih.

Dalam musyarakah kepemilikan dua orang atau lebih berbagi dalam sebuah aset nyata dan berbagi pula dari keuntungan yang dihasilkan aset tersebut. Sedangkan musyarakah akad tercipta dengan cara kesepakatan di antara dua orang atau lebih setuju bahwa setiap orang dari mereka memberikan modal musyarakah, mereka pun sepakat berbagi keuntungan dan kerugian. Dalam musyarakah akad (al'aqad) jenis musyarakah terbagi menjadi empat adalah sebagai berikut :

- Syirkah al-awal

Adalah kontrak antara dua orang atau lebih setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja kedua pihak berbagi dalam keuntungan dan kerugian sebagaimana yang telah disepakati di antara mereka. Ayat ulaa ebolehkan jenis musyarakah ini.

---

<sup>23</sup> Q.S. Shaad :24

- Syirkah mufawadah

Adalah kontrak kerjasama dua orang atau lebih setiap pihak memberikan dana porsi dari keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja. setiap pihak ebagi keuntungan dan kerugian secara sama dengan demikian syarat utama dari jenis musyarakah ini adalah kesamaan dana yang diberikan ,kerja,tanggung jawab,dan beban hutang oleh masing-masing pihak.

- Syirkah A'mal

Adalah kontrak kerjasama dua orang profesi untuk menerima pekerjaan secara bersama dan berbagi keuntungan dari pekerjaan itu.

- Syirkah wujuh

Adalah kontrak dua orang atau lebih yang memiliki reputasi dan prestasi baik serta ahli dalam bisnis, mereka membeli barang secara kredit dari suatu perusahaan dan menjual barang tersebut secara tunai, mereka berbagi dalam keuntungan dan kerugian berdasarkan jaminan kepada penyuplai yang disediakan oleh tiap mitra. Jenis musyarakah ini tidak memerlukan modal karena secara kredit berdasarkan pada jaminan tersebut, karenanya kontrak ini pun lazim disebut sebagai usyarakah piutang.<sup>24</sup> Mazhab Hanafi dan Maliki membolehkan bentuk syirkah ini sedangkan Mazhab Shafi'i melarangnya. Musyarakah pada umumnya merupakan perjanjian yang berjalan terus sepanjang usaha yang dibiayai bersama terus beroperasi. Meskipun demikian, perjanjian musyarakah

---

<sup>24</sup> Askarya, Akad dan Produk-produk Bank Syariah (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), h.50

dapat diakhiri dengan atau tanpa enutup usaha.apabila usaha ditutup dan dilikuidasi, maka masing-masing mitra usaha dapat menjual sahamnya kemitra usaha lain dengan harga yang disepakati bersama.

Bank syariah dalam aplikasinya hanya menggunakan instruent syirkah al-mal,karena jenis syarikat inilah yang lebih sesuai dengan perdagangan saat ini.Produk-produk yang dikeluarkan elalui syarikat biasanya beraneka raga, diantaranya odal ventura,yaitu bank ikut memberikan modal terhadap suatu perusahaan dan dalam jangka waktu tertentu akan melepas kembali saha perusahaan tersebut kepada rekan kongsi. Di indonesia sudah ada banyak bank syariah yang enggunakan produk seperti ini,jenis usaha yang dibiayai antar lain perdagangan, industri (manufactaring) usaha atas dasar kontrak dan lain sebagainya.

Dalam kontrak al-musyarakah bank dala hal ini juga tidak boleh memberatkan nasabah dengan meberikan persyaratan agunan atau koleteral yang tidak di penuhi oleh nasabah, karena kontrak ini berbentuk kerjasaa bukan utangpiutang.

d. Pembiayaan dengan prinsip sewa

Kebutuhan aset investasi yang biayanya sangat tinggi dan eerlukan waktu yang relatif lama untuk memproduksinya pada umumnya tidak dilakukan dengan cara berbagi hasil atau kepemilikannya dengan resikoya terlalu tinggi atau kebutuhan modalnya tidak terjangkau. Kebutuhan investasi seperti itu dapat dipenuhi pebiayaan berpola sewa dengan akad ijarah atau akad ijarah muntahiyah bittamlik. Selain itu

pembiayaan ijarah juga dapat di gunakan untuk pembiayaan perlatan industri, mesin-mesin pertanian, dan alat-alat transportasi.ijarah ialah akad pemindahan hak guna atas pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pebayayaran upah sewa, tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.

Ijarah merupakan perjanjian sewa menyewa barang dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa, atau dapat pula diartikan bahwa ijarah adalah transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau upah-mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui imbalan jasa, sehingga konsep ini secara etimologi berarti upah atau sewa, ahli sewa mendefinisikan dengan menjual manfaat, kegunaan jasa dengan pembayaran yang telah ditetapkan.<sup>25</sup> hal itu sesuai dengan sabda Rasulullah :

“Rasulullah saw, telah melarang menyewa memperkerjakan seorang pekerja, sehingga dijelaskan padanya mengenai upahnya”. (H.R.Ahmad)<sup>26</sup>

Landasan hukum dari akad ijarah ini adalah fatwa DSN/UI No.09/DSN-UI/IV/2000 tentang pembiayaan ijarah. Bank syariah dengan cara ini, dapat mengambil manfaat dengan tetap menguasai kepemilikan aset dan pada waktu yang sama menerima pendapatan dari sewa. Penyewa juga dapat mengambil manfaat dari skim ini dengan terpenuhinya kebutuhan investasi yang mendesak dan mencapai tujuan

---

<sup>25</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2012), h.24

<sup>26</sup> H.R.Ahmad, no.11279

dalam waktu yang wajar tanpa harus mengeluarkan biaya modal yang besar.

Selain akad ijarah pembiayaan dengan prinsip sewa juga dapat dilakukan dengan akad ijarah muntahiyyah bittalik, yaitu akad transaksi sewa dengan perjanjian untuk menjual atau menghibahkan objek sewa di akhir periode sehingga transaksi ini diakhiri dengan kepemilikan objek sewa.<sup>27</sup>

#### e. Pembiayaan dengan Akad Pelengkap Produk

Pelengkap produk yang biasa dijadikan sebagai kad pelengkap yakni produk produk Ar-Rahn. Ar-Rahn adalah menahan salah satu dari harta pemiliki peminan sebagai jainan atas harta yang dipinjamnya. barang yang dijadikan jaminan tersebut harus memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya, secara sederhana rahn dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai.<sup>28</sup>

### 3. Produk Jasa Perbankan Syariah

Adapun produk jasa perbankan adalah sebagai berikut :

#### a) Al – Wakalah

Wakalah atau perwakilan adalah berarti penyerahan, pendelegasian, atau pemberian mandat. Akan tetapi adapun yang dimaksud dengan al-wakalah yang diaplikasikan perbankan terjadi

---

<sup>27</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 103

<sup>28</sup> Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 120

apabila nasabah memberikan nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu.<sup>29</sup>

b) Al – Kafalah

Menurut mazhab maliki dan hambali kafalah menjadikan seseorang (penjamin )ikut bertanggung jawab dala pelunasan hutang. Al-kafalah merupakan jaminan yang di berikan oleh penanggung (kafil) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dala pengertian lain,kafalah juga berarti pengalihan tanggung jawab seseorang yang di jamin dengan berpegangan pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

c) Hawalah

Hawalah Adalah pengalihan utang/piutang dari orang yang berutang/berpiutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya/menerimanya. Dalam istilah para ulama,hal ini merupakan pemindahan beban utang dari muhil ( orang yang berutang) menjadi tanggungan orang yang berkewajiban membayar utang. Hal itu berdasarkan sabda rasulullah :

“ Penundaan pembayaran hutang tanpa udzur oleh orang kaya adalah suatu kezhaliman. Jika salah seorang diantara kamu dilimpahkan piutangnya kepada orang kaya, maka hendaklah dia menerimanya”(H.R.At-Tirmidzi)<sup>30</sup>

Hawalah adalah akad pemindahan piutang suatu pihak kepada pihak lain, dala hal ini ada tiga pihak, yaitu pihak yang berutang (muhin

---

<sup>29</sup> Karim Adiwarmarman,*Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan* ( Bandung: PT.Rajagrafindo,2004),h.97

<sup>30</sup> H.R.At-Tirmidzi,no.2404

atau madin), pihak yang memberi utang (muhal atau da'ii) dan pihak yang menerima pemindahan (muhak'alaih ). Akad hawalah ini diterapkan pada factoring atau anjak piutang yaitu para nasabah yang memiliki piutang kepada pihak ketiga memindahkan piutang itu kepada bank. Hawalah juga diterapkan pada Post-dated Check, yaitu bank yang bertindak sebagai juru tagih, tanpa membayar terlebih dahulu piutang tersebut. Hawalah ini juga diterapkan ada Bill Discounting, diaan pada prinsipnya saa dengan konsep hawalah, hanya saja dala gill discounting, nasabah harus membayar fee yang tidak dikenal pada hawalah lainnya. adapun terdapat beberapa jasa layanan syariah lainnya yaitu :

#### 1. Sharf

Sharf adalah pertukaran uang dengan uang, pertukaran uang yang dimaksud disini adalah pertukaran valuta asing, yaitu mata uang asing dipertukarkan dengan mata uang domestik atau mata uang lainnya. Dalam proses jual beli mata uang yang tidak sejenis, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama.

#### 2. Al – Qard

Adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih kembali dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Dalam literatur fiqh klasik, Qard dikategorikan dalam akad *tathaawwui* atau akad saling membantu dan bukan transaksi komersial. Sedangkan aplikasi pada dunia perbankan syariah berupa *Al-Qard Al-Hasan* sebagai bentuk subangsi kepada dunia usaha kecil. Pada prinsipnya *qarh hasan* adalah

pinjaman yang ditujukan untuk kebaikan dimana pihak yang diberi pinjaman hanya cukup mengembalikan pinjamannya saja tanpa harus ada tambahan yang di bayar.

#### 4. Pengertian Nasabah

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Noor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang dimaksud Nasabah adalah 'pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau Unit Usaha Syariah'. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah dan atau unit usaha syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah investor adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah dan atau unit usaha syariah dala bentuk investasi berdasarkan akad antara bank syariah dan atau unit usaha syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah penerima fasilitas adalah nasabh yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan yang berdasarkan prinsip syariah.

#### 5. minat

Minat berarti kecenderungan atau kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Inat dala kamus besar bahasa indonesia diartikan sebagai " sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan".<sup>31</sup>Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan yang tertentu. Inat adalah rasa suka(senang) dan rasa tertarik

---

<sup>31</sup>Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999). h.22

pada suatu objek atau kativitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk encari objek yang disenangi tersebut.

Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengabilan keputusan dan pengembalian yang mencakup penentuan apa yang kan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.<sup>32</sup>

7. Faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat muslim menabung

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi dalam rendahnya minat masyarakat muslim menabung adalah sebagai berikut :

a. Pengetahuan

Pengetahuan masyarakat adalah semua informasi yang dimiliki masyarakat mengenai macam– macam produk dan jasa perbankan syariah, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan bank syariah. Sosialisasi sangat penting untuk memberikan pengetahuan kepada masyarkat tentang kelebihan dan keunggulan bank syariah. Sosialisasi ini haris melibatkan pemerintah dan semua kalangan masyarakat untuk memperkenalkan bank syariah kepada masyarkat.

