

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa FE UII  
Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta**

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Nina Eliza Octaviani

Nomor Mahasiswa : 13313004

Jurusan : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI YOGYAKARTA**

**2016**

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa FE UII  
Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta**

**SKRIPSI**

disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir  
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang strata 1



Nama : Nina Eliza Octaviani

Nomor Mahasiswa : 13313004

Jurusan : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI YOGYAKARTA**

**2016**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain seperti dimaksud dalam buku pedoman penyusunan skripsi Jurusan Ilmu Ekonomi FE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka Saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, Oktober 2016

Penulis,

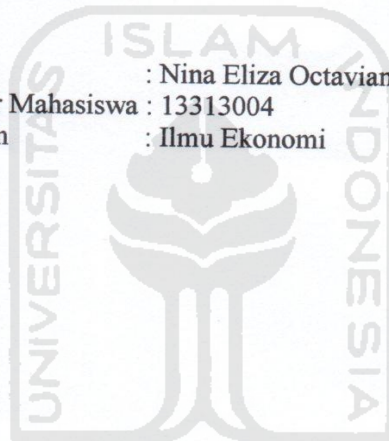


Nina Eliza Octaviani

## **PENGESAHAN SKRIPSI**

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI  
Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta**

Nama : Nina Eliza Octaviani  
Nomor Mahasiswa : 13313004  
Jurusan : Ilmu Ekonomi



Yogyakarta, Oktober 2016

Telah disetujui dan disahkan oleh  
Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Heri Sudarsono', is written over the name below.

Heri Sudarsono, S.E., M.Ec.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA FE UII MENABUNG  
DI BNI SYARIAH KANTOR KAS FE UII YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : **NINA ELIZA OCTAVIANI**

Nomor Mahasiswa : **13313004**

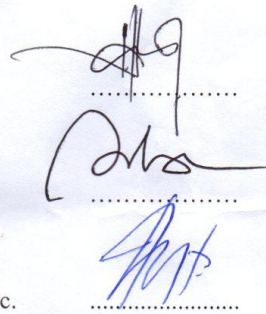
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Kamis, tanggal: 17 November 2016

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Heri Sudarsono, SE.,MEc

Penguji : Sahabudin Sidiq, Dr., SE., MA.

Moh.Bekti Hendrie Anto, SE., M.Sc.



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

## MOTTO

**“Wahai orang-orang yang beriman, bersabarlah (bersungguh-sungguhlah) kamu dan kuatkanlah kesabaranmu (tingkatkan kesabaranmu) dan tetaplah bersiap-siaga (kuatlah berpegang pada ilmu-ilmu-mu) dan bertaqwalah kepada Allah, supaya kamu menang (beruntung).”**

**(Q.S. Ali Imran, 200)**

**“Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkannya mendapat jalan ke surga.”**

**(H.R. Muslim)**

**“Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak.”**

**(Aldus Huxley)**

**“Jangan lihat masa lampau dengan penyesalan; Jangan pula lihat masa depan dengan ketakutan; tapi lihatlah sekitar dengan penuh kesadaran.”**

**“Don’t put till tomorrow what you can do today”**

**“Learn from the past, live for today, and plan for tomorrow”**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah atas rahmat dan hidayah yang diberikan Allah SWT, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan oleh penulis dengan baik. Skripsi ini dipersembahkan penulis untuk :

1. Kedua orang tuaku yang aku sayangi, hormati, dan banggakan, Bapak Sunarto dan Ibu Mustika Rini, yang senantiasa memberikan segalanya dan selalu mendoakanku.
2. Kedua saudaraku yang aku cintai Kakak Winda dan Adik Denis, yang telah memberikan semangat serta doa dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Kepada Dosen Pembimbing skripsi yang saya hormati, Bapak Heri Sudarsono, S.E., M.Ec. Terimakasih banyak karena penulis sudah dibimbing, dan diberikan masukan. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Sahabatku BANANA: Oky, Tifa, Wida, Alusi, dan Aliva yang telah menghibur, memberikan semangat, memberikan nasihat serta selalu mendoakan penulis.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat hidayah dan karunia-Nya. Shalawat beserta salam tak lupa penulis kirimkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang menjadi panutan dan junjungan mutlak umat manusia di dunia.