---

<sup>32</sup> Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 141

## b. Pelayanan

Istilah layanan dapat dipresepsikan berbeda-beda dalam konteks yang berlainan. Dalam dunia perbankan tidak terlepas pada masalah persaingan baik, masalah *rate/margin* maupun masalah pelayanan. Dari hasil survey membuktikan bahwa kualitas dan pelayanan merupakan hal yang paling di pertimbangkan masyarakat dalam memilih bergabung dengan suatu bank, sehingga sangat perlu melakukan pelayanan yang sebaik mungkin kepada nasabah agar banyak masyarakat yang mau bertransaksi.<sup>33</sup>

Penilaian nasabah terhadap jasa perbankan berkaitan dengan tingkat subjektivitas, aspirasi, emosi kepuasan, keengganan dan suasana hati. setidaknya ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan oleh bank yang mampu mengarahkan operasional bank pada kualitas layanan jasa yang baik, diantaranya yang paling penting adalah akses. Akses ini berhubungan dengan letak bank yang strategis pasar sasaran, serta kemampuan yang mampu memberikan pelayanan yang cepat.<sup>34</sup>

Berkaitan dengan pasar sasaran, bank syariah selama ini masih berpusat di kota sehingga pasar-pasar yang potensial di daerah-daerah (desa) tidak mampu dimanfaatkan karena jaringan kantor yang tidak ada, bahkan di kota-kota yang menjadi pusat perkembangannya masih terbilang sedikit. Untuk bisa menambah jumlah nasabah maka ,pembukaan jaringan kantor-kantor menjadi hal yang sangat penting,

---

<sup>33</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 142

<sup>34</sup> Hasan Ali, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 88

karena nasabah bisa mengakses dan mendapat pelayanan bank syariah jika terdapat kantor yang bisa diakses.<sup>35</sup>

### c. Promosi

Promosi merupakan kegiatan marketing mix dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan produk dan jasa lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung. Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.<sup>36</sup>

Promosi suatu teknik komunikasi yang di rancang untuk menstimulasi konsumen pembeli. Tujuan dari promosi untuk meningkatkan penjualan.<sup>37</sup> Ada hal yang diperhatikan, yaitu bauran promosi yang terdiri dari :

- 1) Iklan yaitu semua bentuk terbayar dari presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa yang melalui sponsor yang jelas
- 2) Promosi penjualan adalah sebagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa.
- 3) interaktif yaitu kegiatan dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra atau menciptakan penjualan produk dan jasa.

---

<sup>35</sup>Gitusudarmono, indriyo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta:BPFE, 2009), h. 235

<sup>36</sup> Lupiyodi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 120

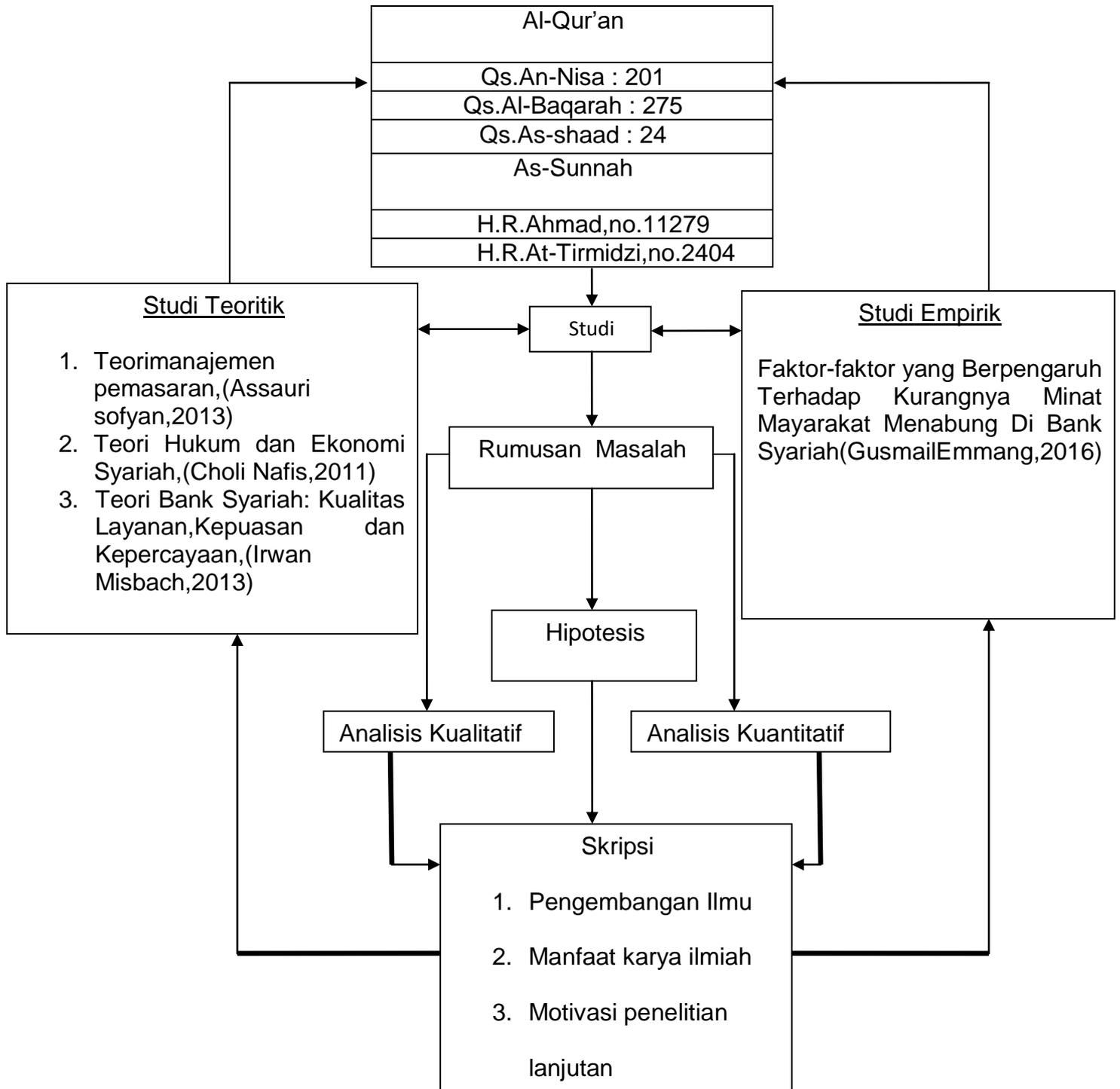
<sup>37</sup> Renald kasali, *Modul kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Mizan publika, 2010), h. 156

- 4) Hubungan masyarakat dan publisitas yaitu beragam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk. Bentuk hubungan masyarakat dan publisitas adalah peralatan media, seminar, media identitas dan majalah perusahaan.<sup>38</sup>

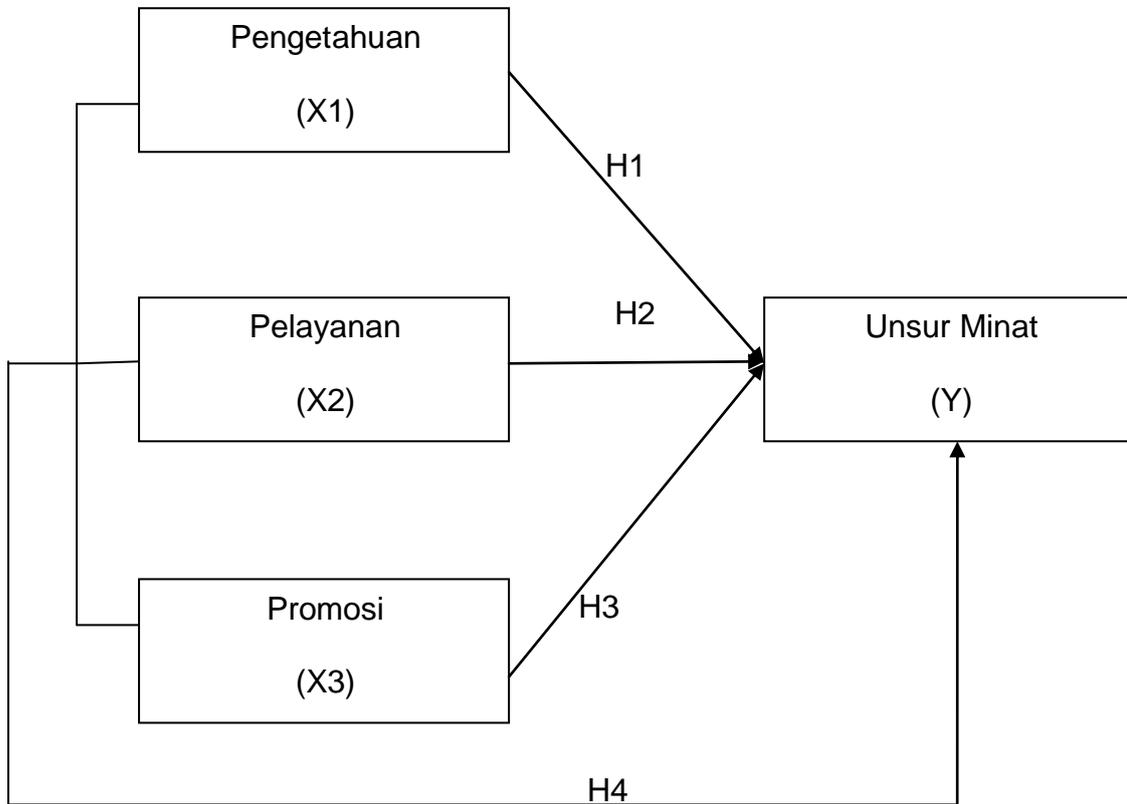
---

<sup>38</sup> Kotler philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2010). h. 180

## B.Kerangka Pikir



### C.Kerangka Konseptual



#### Keterangan :

Berdasarkan gambar, Maka peneliti akan menguji pengaruh  $X_1$  (Pengetahuan) terhadap  $Y$  (Unsur Minat),  $X_2$  (Pelayanan) terhadap  $Y$  (Unsur Minat),  $X_3$  (Promosi) terhadap  $Y$  (Unsur Minat) ,serta  $X_1$  (Pengetahuan),  $X_2$  (pelayanan) dan  $X_3$  (Promosi) secara bersama-sama berpengaruh terhadap  $Y$  (unsur minat )

#### C.Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian,yang dimana rumusan masalah itu dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.sehinggajawaban yang diberikan berdasarkan

yang relevan, yang belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Sehingga hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah dalam penelitian, namun belum terdapat jawaban yang empiris.

Adapun hipotesis yang terdapat dalam penelitian adalah sebagai berikut.

H1: Diduga Variabel pengetahuan berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim dalam menabung di bank syariah

H2: Diduga Variabel Pelayanan berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim dalam menabung di bank syariah

H3: Diduga Variabel Promosi berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah

H4: Diduga secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini yaitu metode Kuantitatif : “metode penelitian yang menggunakan pendekatan kalkulasi *numerik* (angka), dimana penelitian ini dilakukan untuk mencari berbagai variabel yang menjadi objek penelitian.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Adapun lokasi dalam penelitian berada di Kel.Loka Kab.Bulukumba. waktu yang di gunakan dalam penelitian ini kurang lebih dari 2 (dua) bulan yakni mulai bulan juli dan agustus 2018.

#### **C. Variabel Penelitian**

##### 1. Variabel bebas (independent variable)

merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel bebas Pengetahuan (X1), Pelayanan (X2), dan promosi (X3)

##### 2. Variabel terikat ( dependent variabel )

merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam hal penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah minat masyarakat muslim

#### **D. Definisi operasional variabel**

Penelitian ini menggunakan satu variabel dependen atau variabel terikat (Y) dan tiga variabel independen (X). definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independent atau variabel bebas yaitu, variabel yang menjadi sebab terjadinya (terpengaruhnya) variabel dependent (variabel terikat). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Pengetahuan (X1), Pelayanan (X2), dan promosi (X3)

a. Pengetahuan (X1)

Pengetahuan adalah hasil pengindraan manusia atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya, yaitu indera pengelihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan dapat pula diartikan sebagai seluruh pemikiran, ide , gagasan , konsep dan pemahaman manusia. Indikator dari pengetahuan yaitu: pendidikan, media, keterpaparan informasi, pengetahuan ilmiah

b. Pelayanan (X2)

merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen. Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang terjadi sebagai adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Adapun indikator-indikator dari variable ini adalah: pengetahuan terhadap produk

dan jasa perbankan syariah, kualitas pelayanan, peralatan (fasilitas) keterampilan dan penampilan.

c. Promosi (X3)

Promosi merupakan kegiatan marketing mix dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan produk dan jasa lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung. Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau yang ingin dimiliki oleh konsumen. Indikator-indikator dalam variabel ini adalah: kualitas produk, keragaman produk.

a. Variabel dependen

Variabel dependent adalah variabel terikat, variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independent. Variabel dependent dalam penelitian ini adalah kurangnya minat menabung (Y), yaitu rendahnya minat terhadap produk bank syariah. Minat timbul dalam diri individu karena tertarik pada suatu hal dan hal tersebut dirasa berguna untuk bermanfaat bagi kebutuhan hidupnya. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang diinginkan bila orang tersebut diberi kebebasan untuk memilih.

## E.Populasi dan Sampel

### 1.Populasi

Populasi adalah kumpulan dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu,jelas dan lengkap yang akan diteliti (bahan penelitian).Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim Kel.Loka Kab.Bulukumba yang berjumlah penduduk sebanyak 4.252 orang. Dari jumlah tersebut sebanyak 180 orang yang kemudian akan menjadi objek penelitian.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. untuk mendapat informasi dari setiap anggota populasi, peneliti harus menentukan sampel yang sejenis atau yang mampu mewakili populasi dalam jumlah tersendiri.<sup>39</sup> Penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan teknik sampling non probability dengan metode quota sampling yaitu pengambilan anggota sampel dengan menentukan responden yang akan di teliti. Mengingat besarnya jumlah masyarakat muslim Kab.Bulukumba, serta keterbatasan dari peneliti untuk menjangkau semua populasi yaitu adanya keterbatasan dari segi waktu, biaya, maupun kemampuan peneliti. Dari populasi tersebut dalam pada saat penelitian berlangsung peneliti menggunakan rumus *slovin* ,sebagai berikut :

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

---

<sup>39</sup> Wiratna Suwarjeni, *Metode Penelitian*, (Jakarta:PT.Bumi Aksara,2012),h.65

Keterangan

$n$  = Jumlah Sampel : 65

$N$  = Jumlah Populasi : 185

$e$  = Batas Toleransi Kesalahan 10% : 0,1

$$n = \frac{185}{1 + 185 \cdot (0,1)^2}$$

$n = 65$

## **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Pengumpulan data dalam suatu penelitian membutuhkan beberapa instrumen sebagai alat untuk mendapatkan data yang akurat dalam suatu penelitian. Maka dalam penelitian ini, akan digunakan beberapa instrumen berupa catatan, angket/kuesioner, pedoman wawancara dan alat perekam. Untuk dapat dikatakan instrumen penelitian yang baik, paling tidak memenuhi lima kriteria, yaitu: validitas, reliabilitas, sensitivitas, objektivitas, dan fisibilitas.

Maka penulis hanya memilih dua instrumen penelitian untuk menguji kevalidan suatu data.

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan instrumen penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud kelayakan.

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang yang seharusnya dilakukan.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dapat menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Alat ukur yang akan digunakan adalah *cronbachalpha* melalui program komputer *Excel Statistic Analysis & SPSS*.<sup>40</sup> Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbachalpha*  $>0,60.59$

## G. Jenis Dan Sumber Data

pada penelitian ini jenis data menggunakan data kuantitatif. Jenis data kuantitatif yang diperoleh melalui kuesioner sebagai instrumen penelitian. Adapun sumber data pada penelitian adalah sebagai berikut

1. Data primer adalah data yang di peroleh responden melalui kusioner atau hasil wawancara peneliti dengan narasumber.<sup>41</sup>
2. Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara.

## H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik memperoleh data sebagai bahan dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik sebagai berikut:

---

<sup>40</sup> Sugiyono, Statistik Untuk Penelitian, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.99

<sup>41</sup> Sarwono jonathan, *Metode Penelitian kuantitatif dan metode kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h.123

### 1) Studi Lapangan

Studi lapangan adalah metode yang dilakukan oleh peneliti dengan cara pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

### 2) wawancara

wawancara adalah pembicaraan secara langsung kepada responden untuk memperoleh data sesuai peneliti butuhkan.

### 3) kuesioner

Kuesioner adalah serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden, setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepada petugas atau peneliti. observasi atau pengamatan adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.

### 4) Dokumen

Dokumen adalah data yang diperoleh dalam arsip dan data best.<sup>42</sup>

## **I. Metode analisis data**

### **a. Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen dan variabel dependen.

Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

---

<sup>42</sup> Bungin burhan, *metode penelitian kuantitatif*, 2005. hal. 133-144

Keterangan

$Y$  = Variabel Dependent

$b_0$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi dari  $X_1$

$b_2$  = Koefisien regresi dari  $X_2$

$b_3$  = Koefisien Regresi dari  $X_3$

$X_1$  = Pengetahuan

$X_2$  = Pelayanan

$X_3$  = Promosi

$e$  = *error term* (Variabel Pengganggu)

#### b. Uji Koefisien Determinasi

Adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar kemampuan variabel independent menjelaskan variabel dependent. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi maka dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependent.

#### c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk menguji kesalahan model regresi yang di gunakan untuk penelitian.

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model dalam regresi, apakah variabel dependent dan variabel independent keduanya mempunyai kontribusi normal atau tidak. Jika distribusi data adalah normal

maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

## 2) Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk menjelaskan kemungkinan terdapat hubungan antara variabel dependent dan variabel independent yang lain.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, jika *variance* berbeda maka disebut Heteroskedastisitas.

### **d. Uji Hipotesis**

Untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini di lakukan uji t dan uji f.

#### 1) Uji Parsial (Uji – t )

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent secara individu berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependent. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta = 0$ , adalah tidak ada pengaruh signifikan antara pengetahuan, kualitas pelayanan dan promosi terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung bank syariah

$H_a : \beta \neq 0$ , ada pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan, kualitas layanan dan promosi terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung.

## 2) Uji Simultan ( Uji – F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen didalam model secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependent yang di gunakan perumusan hipotesis pada uji f adalah :

$H_0 : \beta = 0$ , adalah tidak ada pengaruh signifikan antara pengetahuan, kualitas pelayanan dan promosi terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung bank syariah

$H_a : \beta \neq 0$ , ada pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan, kualitas layanan dan promosi terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Unit Penelitian

Kabupaten Bulukumba terletak dibagian selatan jazirah Sulawesi dan berjarak kurang lebih 153 kilometer dari Ibu Kota Provinsi Sulawesi Selatan  $05^{\circ}2'c-05^{\circ}40'$  lintang selatan dan  $119^{\circ}58'c-120^{\circ}28'$  bujur timur. Adapun batas-batas wilayah administrasi Kabupaten Bulukumba adalah :

- Sebelah Utara, berbatasan dengan Kabupaten Sinjai
- Sebelah Timur, berbatasan dengan Teluk Bone
- Sebelah Selatan, berbatasan dengan Laut Flores
- Sebelah Barat, berbatasan dengan Kabupaten Bantaeng

Luas wilayah Kabupaten Bulukumba sekitar 1.154,7 atau sekitar 2,5 persen dari luas wilayah Sulawesi Selatan yang meliputi 10 (sepuluh) kecamatan dan terbagi ke dalam 27 kelurahan dan 109 desa. Ditinjau dari segi luas Kecamatan Gantarang dan Bulukumpa merupakan dua wilayah kecamatan terluas masing-masing seluas 173,51 dan 171,33 sekitar 30 persen dari luas kabupaten. Kemudian disusul kecamatan lainnya dan terkecil adalah Kecamatan Ujung Bulu yang merupakan pusat kota Kabupaten dengan luas 14,44 atau 1 persen.

#### 1. Gambaran Umum Kelurahan Loka

Kelurahan Loka merupakan wilayah Kecamatan Ujung Bulu merupakan ibukota Kabupaten Bulukumba dengan luas wilayah 14,44

km. Adapun batas-batas wilayah administrasi Kecamatan Ujung Bulu adalah :

- Sebelah Utara, berbatasan dengan Kecamatan Gantarang
- Sebelah Timur, berbatasan dengan Kecamatan Ujung Loe
- Sebelah Selatan, berbatasan dengan Laut Flores
- Sebelah Barat, berbatasan dengan Kecamatan Gantarang

Kecamatan Ujung Bulu terbagi menjadi 9 bagian wilayah kelurahan yaitu : Kelurahan Bintarore, Kelurahan Kasimpureng, Kelurahan Tanah Kongkong, Kelurahan Bentenge, Kelurahan Terang-Terang, Kelurahan Caile, Kelurahan Kalumeme dan kelurahan Loka dan Kelurahan Ela-Ela. Kelurahan Kalumeme memiliki luas terbesar dengan luas wilayah 4,33 km, sedangkan Kelurahan Terang-Terang memiliki wilayah terkecil dengan luas wilayah 0,20 km.

Dalam Kecamatan Ujung Bulu terdapat Kelurahan Loka salah satu wilayah Kabupaten Bulukumba yang memiliki luas wilayah 0,68 Km, dan terbagi menjadi 3 bagian wilayah lingkungan yaitu : Lingkungan BT. Matene yang mempunyai jumlah penduduk 1537, Lingkungan BT.Kamase yang mempunyai jumlah penduduk 1491 dan Lingkungan Loka yang mempunyai jumlah penduduk 1224 secara keseluruhan jumlah penduduk kelurahan loka yang didominasi berbagai macam perbedaan agama kebiasaan adalah sebanyak 4252 penduduk.