Penulisan skripsi ini diselesaikan guna melengkapi tugas akhir Program S1 Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Adapun judul skripsi ini adalah **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta”**. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kesalahan, kekurangan maupun kekhilafan sehingga penulis mengharapkan koreksi yang membenarkan, kritik yang membangun dan saran yang baik demi kesempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Heri Sudarsono, SE., M.Ec selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan sabar, telah memberikan masukan, serta nasehat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. D. Agus Harjito, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
3. Bapak Drs. Akhsyim Afandi, MA.Ec., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Drs. Awan Setya Dewanta, M.Ec.Dev. selaku Dosen Pembimbing Akademik.



5. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi yang telah mengajarkan dan memberikan ilmunya selama penulis menuntut ilmu pada almamater ini. Dosen beserta seluruh staf Akademik Jurusan Ilmu Ekonomi khususnya dan Dosen serta Staf Tata Usaha dan Staf Akademik di Lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. Kedua orang tuaku yang aku sayangi, hormati, dan banggakan, Bapak Sunarto dan Ibu Mustika Rini, serta kedua saudaraku Kakak Winda dan Adik Denis yang senantiasa memberikan segalanya dan selalu mendoakanku.
7. Sahabat-sahabatku Oky, Tifa, Wida, Alusi, dan Aliva, serta seluruh teman-teman Ilmu Ekonomi yang selalu menemani dalam suka maupun duka ketika penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini bisa berguna dan bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi almamater Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Amin.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yogyakarta, Oktober 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
Halaman Judul .....	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iii
Halaman Pengesahan Ujian.....	iv
Motto .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Halaman Kata Pengantar.....	vii
Halaman Daftar Isi .....	ix
Halaman Daftar Tabel .....	xvi
Halaman Daftar Gambar .....	xviii
Halaman Lampiran .....	xvix
Halaman Abstrak .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Batasan Masalah .....	8
1.3. Rumusan Masalah .....	9
1.4. Tujuan Penelitian .....	9
1.5. Manfaat Penelitian .....	10

1.6. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
2.1. Kajian Pustaka .....	13
2.2. Landasan Teori .....	20
2.2.1. Bank .....	20
2.2.1.1. Pengertian Bank .....	20
2.2.1.2. Jenis-Jenis Bank .....	21
2.2.2. Bank Syariah .....	25
2.2.2.1. Pengertian Bank Syariah .....	25
2.2.2.2. Produk-Produk Bank Syariah .....	26
2.2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah .....	33
2.2.3.1. Kualitas Pelayanan .....	33
2.2.3.2. Reputasi Perusahaan .....	35
2.2.3.3. Lokasi Perusahaan .....	37
2.2.3.4. Religiusitas .....	39
2.2.3.5. Bagi Hasil .....	41
2.2.4. Hubungan Antara Variabel Bebas dengan Variabel Terikat .....	42

2.2.4.1. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta .....	43
2.2.4.2. Hubungan Reputasi Perusahaan dengan minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta .....	43
2.2.4.3. Hubungan Lokasi Perusahaan dengan minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta .....	44
2.2.4.4. Hubungan Religiusitas dengan minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta .....	44
2.2.4.5. Hubungan Bagi Hasil dengan minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta .....	45
2.3. Kerangka Berpikir .....	46
2.4. Hipotesis .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	49
3.1. Desain Penelitian .....	49
3.2. Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	50
3.4. Populasi dan Sampel .....	51
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	52
3.6. Instrumen Penelitian .....	56
3.7. Uji Coba Instrumen .....	57
3.7.1. Uji Validitas .....	57

3.7.2. Uji Reliabilitas .....	59
3.8. Teknik Analisis Data .....	60
3.8.1. Uji Asumsi Klasik .....	60
3.8.1.1. Uji Normalitas .....	60
3.8.1.2. Uji Multikolinearitas .....	61
3.8.1.3. Uji Heterokedastisitas .....	61
3.8.1.4. Uji Autokorelasi .....	61
3.8.2. Analisis Regresi Linear Berganda .....	62
3.8.2.1. Koefisien Determinasi .....	63
3.8.2.2. Uji Parsial (Uji T) .....	64
3.8.2.3. Uji Simultan (Uji F) .....	65
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS</b> .....	67
4.1. Deskripsi Tempat Penelitian .....	67
4.1.1. Profil Singkat Fakultas Ekonomi UII .....	67
4.2. Deskripsi Data Responden .....	67
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	69
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	71
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan .....	73