## 2. Visi Misi

### Visi

*Masyarakat Bulukumba yang Sejahtera dan Terdepan Melalui Optimalisasi Potensi Daerah Dengan Penguatan Ekonomi Kerakyatan Yang Dilandasi Pada Pemerintahan Yang Demokratis Dan Religius”*

### MISI

1. Meningkatkan pelayanan hak dasar masyarakat dibidang infrastruktur, kesehatan, dan pendidikan yang merata dan berkeadilan
2. Mengoptimalkan penataan dan pemanfaatan potensi daerah;
3. Mendorong pertumbuhan dan pemerataan ekonomi pada berbagai sektor dan wilayah;
4. Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia yang berjiwa kompetitif;
5. Peningkatan tata kelola pemerintahan yang baik (good governance) dan bersih (clean governance) serta penegakan supremasi hukum dan hak azasi manusia;
6. Meningkatkan kerjasama antardaerah untuk menciptakan peluang kesejahteraan masyarakat dan terbangunnya sinergitas antardaerah;
7. Penataan ruang dan pelestarian sumberdaya alam dan lingkungan, budaya, dan penanggulangan bencana;

8. Mendorong terciptanya iklim demokrasi yang kondusif, suasana aman, tertib dan religius didalam kehidupan bermasyarakat.

#### B. Deskriptif Responden

Setiap responden mempunyai karakteristik yang berbeda-beda antara responden satu dengan responden yang lainnya. Adapun karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jenis Kelamin, Umur dan Pekerjaan.

##### 1. Karakter Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan responden dalam penelitian adalah masyarakat Kelurahan Loka yang menabung maupun tidak menabung pada bank syariah dengan jumlah masyarakat yang menjadi responden sebanyak 65 orang.

**Table 4.1**  
**Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid L	23	35.4	34.4	35,4
P	42	64.6	64.6	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS, Agustus 2018

Berdasarkan keterangan pada table 4.1 diatas, menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 42 orang (64,6%), sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 23 (34,4%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari masyarakat Kelurahan Loka yang tidak menabung pada bank syariah lebih banyak masyarakat yang berjenis kelamin perempuan.

## 2. Karakteristik Berdasarkan Umur

Usia dapat mempengaruhi seseorang dalam berfikir, bertindak dan mengambil keputusan, maka semakin dewasa dan semakin tinggi pula wawasan serta cara berfikirnya. Untuk mengetahui usia dari 65 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Table 4.2**

**Responden berdasarkan Umur**

		Frequency	Percent
Valid	17-30	21	21.3
	31-40	17	17.9
	41-50	16	16.9
	51-65	11	11,0
Total		65	100.0

Sumber : Data Diolah SPSS, Agustus 2018

Berdasarkan keterangan pada table 4.2 diatas, dapat menunjukkan mengenai usia masyarakat Kelurahan Loka yang diambil sebagai responden. Berdasarkan table tersebut, hal ini menunjukkan bahwa responden yaitu sebanyak 21 orang (21.3%) berusia 17-30 tahun, yang berusia 31-40 yaitu sebanyak 17 orang (17.9), yang berusia 41-50 yaitu sebanyak 16 orang (16.9), yang berusia 51-65 yaitu sebanyak 11 orang (11.0), dari keterangan table diatas hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang berusia 17-30 tahun adalah responden terbanyak dalam penelitian.

### C. Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurnya atau telah benar-benar mencerminkan variable yang diukur. instrumen yang valid mempunyai arti bahwa alat ukur yang digunakan dalam bentuk pernyataan untuk memperoleh data (mengukur) juga dikatakan valid. Item pernyataan yang memiliki korelasi positif tinggi dianggap memiliki validitas yang tinggi pula. adapun. adapun hasil uji validitas dari setiap butir pernyataan variable dalam peneletian ini dalap dilihat table 4.3.

**Table 4.3**

#### **Hasil Uji Validitas**

Variable	Butir Pernyataan	R hitung	R tabel	Ket

Pengetahuan Masyarkat	Q1	0.447	0.2441	Valid
	Q2	0.757	0.2441	Valid
	Q3	0.287	0.2441	Valid
	Q4	0.540	0.2441	Valid
	Q5	0.469	0.2441	Valid
Kualitas Pelayanan	Q6	0.577	0.2441	Valid
	Q7	0.862	0.2441	Valid
	Q8	0.564	0.2441	Valid
	Q9	0.850	0.2441	Valid
	Q10	0.919	0.2441	Valid
Kualitas Promosi	Q11	0.655	0.2441	Valid
	Q12	0.648	0.2441	Valid
	Q13	0.597	0.2441	Valid
	Q14	0.572	0.2441	Valid
	Q15	0.292	0.2441	Valid
Minat Menabung	Q16	0.331	0.2441	Valid
	Q17	0.369	0.2441	Valid
				Tidak
	Q18	0.043	0.2441	Valid
	Q19	0.399	0.2441	Valid
	Q20	0.1	0.2441	Tidak Valid

Sumber : Data Diolah SPSS, Agustus 2018

#### D. Pengujian Asumsi Klasik

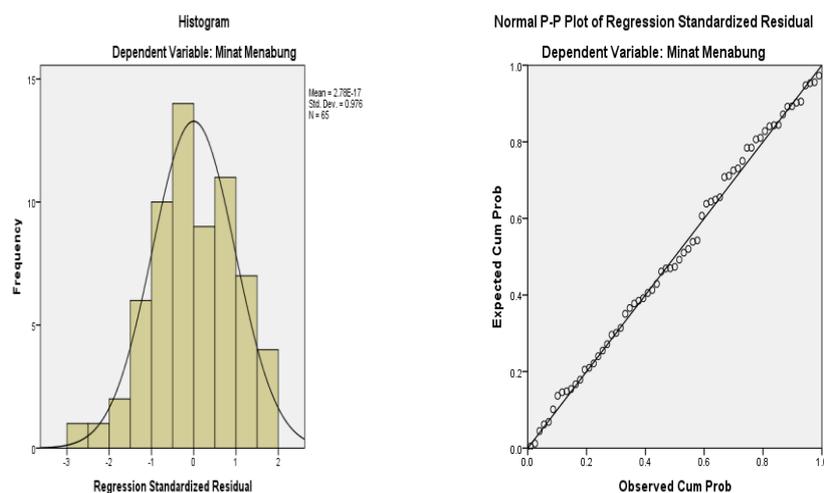
Pengujian ini bertujuan memperoleh nilai penduga yang tidak bias dan efisien dari suatu persamaan regresi berganda, maka datanya harus memenuhi kriteria asumsi klasik sebagai berikut:

##### 1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah variable independen dan variable dependen dalam model regresi memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik *normal y plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data distribusi normal. Jika distribusi normal, maka ada titik-titik yang menyebar disekitar garis diaogonal sedangkan penyebarannya mengikuti arah garis diagonalnya. Berikut merupakan gambar grafik *normal plot* :

**Table 4.4**

#### Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data Diolah SPSS, Agustus 2018

Berdasarkan pada gambar hasil pengujian hal ini menunjukkan data diantara garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

a. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejarah mana suatu hasil apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih, metode yang digunakan ini adalah dengan menggunakan metode *alpha cronbeach's* (kuncoro,2013: 181), adapun hasil uji reabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

**Table 4.5**  
**Hasil Uji Reabilitas**

No	Variabel	Croncach's Alpa	Keterangan
1	Pengetahuan	0.733	Realiabel
2	Kualitas Pelayanan	0.699	Realiabel
3	Promosi	0.820	Realiabel
4	Minat Menabung	0.803	Realiabel

Sumber : Data Diolah SPSS, Agustus 2018

Dari keterangan tabel diatas diketahui bahwa masing-masing *Cronbach Alpha* > 0.60. Dengan demikian variabel pengetahuan, kualitas pelayanan dan promosi dapat dikatakan reabilitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi diantara variable bebas satu dengan variable bebas lainnya. Dalam pengujian dilakukan dengan cara melihat nilai VIF ( *Variance Inflation Factors* ) dan nilai tolerance. Jika VIF < 10 dan tolerance > 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi korelasi sempurna antara variable independen dan sebaliknya.

Adapun hasil perhitungan nilai VIF dan Tolerance yang dilakukan untuk regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada table 4.6

**Table 4.6**  
**Hasil Uji Multikloneritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan	.923	1.083
	Kualitas Pelayanan	.861	1.161
	Promosi	.861	1.161

Sumber : Data Diolah SPSS, Agustus 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa angka *Tolerance* dari variabel independen semuanya menunjukkan bahwa > 0.10, hal ini berarti bahwa terjadi korelasi antar variabel independen. Kemudian angka *Variable Inflation Factor* (VIF), semua variabel independen menunjukkan VIF > 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multiklonearitas antara variabel independen tersebut.

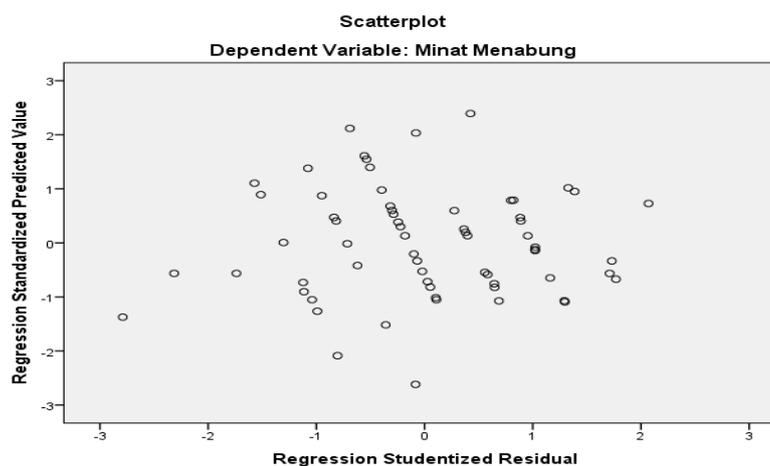
### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat apakah pengambilan sampel dilakukan dengan benar pada populasi yang tepat atau dengan kata lain apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual regresi, suatu model regresi yang mengandung heteroskedastisitas akan menghasilkan parameter yang bias yang akan menyebabkan kesalahan dalam perlakuan.

Suatu model regresi yang baik apabila didalamnya tidak di peroleh heteroskedastisitas melainkan homokedastisitas. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan grafik Uji Park. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar table 4.7

**Table 4.7**

### Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Diolah SPSS, Agustus 2018

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa tampak penyebaran data tidak membentuk pola yang jelas data menyebar diatas dan dibawah

angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model yang dipakai tidak ada gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

#### E. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa regresi berganda yang diestimasi telah memenuhi syarat asumsi-asumsi klasik sehingga diharapkan hasilnya akan baik dalam menganalisis variabel pengetahuan, kualitas pelayanan dan promosi terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah.

Pengujian terhadap hasil regresi yang diperoleh dilakukan pengujian dengan menggunakan uji-f dan pengujian secara parsial menggunakan uji-t untuk lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut.

##### 1) Uji t

Uji t di gunakan untuk mengetahui secara parsial variabel dependen dengan independen yaitu Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Promosi terhadap rendahnya minat menabung di Bank Syariah. hasil pengujian dapat dilihat pada nilai t hitungngnya, sedangkan untuk melihat besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standardized coefficient* .berikut penjelasan pengujian masing-masing variabel secara parsial :

Table 4.8

## Hasil Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.039	2.267		7.518	.000
	Pengetahuan	.091	.112	.105	.811	.421
	Kualitas Pelayanan	.036	.066	.074	.551	.584
	Promosi	.118	.104	.152	1.132	.262

a. Dependent Variable : Minat Menabung

Sumber : Data Diolah SPSS, Agustus 2018

- a. Pengaruh pengetahuan terhadap rendahnya minat menabung kolom coefficients model 1 terdapat nilai sig 0.421 Nilai sig. Lebih besar dari probabilitas 0.05 atau  $0.421 > 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Variabel Keragaman produk  $T_{hitung}$  sebesar 7.518 dan  $T_{tabel}$  sebesar 1.997, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan memiliki kontribusi terhadap variabel minat masyarakat menabung, hal ini berarti pengetahuan masyarakat berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung bank syariah kab.bulukumba. artinya jika pengetahuan masyarakat muslim bank syariah ditingkatkan, maka semakin tinggi pula minat masyarakat dalam menabung bank syariah Syariah. Masyarakat yang memiliki pengetahuan lebih tinggi tentang perbankan syariah akan lebih tertarik menabung di bank syariah

- b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung, pada kolom coefficients model 1 terdapat nilai sig.  $0.551 > 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Variabel keputusan mengambil pinjaman mempunyai  $T_{hitung}$  sebesar 0.584 dengan  $T_{tabel}$  sebesar 1.997 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah. artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menabung bank syariah. Pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan di hati nasabah, nasabah yang merasa puas akan mempengaruhi minat untuk datang kembali menggunakan perbankan syariah.
- c. Pengaruh promosi terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung, memiliki  $T_{hitung}$  sebesar 1.132 dengan  $T_{tabel}$  sebesar 1.997 atau signifikan  $0.262 > 0.05$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah. Artinya jika promosi melalui hubungan masyarakat ditingkatkan, maka semakin tinggi pula minat masyarakat muslim menabung dalam bank syariah karena Promosi dapat menginformasikan atau mengingatkan nasabah mengenai produk, semakin sering nasabah mendapatkan informasi melalui promosi, maka minat masyarakat juga semakin

meningkat maka masyarakat akan tertarik menabung di bank syariah kab.bulukumba

## 2) Uji F

Untuk menguji apakah model regresi tersebut benar dan layak maka dilakukan pengujian hubungan secara bersama-sama antara variabel pengetahuan (X1), kualitas pelayanan(X2), promosi (X3), terhadap rendahnya masyarakat muslim minat menabung di bank syariah. Untuk menentukan pengaruh secara simultan maka dibuat hipotesis sebagai berikut :

**Table 4.9**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.810	3	3.937	1.246	.301 <sup>b</sup>
	Residual	192.744	61	3.160		
	Total	204.554	64			

Sumber : Data Diolah SPSS, Agustus 2018

Berdasarkan tabel diatas nilai  $F = 1.246 > F \text{ tabel} = 0.257$  dengan  $\text{sig} = 0,301 > 0,05$ , sehingga  $H_0$  di tolak yang berarti variabel-variabel independen yaitu pengetahuan,kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat muslim menabung di bank syariah.

## E. Uji Analisis Regresi Berganda

Regresi ini digunakan untuk menganalisis data yang bersifat *multivariate*, analisis digunakan untuk meramalkan nilai variabel dependen

dengan variabel independen yang lebih dari satu. Adapun persamaan regresi linear berganda dari model penelitian adalah sebagai berikut :

$$Y : 7.518+ 0.091 X_1+0.36 X_2+0.118 X_3$$

**Table 4.10**  
**Uji Analisis Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.039	2.267		7.518	.000
	Pengetahuan	.091	.112	.105	.811	.421
	Kualitas Pelayanan	.036	.066	.074	.551	.584
	Promosi	.118	.104	.152	1.132	.262

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Data Diolah SPSS, Agustus 2018

Hasil persamaan regresi berganda di atas memberikan pengertian bahwa:

- 1) Nilai konstanta 17.039 mempunyai arti bahwa sebelum dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas yaitu minat menggunakan jasa bernilai positif.
- 2) (nilai koefisien regresi X1) 0,91 pengetahuan berpengaruh, hal ini dapat diartikan bahwa jika pengetahuan (X1) ditingkatkan sedangkan variabel lain adalah tetap (konstan) maka pengetahuan berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah kab.bulukumba
- 3) b2 (nilai koefisien regresi X2) 0.036 kualitas pelayanan tidak berpengaruh , hal ini dapat diartikan bahwa jika kualitas (X2) di

tingkatkan sedangkan variabel lain adalah tetap (konstan) maka kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah kab.bulukumba

- 4) b3 (nilai koefisien regresi X3) 0.118 promosi berpengaruh, hal ini dapat diartikan bahwa jika promosi (X3) ditingkatkan sedangkan variabel lain adalah tetap (konstan) maka promosi berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah kab.bulukumba.

#### F. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menerangkan seberapa besar pengaruh dari seluruh Variabel bebaas ( Pengetahuan Kualitas Pelayanan dan Promosi ) terhadap variabel terikat (rendahnya minat menabung di bank syariah). Perolehan nilai koefisien determinasi dapat dilihat dibawah ini :

**Table 4.11**

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	Change Statistics		
	df2	Sig. F Change	
1	61	.301	1.636

Sumber : Data Diolah, Agustus 2018

a. Predictors: (Constant), Promosi, Pengetahuan, Kualita Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi tersebut, dapat dijelaskan nilai (R) 0.240. hal ini berarti bahwa hubungan antara pengetahuan, kualitas pelayanan dan promosi terhadap rendahnya minat menabung di bank syariah mempunyai hubungan sebesar 24%. Dikatakan kuat karena hubungan tersebut > 58%. Besarnya koefisien determinasi 0.058. angka koefisien determinasi ini menyatakan besar kontribusi pengetahuan, kualitas pelayanan dan promosi terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah adalah 58%, sedangkan sisanya 42%.

G. faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah

Dari pertanyaan-pertanyaan yang memengaruhi rendahnya minat menabung di bank syariah yang telah disebar kepada responden dapat diketahui apa saja yang dominan memengaruhi rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah .

NO	pernyataan	SS		S		R		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	PENGETAHUAN	4	6,1%	14	21,4%	32	49,2%	15	23	0	0	65	100
2	PENDAPATAN	10	15,3%	13	20	34	52,3%	8	12,3%	0	0	65	100
3	LARANGAN RIBA	21	32,3%	32	49,2%	12	18,4%	0	0	0	0	65	100
4	PELAYANAN	21	32,3%	27	26,1%	11	16,9%	5	7,6%	1	1,5%	65	100
5	RESPONSIVESS	22	33,8%	29	44,6%	9	13,8%	5	7,6%	0	0	65	100
6	KEHANDALAN	13	20	31	47,6%	13	20	6	9,2%	2	3,1%	65	100

7	PUBLISITAS	2	3,1%	18	27,6%	28	43%	17	26,1%	0	0	65	100
8	KONSISTEN	4	6,1%	27	26,1%	31	47,6%	3	4,6%	0	0	65	100
9	KEYAKINAN	29	44,6%	25	38,4%	8	12,3%	3	4,6%	0	0	65	100
10	KEBUTUHAN	14	21,5%	27	26,1%	14	21,5%	10	15,3%	0	0	65	100

Berdasarkan tabel diatas,dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Pengenalan atau pengetahuan bank syariah

Dalam memutuskan menabung di bank syariah masyarakaty terlebih dagulu mengenal ataumemahami apa bank syariah itu sendiri, namun berdasarkan penelitian pada Kelurahan Loka sebagian masyarakat masih banyak yang belum walaupun belum mengenal apalagi memahami seluk beluk tentang bank syariah itu sendiri,hal ini membuktikan berdasarkan tabel diatas menunjukkan sebanyak 32 responden atau 49,2% yang menyatakan masih ragu-ragu mengetahui dan memahami bank syariah dengan baik.

2) Pengetahuan masyarakat tentang keuntungan yang di peroleh bank syariah

Dalam memutuskan untuk menabung di bank syariah hal yang paling diperhatikan untuk mengetahui adanya pembagian keuntungan yang di terapkan pada bank syariah,hal ini membuktikan berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 34 responden atau 52,3% yang masih banyak responden masih ragu-ragu karena kebanyakan respinden belum pernah menabung di bank syariah sehingga ia masih

ragu-ragu atau belum mengetahui sistem pembagian keuntungan yang diterapkan dalam bank syariah.

- 3) Pengetahuan masyarakat tentang larangan riba pada bank syariah  
Masyarakat untuk memutuskan menabung di bank syariah karena sudah mengetahui di dalam bank syariah tidak adanya sistem bunga hal itu menunjukkan tabel diatas bahwa sebanyak 32% atau 49,2 % menyatakan bahwa sudah mengetahui bahwasanya tidak adanya riba pada bank syariah.
- 4) Pelayanan bank pada kenyamanan dalam pelayanan  
Dalam memutuskan menabung di bank syariah salah satu yang di perhatikan calon nasabah adalah kenyamanan petugas bank dalam pelayanan nasabah, hal ini membuktikan hasil penelitian pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 27 responden atau 26,1 % menyatakan bahwa dalam pelayanan bank syariah sangat baik,walaupun sebagian responden tidak mengetahui seperti apa pelayanan bank itu sendiri karena kebanyakan responden tersebut belum menabung di bank syariah.
- 5) Pelayanan petugas terkait responsivess terhadap nasabah  
Dalam memutuskan menabung di bank syariah salah satu keytertarikan masyarakat untuk menabung adalah dengan adanya pelayanan dengan baik terhadap nasabah komunikasi yng baik dan keramahan petugas terhadap nasabah, hal ini menunjukkab berdasarkan tabel diatas respon sebanyak 29 atau 44,6 %

menyatakan bahwa pelayanan sudah baik dalam hal pelayanan yang ada di bank syariah.

- 6) pengalaman masyarakat terkait akses atm masyarakat dalam memutuskan menabung di bank syariah salah satu yang membuat untuk menabung adalah kemudahan dalam akses atm yang memudahkan dalam bertransaksi kapanpun dan dimanapun dan sudah menjadi kebutuhan nasabah namun berdasarkan penelitian menunjukkan pada tabel diatas sebanyak 31 atau 41,6 % yang menyatakan bahwa masih sangat kurang akses atm bank syariah yang beredar baik di perkotaan apalagi diperdesaan .

- 7) Pengalaman masyarakat mengenai publisitas bank syariah

Dalam memutuskan menabung di bank syariah untuk mengenalkan bank syariah kepada calon nasabah dalam melakukan suatu promosi tentang bank syariah untuk menarik calon nasabah serta untuk memberikan citra perbankan syariah yang dapat dilakukan melalui publisitas berdasarkan penelitian tabel diatas menunjukkan bahwa responden terbanyak 28 atau 43% menyatakan bahwa masih kurangnya publisitas mengenai perbankan syariah baik melalui media komunikasi maupun personal kepada petugas bank.

- 8) keyakinan masyarakat dalam menabung di bank syariah

dalam memutuskan menabung di bank syariah karena adanya keyakinan sehingga masyarakat yakin dan ingin menabung di bank syariah berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden

terbanyak 27 atau 26,1% yang menyatakan bahwa keyikinan untuk menabung di bank syariah.