4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan	
Lamanya Menjadi Nasabah .....	75
4.3. Hasil Uji Instrumen .....	77
4.3.1. Uji Validitas .....	77
4.3.1.1. Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan .....	77
4.3.1.2. Validitas Instrumen Reputasi Perusahaan .....	78
4.3.1.3. Validitas Instrumen Lokasi Perusahaan .....	79
4.3.1.4. Validitas Instrumen Religiusitas .....	80
4.3.1.5. Validitas Instrumen Bagi Hasil .....	81
4.3.1.6. Validitas Instrumen Minat Menabung .....	82
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	83
4.4. Hasil Penelitian .....	84
4.4.1. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	84
4.4.1.1. Uji Normalitas .....	84
4.4.1.2. Uji Multikolinearitas .....	85
4.4.1.3. Uji Heterokedastisitas .....	86
4.4.1.4. Uji Autokorelasi .....	87
4.4.2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	87
4.4.2.1. Koefisien Determinasi .....	88
4.4.2.2. Uji Parsial (Uji T) .....	89
4.4.2.3. Uji Simultan (Uji F) .....	90

4.5. Pengujian Hipotesis .....	90
4.5.1. Hipotesis Pertama .....	91
4.5.2. Hipotesis Kedua .....	91
4.5.3. Hipotesis Ketiga .....	92
4.5.4. Hipotesis Keempat .....	92
4.5.5. Hipotesis Kelima .....	93
4.5.6. Hipotesis Keenam .....	93
4.6. Pembahasan .....	94
4.6.1. Pengaruh Secara Parsial .....	94
4.6.1.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII .....	94
4.6.1.2. Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII .....	95
4.6.1.3. Pengaruh Lokasi Perusahaan Terhadap Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII .....	97
4.6.1.4. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII .....	98
4.6.1.5. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII .....	99

<b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI .....</b>	<b>101</b>
5.1. Kesimpulan .....	101
5.2. Implikasi .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>111</b>





## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1. Jaringan Kantor Perbankan Syariah Tahun 2015 .....	4
1.2. Jumlah Rekening Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah .....	5
1.3. Jumlah Rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah .....	6
2.1. Penelitian Terdahulu .....	18
3.1. Perhitungan Skor .....	57
4.1. Kategori Usia .....	69
4.2. Kategori Pendapatan Perbulan .....	71
4.3. Kategori Sumber Pendapatan Pokok .....	73
4.4. Kategori Lamanya Menjadi Nasabah .....	75
4.5. Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan .....	77
4.6. Validitas Instrumen Reputasi Perusahaan .....	78
4.7. Validitas Instrumen Lokasi Perusahaan .....	79
4.8. Validitas Instrumen Religiusitas .....	80
4.9. Validitas Instrumen Bagi Hasil .....	81
4.10. Validitas Instrumen Minat Menabung .....	82
4.11. Hasil Uji Reliabilitas .....	83
4.12. Hasil Output Uji Normalitas .....	84
4.13. Hasil Output Uji Multikolinearitas .....	85
4.14. Hasil Output Uji Heterokedastisitas .....	86
4.15. Hasil Output Uji Autokorelasi .....	87

4.16. Hasil Output Koefisien Determinasi .....	88
4.17. Hasil Output Uji Parsial (Uji T) .....	89
4.18. Hasil Output Uji Simultan (Uji F) .....	90



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1. Paradigma Pemikiran .....	46
4.1. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
4.2. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	70
4.3. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	72
4.4. Diagram Karakteristik Reponden Berdasarkan Sumber Pendapatan Pokok .....	74
4.5. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah .....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
I. Instrumen Penelitian .....	112
II. Dokumentasi .....	119
III. Tabulasi Data .....	123
IV. Distribusi Nilai r tabel .....	142
V. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	144
VI. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	151
VII. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	154