- 9) kebutuhan masyarakat sebagai pilihan utama dalam menabung di bank syariah

Dalam memutuskan menabung di bank syariah merupakan suatu kebutuhan masyarakat untuk menabung uang yang dimilikinya agar lebih aman di bank syariah hal ini menunjukkan bahwa pada tabel diatas berdasarkan responden terbanyak 20 atau 30,7% yang menyatakan sebagian besar adalah merupakan sebuah kebutuhan namun sebagian besar masih ragu-ragu karena masyarakat masih menabung di bank konvensional.

## H. Pembahasan

### 1) Pengetahuan

Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap rendahnya minat masyarakat muslim untuk menabung di bank syariah. Hasil penelitian ini sesuai hipotesis yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan rendahnya minat menabung di bank syariah. Pengetahuan masyarakat adalah semua informasi yang dimiliki masyarakat mengenai berbagai macam produk dan jasa bank syariah, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan bank syariah. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan melalui konstruksi dalam kuesioner, hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah masih amat terbatas dan kurang. Karena

minimnya pengetahuan masyarakat ketahui sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan perbankan konvensional dibandingkan perbankan syariah.

## 2) Kualitas Pelayanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kurang berpengaruh signifikan terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah. Kualitas pelayanan merupakan upaya bank untuk memberikan pelayanan terbaik, sehingga masyarakat tertarik dan menabung di bank syariah. Dengan kualitas pelayanan yang memadai akan memberikan ketertarikan kepada masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Menurut Lovelock dan Tiptomo (2000;85) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen.

Rendahnya minat masyarakat menunjukkan bahwa untuk menabung di bank syariah tentunya dipengaruhi oleh pelayanan bank syariah yang masih kurang memadai dan masih rendah tersebut. Dalam berbagai tempat seperti halnya ATM Bank Syariah yang masih kurang

dan nasabah hanya bisa mengaksesnya dikantor-kantor cabang di setiap daerah karena belum banyaknya tersedia atm yang berbasis syariah. Hal ini yang harus diperhatikan dalam persaingan tingkat pelayanan perbankan syariah.

### 3) Promosi

Pengambilan keputusan masyarakat suatu produk jasa selalu diawali dengan adanya informasi yang dimiliki oleh masyarakat mengenai jasa tersebut. Namun yang kita lihat sekarang mengenai informasi bank syariah jarang sekali kita temukan baik itu iklan-iklan atau promosi di media elektronik maupun iklan-iklan di media cetak yang tentunya bertujuan untuk memberikan informasi tentang keberadaan syariah dengan segala produk, konsep dan system yang ia miliki.

perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat pesat diseluruh dunia termasuk di Indonesia menjadi sebuah solusi untuk menyebarkan informasi-informasi tentang perbankan syariah. Sehingga kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah terjadi karena pengetahuan masyarakat tentang bank syariah yang juga kurang mengetahuinya. Sehingga ketidaktahuan masyarakat mengenai informasi ini menunjukkan bahwa masyarakat muslim jarang meminati memilih menabung di perbankan syariah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap rendahnya minat menabung di bank syariah. artinya masyarakat muslim dalam memilih menabung selalu diawali dengan kurangnya pemahaman pengetahuan mengenai perbankan syariah.
2. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di perbankan syariah. Artinya masyarakat tidak terlalu puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh bank.
3. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah. Artinya dalam memutuskan menabung bank syariah yang menjadikan informasi sebagai yang utama dan sangat penting karena sebelum memilih menabung selalu mencari informasi yang cukup baik untuk mengetahui perbankan syariah.

4. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan promosi bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap rendahnya minat masyarakat muslim menabung di bank syariah kabupaten bulukumba.

#### 5. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Bank syariah perlu melakukan sosialisasi dan edukasi public untuk memberikan pemahaman pengetahuan tentang perbankan syariah kepada masyarakat muslim maupun non muslim agar masyarakat tertarik dan perbankan syariah sebagai pilihan utama dalam menabung.
2. Bank syariah perlu meningkatkan dan memperbaiki pelayanan kepada konsumen agar mereka puas dan masyarakat tertarik menabung di bank syariah.
3. Bank Syariah perlu memanfaatkan media komunikasi dalam mempublikasikan dan mempromosikan dalam menyebarluaskan secara berkesinambungan tentang bank syariah agar masyarakat mampu mengenal dan mengetahui bank syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ascarya, *Produk dan Akad-akad Bank Syariah* (Jakarta : Rajawali Pers, 2013) h.112
- Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) h.141
- Bungin burhan,metode penelitian kuantitatif,2005.hal.133-144
- Choli Nafis, *Teori Hukum Ekonomi Syariah* ( Bogor : Ui-Press,2011),h.168
- Gitusudarmono, *indriyo, Manejen pemasaran*,(Yogyakarta: BPFE, 2009) H.235
- Huda,Nurul dan heykal muhammad, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Jakarta: Predanamedia Group,2010),h.38-39
- Hasan Ali, *Marketing Bank Syariah*,(Bogor:Ghalia Indonesia,2010),h.88
- Irwan Misbach, *Bank Syariah: Kualtas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan* 2013, h. 2
- Ismail, *Perbankan Syariah* (jakarta : Kencana Paramedia group,2013),h.63  
Ibid.h.87 Ibid,h.49
- Karim A Adiwarmn, *Bank Islam analisis fiqh dan keuangan*,(Jakarta: Pt.Rajagrafindo,2014),h.2
- Kotlerphilip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT.Indeks ,2010 ).h.180
- Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: PT.Rajagrapindo,2003), h.225
- Lupiyodi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salemba Empat ,2009), h.120
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta : Kencana, 2012 ), h. 193
- Misbah Irwan, *Bank Syariah :Kualitas Layanan,Kepuasan dan Kepercayaan* (Makassar : alauddin press, 2013), h.2013
- Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1999).h.22
- Renaldkasali, *Modulkewirausahaan*,(Jakarta:PT.Mizan Publika,2010),h.156

- Sarwonno jonathan, *Metode Penelitian kuantitatif dan metode kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h.123
- Soemitra Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan syariah*, (Jakarta: kencana, 2014). hal 61
- Syafi'l Antonio, *Bank Syariah : dari teori ke Prapraktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.85
- Silvanita Ktut, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Pt. Rajagrafindo, 2002), h.187
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Cet III: Bandung: Alfabeta, 2012) h.272
- Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.99
- Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga terkait Bmi & tafakul di Indonesia* (Jakarta: Pt. Rajagrafindo, 2002), h.32
- Wiratna Suwarjeni, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), h.65
- Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h.142

## KUESIONER PENELITIAN

### **PENGARUH PENGETAHUAN KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP RENDAHNYA MINAT MASYARAKAT MUSLIM MENABUNG DI BANK SYARIAH**

Responden yang Terhormat

Dalam rangka menyelesaikan studi/ tugas akhir di Fakultas Agama Islam Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar, maka dari itu diperlukan dukungan Bapak/ Ibu/ Saudara(i) untuk membantu saya mengisi kuesioner ini.

Untuk itu, saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara(i) meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Masukkan informasi yang jujur, benar, dan akurat, sangat diharapkan agar informasi ilmiah yang akan disajikan benar-benar dapat dipertanggung jawabkan.

Terima kasih atas bantuan dan kesediaanya dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

#### **a. Data Responden**

1. Nama Responden : .....
2. Alamat : .....
3. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
4. Umur : .....
5. Pekerjaan : .....

### b. Petunjuk Pengisian Kuisioner

Berikan tanda( √ ) pada di kolom skala pengukuran dari setiap pernyataan/pertanyaan yang tersedia sesuai dengan keadaan yang sebenarnya , dengan keterangan :

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 3 = Ragu-ragu (R)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Indikator	Pertanyaan/Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Pengetahuan Masyarakat (X1)	Saya memahami perbedaan bank syariah dan bank konvensional					
	Dengan sistem bagi hasil saya yakin keadilan pembagian keuntungan lebih terjamin					
	Semua kegiatan penyaluran maupun penghimpun dana berdasarkan akad yang disepakati di awal					
	Bank syariah adalah bank yang menghindari riba					
	Saya tahu tentang adanya DPS (Dewan Pengawas Syariah) dalam bank syariah					
Kualitas Pelayanan (X2)	Ketika terjadi kesalahan dan kekeliruan petugas bank akan menindak lanjuti dengan segera					
	Dalam setiap transaksi petugas bank selalu berkomunikasi yang baik kepada saya					

	Petugas bank memberikan pelayanan yang sama dan adil pada nasabah					
	Petugas bank melakukan pelayanan cermat dan cepat					
	Akses Atm yang masih terbatas					
Kualitas Promosi (X3)	Pesan yang disampaikan dalam iklan perbankan syariah mudah dipahami					
	Saya tertarik dibank syariah karena promosi yang dilakukan secara langsung oleh petugas bank					
	Iklan perbankan syariah menarik dan sangat jelas					
	Banyak media yang digunakan sehingga memudahkan memahmi bank syariah					
	Dalam media informasi yang dipaparkan sesuai dengan reslitas yang ada dibank syariah					
Minat Menabung (Y)	Saya tidak ragu jika suatu saat menabung di bank syariah					
	Saya menabung dibank syariah karena fasilitas lengkap dan terjamin keamananya					
	Saya berminat menabung dibank syariah karena dapat memenuhi kebutuhan saya					
	Saya lebih nyaman bertransaksi keuangan di bank syariah					
	Saya memilih menabung di bank syariah karena produk tabungannya sudah sesuai syariah					

## Lampiran

### Frequencies

		UMR	JK
N	Valid	65	74
	Missing	9	0
Mean		37.877	
Median		36.000	

### Frequency Table

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17.0	1	1.4	1.5	1.5
	18.0	1	1.4	1.5	3.1
	20.0	1	1.4	1.5	4.6
	21.0	1	1.4	1.5	6.2
	22.0	1	1.4	1.5	7.7
	23.0	1	1.4	1.5	9.2
	24.0	3	4.1	4.6	13.8
	25.0	3	4.1	4.6	18.5
	26.0	3	4.1	4.6	23.1
	27.0	2	2.7	3.1	26.2
	29.0	2	2.7	3.1	29.2
	30.0	3	4.1	4.6	33.8
	31.0	1	1.4	1.5	35.4
	32.0	1	1.4	1.5	36.9
	33.0	2	2.7	3.1	40.0
	34.0	1	1.4	1.5	41.5
	35.0	5	6.8	7.7	49.2
	36.0	2	2.7	3.1	52.3
	37.0	1	1.4	1.5	53.8
	38.0	2	2.7	3.1	56.9
39.0	1	1.4	1.5	58.5	

40.0	2	2.7	3.1	61.5
41.0	2	2.7	3.1	64.6
43.0	1	1.4	1.5	66.2
45.0	2	2.7	3.1	69.2
46.0	3	4.1	4.6	73.8
47.0	2	2.7	3.1	76.9
48.0	1	1.4	1.5	78.5
49.0	1	1.4	1.5	80.0
50.0	2	2.7	3.1	83.1
51.0	2	2.7	3.1	86.2
53.0	1	1.4	1.5	87.7
56.0	1	1.4	1.5	89.2
57.0	1	1.4	1.5	90.8
58.0	2	2.7	3.1	93.8
59.0	1	1.4	1.5	95.4
60.0	2	2.7	3.1	98.5
65.0	1	1.4	1.5	100.0
Total	65	87.8	100.0	
Missing System	9	12.2		
Total	74	100.0		

### JK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	12.2	12.2	12.2
L	7	9.5	9.5	21.6
L	16	21.6	21.6	43.2
P	21	28.4	28.4	71.6
P	21	28.4	28.4	100.0
Total	74	100.0	100.0	

### Frequencie

#### Statistics

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7
N	Valid	65	65	65	65	65	65	65
	Missing	9	9	9	9	9	9	9

Mean	3.015	3.354	3.769	4.231	2.708	3.954	3.723
Median	3.000	3.000	4.000	4.000	3.000	4.000	4.000

**Statistics**

		Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14
N	Valid	65	65	65	65	65	65	65
	Missing	9	9	9	9	9	9	9
Mean		4.062	3.754	3.862	3.554	3.262	3.292	3.108
Median		4.000	4.000	4.000	4.000	3.000	3.000	3.000

**Statistics**

		Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20
N	Valid	65	65	65	65	65	65
	Missing	9	9	9	9	9	9
Mean		3.446	4.323	4.354	4.000	4.169	4.415
Median		3.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000

**Frequency Table**

**Q1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	17	23.0	26.2	26.2
	3.0	32	43.2	49.2	75.4
	4.0	14	18.9	21.5	96.9
	5.0	2	2.7	3.1	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	10	13.5	15.4	15.4
	3.0	32	43.2	49.2	64.6
	4.0	13	17.6	20.0	84.6
	5.0	10	13.5	15.4	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		

Total	74	100.0		
-------	----	-------	--	--

**Q3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	2	2.7	3.1	3.1
	3.0	21	28.4	32.3	35.4
	4.0	32	43.2	49.2	84.6
	5.0	10	13.5	15.4	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	2	2.7	3.1	3.1
	3.0	8	10.8	12.3	15.4
	4.0	28	37.8	43.1	58.5
	5.0	27	36.5	41.5	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	1	1.4	1.5	1.5
	2.0	28	37.8	43.1	44.6
	3.0	26	35.1	40.0	84.6
	4.0	9	12.2	13.8	98.5
	5.0	1	1.4	1.5	100.0
Total		65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	1	1.4	1.5	1.5
	2.0	5	6.8	7.7	9.2
	3.0	11	14.9	16.9	26.2
	4.0	27	36.5	41.5	67.7
	5.0	21	28.4	32.3	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	1	1.4	1.5	1.5
	2.0	11	14.9	16.9	18.5
	3.0	9	12.2	13.8	32.3
	4.0	28	37.8	43.1	75.4
	5.0	16	21.6	24.6	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	1	1.4	1.5	1.5
	3.0	7	9.5	10.8	12.3
	4.0	43	58.1	66.2	78.5
	5.0	14	18.9	21.5	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	2	2.7	3.1	3.1
	2.0	5	6.8	7.7	10.8
	3.0	13	17.6	20.0	30.8
	4.0	32	43.2	49.2	80.0
	5.0	13	17.6	20.0	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	1	1.4	1.5	1.5
	2.0	7	9.5	10.8	12.3
	3.0	12	16.2	18.5	30.8
	4.0	25	33.8	38.5	69.2
	5.0	20	27.0	30.8	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	1	1.4	1.5	1.5
	2.0	8	10.8	12.3	13.8
	3.0	19	25.7	29.2	43.1
	4.0	28	37.8	43.1	86.2
	5.0	9	12.2	13.8	100.0
	Total	65	87.8	100.0	

Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	10	13.5	15.4	15.4
	3.0	33	44.6	50.8	66.2
	4.0	17	23.0	26.2	92.3
	5.0	5	6.8	7.7	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	7	9.5	10.8	10.8
	3.0	36	48.6	55.4	66.2
	4.0	18	24.3	27.7	93.8
	5.0	4	5.4	6.2	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	16	21.6	24.6	24.6
	3.0	28	37.8	43.1	67.7
	4.0	19	25.7	29.2	96.9
	5.0	2	2.7	3.1	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	4	5.4	6.2	6.2
	3.0	29	39.2	44.6	50.8
	4.0	31	41.9	47.7	98.5
	5.0	1	1.4	1.5	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q16**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	1	1.4	1.5	1.5
	3.0	8	10.8	12.3	13.8
	4.0	25	33.8	38.5	52.3
	5.0	31	41.9	47.7	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q17**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	4	5.4	6.2	6.2
	4.0	34	45.9	52.3	58.5
	5.0	27	36.5	41.5	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q18**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	2	2.7	3.1	3.1
	3.0	9	12.2	13.8	16.9
	4.0	41	55.4	63.1	80.0
	5.0	13	17.6	20.0	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	1	1.4	1.5	1.5
	3.0	5	6.8	7.7	9.2
	4.0	41	55.4	63.1	72.3
	5.0	18	24.3	27.7	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

**Q20**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	1	1.4	1.5	1.5
	4.0	36	48.6	55.4	56.9
	5.0	28	37.8	43.1	100.0
	Total	65	87.8	100.0	
Missing	System	9	12.2		
Total		74	100.0		

## Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5
Q1	Pearson Correlation	1	.165	-.209	.045	.135
	Sig. (2-tailed)		.188	.095	.722	.284
	N	65	65	65	65	65
Q2	Pearson Correlation	.165	1	.165	.165	.316 <sup>+</sup>
	Sig. (2-tailed)	.188		.188	.189	.010
	N	65	65	65	65	65
Q3	Pearson Correlation	-.209	.165	1	.146	-.331 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.095	.188		.247	.007
	N	65	65	65	65	65
Q4	Pearson Correlation	.045	.165	.146	1	.035
	Sig. (2-tailed)	.722	.189	.247		.782
	N	65	65	65	65	65
Q5	Pearson Correlation	.135	.316 <sup>+</sup>	-.331 <sup>**</sup>	.035	1
	Sig. (2-tailed)	.284	.010	.007	.782	
	N	65	65	65	65	65
Pengetahuan	Pearson Correlation	.447 <sup>**</sup>	.757 <sup>**</sup>	.287 <sup>+</sup>	.540 <sup>**</sup>	.469 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.020	.000	.000
	N	65	65	65	65	65

		Pengetahuan
Q1	Pearson Correlation	.447 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	65
Q2	Pearson Correlation	.757 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	65
Q3	Pearson Correlation	.287 <sup>+</sup>
	Sig. (2-tailed)	.020
	N	65
Q4	Pearson Correlation	.540 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	65
Q5	Pearson Correlation	.469**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	65
Pengetahuan	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	65

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

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

## Correlations

		Correlations				
		Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
Q6	Pearson Correlation	1	.408**	.075	.286*	.352**
	Sig. (2-tailed)		.001	.554	.021	.004
	N	65	65	65	65	65
Q7	Pearson Correlation	.408**	1	.367**	.658**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.001		.003	.000	.000
	N	65	65	65	65	65
Q8	Pearson Correlation	.075	.367**	1	.402**	.502**
	Sig. (2-tailed)	.554	.003		.001	.000
	N	65	65	65	65	65
Q9	Pearson Correlation	.286*	.658**	.402**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	.021	.000	.001		.000
	N	65	65	65	65	65
Q10	Pearson Correlation	.352**	.761**	.502**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	
	N	65	65	65	65	65
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.577**	.862**	.564**	.850**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	65	65	65	65	65

		Correlations
		Kualitas Pelayanan
Q6	Pearson Correlation	.577**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	65

Q7	Pearson Correlation	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	65
Q8	Pearson Correlation	.564**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	65
Q9	Pearson Correlation	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	65
Q10	Pearson Correlation	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	65
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	65

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

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

## Correlations

	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Promosi
Q11	1	.114	.325**	.249*	.051	.655**
		.364	.008	.045	.688	.000
	65	65	65	65	65	65
Q12	.114	1	.361**	.263*	.133	.648**
	.364		.003	.034	.292	.000
	65	65	65	65	65	65
Q13	.325**	.361**	1	-.001	.050	.597**
	.008	.003		.992	.692	.000
	65	65	65	65	65	65
Q14	.249*	.263*	-.001	1	.087	.572**
	.045	.034	.992		.492	.000
	65	65	65	65	65	65
Q15	.051	.133	.050	.087	1	.392**
	.688	.292	.692	.492		.001
	65	65	65	65	65	65

Promosi	Pearson Correlation	.655**	.648**	.597**	.572**	.392**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	65	65	65	65	65	65

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

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

## Correlations

		Q16	Q17	Q18	Q19	Q20
Q16	Pearson Correlation	1	.020	-.030	-.184	-.068
	Sig. (2-tailed)		.876	.810	.142	.591
	N	65	65	65	65	65
Q17	Pearson Correlation	.020	1	.344**	.422**	.369**
	Sig. (2-tailed)	.876		.005	.000	.002
	N	65	65	65	65	65
Q18	Pearson Correlation	-.030	.344**	1	.291*	.043
	Sig. (2-tailed)	.810	.005		.019	.732
	N	65	65	65	65	65
Q19	Pearson Correlation	-.184	.422**	.291*	1	.399**
	Sig. (2-tailed)	.142	.000	.019		.001
	N	65	65	65	65	65
Q20	Pearson Correlation	-.068	.369**	.043	.399**	1
	Sig. (2-tailed)	.591	.002	.732	.001	
	N	65	65	65	65	65
Minat Menabung	Pearson Correlation	.331**	.731**	.600**	.643**	.546**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.000	.000
	N	65	65	65	65	65

		Minat Menabung
Q16	Pearson Correlation	.331**
	Sig. (2-tailed)	.007
	N	65
Q17	Pearson Correlation	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	65
Q18	Pearson Correlation	.600**

	Sig. (2-tailed)	.000
	N	65
Q19	Pearson Correlation	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	65
Q20	Pearson Correlation	.546**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	65
Minat Menabung	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	65

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

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

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	65	87.8
	Excluded <sup>a</sup>	9	12.2
	Total	74	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.725	20

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	65	87.8
	Excluded <sup>a</sup>	9	12.2

Total	74	100.0
-------	----	-------

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.288	5

### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	87.8
	Excluded <sup>a</sup>	9	12.2
	Total	74	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.669	6

### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	87.8
	Excluded <sup>a</sup>	9	12.2
	Total	74	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	5

**Reliability  
Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	65	87.8
	Excluded <sup>a</sup>	9	12.2
	Total	74	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.503	5

**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	65	87.8
	Excluded <sup>a</sup>	9	12.2
	Total	74	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
---------------------	------------

.443	5
------	---

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.240 <sup>a</sup>	.058	.011	1.77757	.058	1.246	3

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics		
	df2	Sig. F Change	
1	61	.301	1.636

a. Predictors: (Constant), Promosi, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Menabung

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.810	3	3.937	1.246	.301 <sup>b</sup>
	Residual	192.744	61	3.160		
	Total	204.554	64			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Promosi, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	17.039		
	Pengetahuan	.091	.112	.105	.811	.421
	Kualitas Pelayanan	.036	.066	.074	.551	.584
	Promosi	.118	.104	.152	1.132	.262