## ABSTRAK

*Bank Syariah adalah perbankan yang menganut sistem bagi hasil dan mengutamakan prinsip syariat Islam. Kehadiran Bank Syariah dapat menjadi alternatif bagi masyarakat untuk menabung uangnya di lembaga keuangan sebagai pengganti bunga pada bank konvensional. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia ini dilihat dari meningkatnya jumlah rekening nasabah perbankan syariah setiap tahunnya. Salah satu Bank Syariah di Indonesia yaitu BNI Syariah. Berdasarkan hal-hal di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai: Faktor – Faktor Yang mempengaruhi Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi perusahaan, religiusitas, dan bagi hasil terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik accidental sampling. Untuk itu peneliti mengambil 100 responden yang berasal dari Mahasiswa FE UII yang menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta sebagai sampel dalam penelitian ini. Sementara itu, teknik analisis datanya menggunakan metode analisis regresi linear berganda (Ordinary Least Square) dan uji asumsi klasik. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa: pertama, kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII. Kedua, reputasi perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII. Ketiga, lokasi perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII. Keempat religiusitas berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII. Kelima bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII.*

Kata kunci: kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi perusahaan, religiusitas, dan bagi hasil.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Indonesia merupakan Negara di Asia Tenggara yang memiliki potensi ekonomi yang tinggi. Hal ini terlihat dari sumber daya yang Indonesia miliki, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Dilihat dari tahun 2015 hingga saat ini, pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami peningkatan. Hal ini mengindikasikan bahwa perekonomian masyarakat Indonesia membaik. Seiring dengan hal tersebut, Perbankan di Indonesia menjadi memiliki persaingan yang begitu ketat untuk mengambil simpati dari masyarakat supaya menyimpan dananya di salah satu Bank tersebut.

Di Indonesia, sudah tidak asing lagi dengan istilah Bank Konvensional. Hampir sebagian dari lapisan masyarakat menyimpan dananya di Bank Konvensional. Namun tak banyak dari mereka yang mengetahui bahwa di dalam Bank Konvensional menganut sistem bunga yang menurut para ulama hal ini dikategorikan sebagai riba sehingga diharamkan. Maka dari itu berdirilah Bank Syariah.

Bank Syariah muncul sejak dikeluarkannya Undang-Undang No 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang No 10 Tahun 1998, yang secara implisit telah membuka peluang kegiatan usaha perbankan yang memiliki dasar operasional bagi

hasil dan menganut prinsip syariah. Perbankan Syariah di Indonesia, pertama kali beroperasi pada 1 Mei 1992, ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI).

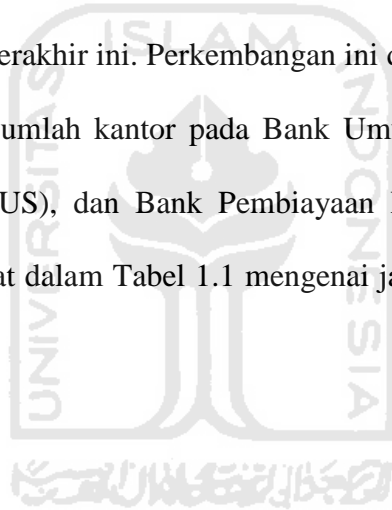
Dengan lahirnya Bank Syariah yang menganut sistem bagi hasil dan mengutamakan prinsip syariat Islam ini, dapat menjadi alternatif bagi masyarakat untuk memercayakan uangnya ditabung di Bank Syariah sebagai pengganti bunga pada bank konvensional. Meskipun Bank Syariah identik dengan agama Islam, namun Bank Syariah tidak hanya diperuntukkan untuk umat Islam saja. Artinya, agama lain (non-muslim) boleh menabung, meminta pembiayaan, dan/atau menggunakan jasa bank syariah, bahkan bekerja di Bank Syariah.

Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No 21 Tahun 2008 pasal 4 tentang Perbankan Syariah, dijelaskan bahwa fungsi Bank Syariah yaitu, pertama, Bank Syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Kedua, Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat. Ketiga Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari dana wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nadzir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).

Berdasarkan fungsi Bank Syariah sebagai lembaga intermediasi keuangan, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya

kembali melalui pembiayaan, biasanya dana yang dihimpun dari masyarakat disimpan ke dalam bentuk tabungan, giro, dan deposito baik dengan prinsip wadiah maupun mudharabah. Sedangkan dalam penyaluran yang dilakukan Bank Syariah melalui empat prinsip, yaitu prinsip jual beli, prinsip bagi hasil, prinsip ujroh, dan akad pelengkap (Karim, 2008).