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

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan	.923	1.083
	Kualitas Pelayanan	.861	1.161
	Promosi	.861	1.161

a. Dependent Variable: Minat Menabung

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Pengetahuan	Kualitas Pelayanan
1	1	3.959	1.000	.00	.00	.00
	2	.022	13.381	.04	.08	.97
	3	.013	17.673	.01	.33	.03
	4	.006	24.840	.95	.59	.00

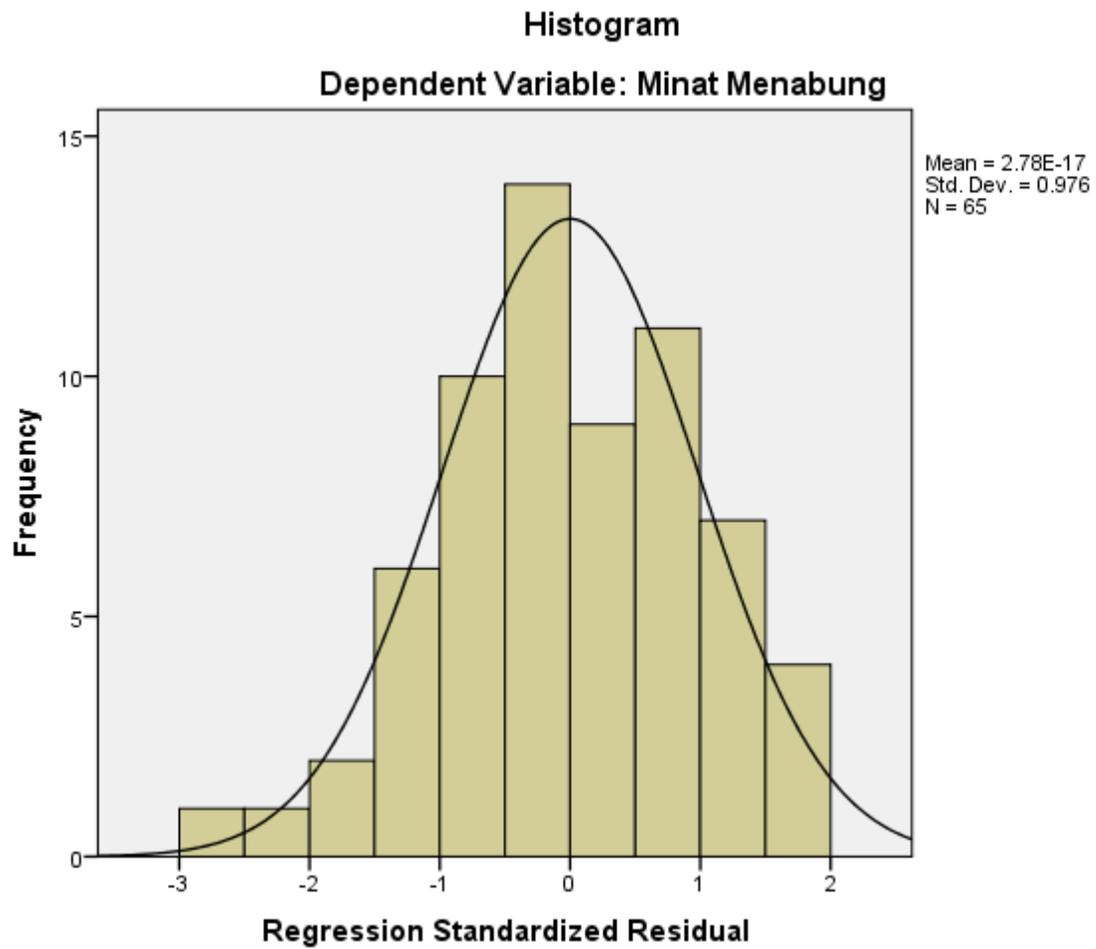
**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Variance Proportions
		Promosi
1	1	.00
	2	.02
	3	.82
	4	.16

a. Dependent Variable: Minat Menabung

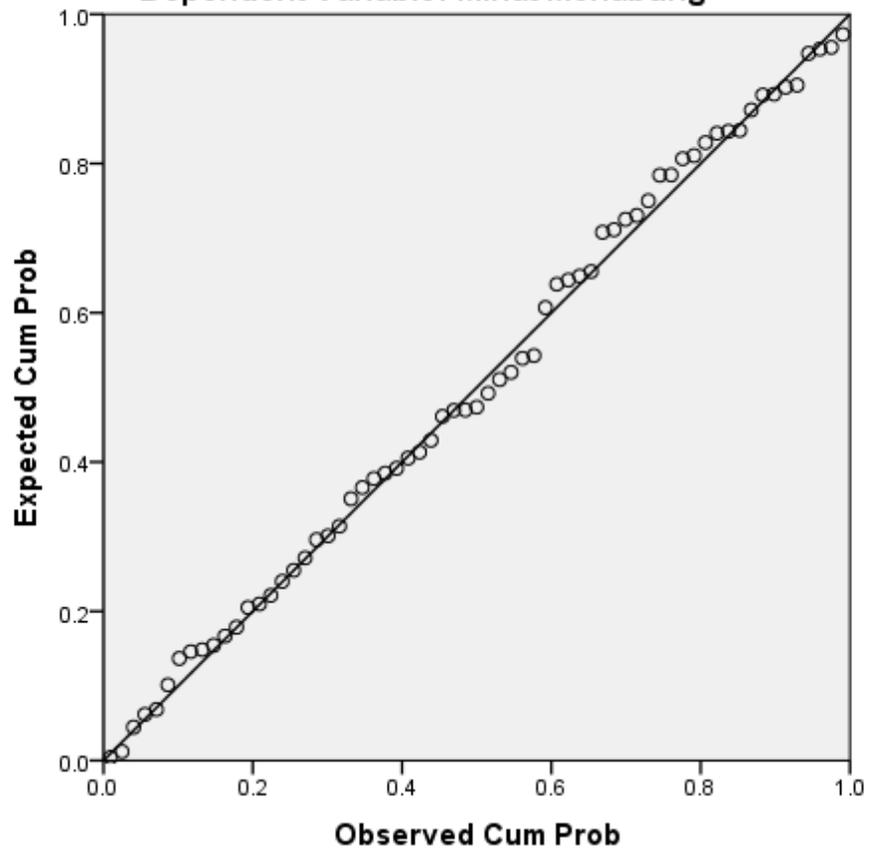
a. Dependent Variable: Minat Menabung

## Charts



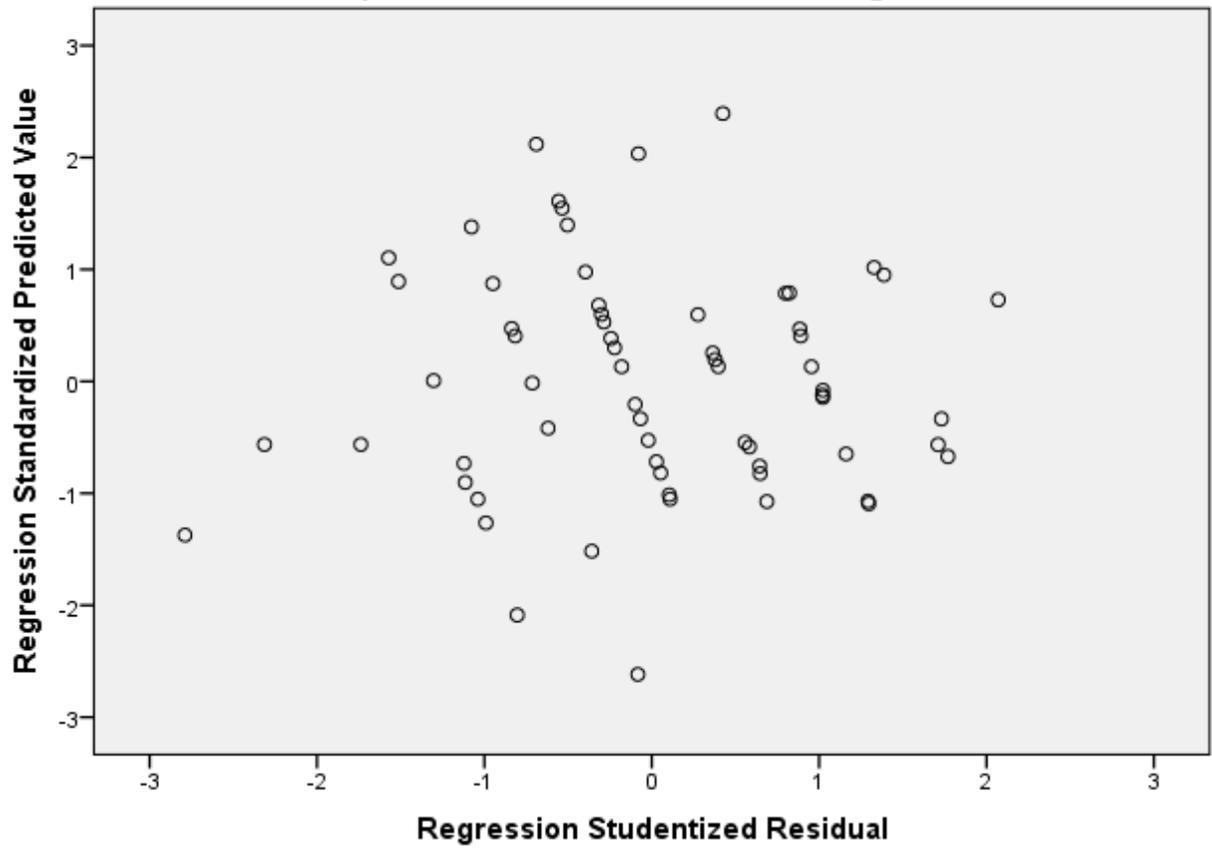
**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

**Dependent Variable: Minat Menabung**



### Scatterplot

Dependent Variable: Minat Menabung



## RIWAYAT HIDUP



KASMAWATI, Lahir di Nanasaya, 15 Februari 1997, anak ke dua dari empat bersaudara pasangan Abd.Kadir dan Jumalia, mulai menempuh pendidikan SDN 310 Nanasaya tahun 2002 tamat pada tahun 2008 kemudian pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMPN 24 Bulukumba dan tamat pada tahun 2011, dan penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 6 Bulukumba dan mengambil jurusan IPA kemudian tamat tahun 2014, setelah menyelesaikan studi di Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba atas ridho Allah SWT dan restu kedua orang tua, penulis melanjutkan pendidikan pada jenjang perkuliahan dan Allah SWT meridhoi pada pertengahan 2014 penulis secara resmi terdaftar sebagai mahasiswa di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Agama Islam Prodi Hukum Ekonomi Syariah.

Selama penulis berstatus sebagai mahasiswa jurusan hukum ekonomi syariah unismuh makassar, selain aktif mengikuti kegiatan akademik, penulis juga aktif kegiatan organisasi kemahasiswaan.

### Pengalaman Organisasi

1. Sekertaris Bidang PM HMJ Hekis periode 2015-2016
2. Wakil Ketua Umum HMJ HEKIS Periode 2016-2017
3. Sekertaris Pemberdayaan Perempuan BEM FAI Periode 2015-2016
4. Bidang SPM PIKOM IMM FAI periode 2014-2015
5. Bidang Kader PIKOM IMM FAI Periode 2015-2016