Kehadiran Bank Muamalat Indonesia telah menginspirasi tumbuh pesatnya perbankan syariah di Indonesia. Namun, perkembangan perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan dan penurunan selama tiga tahun terakhir ini. Perkembangan ini dapat dilihat berdasarkan jumlah bank dan jumlah kantor pada Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 1.1 mengenai jaringan kantor perbankan syariah.





**Tabel 1.1 Jaringan Kantor Perbankan Syariah**

**Tahun 2013 hingga 2015**

<b>Indikator</b>	<b>2013</b>	<b>2014 (Desember)</b>	<b>2015 (Juni)</b>
<b>Bank Umum Syariah</b>			
- Jumlah Bank	11	12	12
- Jumlah Kantor	1998	2151	2121
<b>Unit Usaha Syariah</b>			
- Jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS	23	22	22
- Jumlah Kantor	590	320	327
<b>Bank Pembiayaan Rakyat Syariah</b>			
- Jumlah Bank	163	163	161
- Jumlah Kantor	402	439	433

*Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Juni 2015*

Tabel 1.1 menyajikan data jumlah jaringan kantor perbankan syariah di Indonesia dari tahun 2013 hingga bulan Juni 2015. Jika dilihat dalam persentase, jumlah bank pada BUS dari tahun 2013 hingga 2015 mengalami peningkatan sebesar 9,09%, jumlah kantornya mengalami peningkatan sebesar 7,65% dari tahun 2013 hingga 2014. Sedangkan, pada tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 1,39%. Berbeda dengan BUS, jumlah bank pada UUS mengalami penurunan namun tidak signifikan. Kemudian pada jumlah kantor ditahun 2013 hingga 2014 mengalami penurunan yang drastis yaitu sebesar 45,76%. Sedangkan tahun 2014 hingga 2015 meningkat kembali sebesar 2,18%. Jumlah bank pada BPRS dari tahun 2013 hingga 2015 mengalami penurunan sebesar 1,22%. Sedangkan jumlah kantornya mengalami peningkatan di tahun 2014

sebesar 9,20%, yang kemudian menurun kembali di tahun 2015 sebesar 1,36%.

Pertumbuhan bank syariah juga ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah rekening nasabah perbankan syariah selama tiga tahun terakhir yakni tahun 2013 hingga 2015. Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 1.2 dan Tabel 1.3 mengenai jumlah rekening BUS, UUS, dan BPRS.

**Tabel 1.2 Jumlah Rekening Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Tahun 2013 hingga 2015**

<b>Jenis</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Dana Pihak Ketiga</b>	<b>12.724.187</b>	<b>14.444.146</b>	<b>14.810.700</b>
- Giro iB	180.368	150.263	153.037
- Tabungan iB	12.187.397	14.024.264	14.383.085
- Deposito iB	356.422	269.169	274.578

*Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Juni 2015*

Dari Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah rekening Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) pada tahun 2013 sebanyak 12.724.187, yang kemudian naik menjadi 14.444.146 di tahun 2014, dan terakhir di tahun 2015 meningkat lagi menjadi 14.810.700. Jika dilihat dalam bentuk persentase, jumlah rekening BUS dan UUS dari tahun 2013 hingga 2015 naik sebesar 16,39%.

**Tabel 1.3 Jumlah Rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah**

<b>Jenis</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Dana Pihak Ketiga</b>	<b>907.755</b>	<b>1.021.076</b>	<b>1.087.192</b>
- Giro iB	-	-	-
- Tabungan iB	875.193	986.024	1.051.786
- Deposito Ib	32.562	35.572	35.406

*Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Juni 2015*

Dari Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah pada tahun 2013 sebanyak 907.755, yang kemudian naik menjadi 1.021.076 di tahun 2014, dan terakhir di tahun 2015 meningkat lagi menjadi 1.087.192. Jika dilihat dalam bentuk persentase, jumlah rekening BPRS dari tahun 2013 hingga 2015 naik sebesar 19,76%.

Dengan meningkatnya jumlah rekening nasabah perbankan syariah di tiap tahunnya, dapat diketahui bahwa minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah tiap tahun kian meningkat. Seiring dengan peningkatan tersebut, mendorong kehadiran perbankan syariah di Indonesia. Kini, perbankan syariah yang berdiri di Indonesia jumlahnya cukup banyak. Salah satunya BNI Syariah. Kehadiran BNI Syariah untuk menghindari praktik bunga (*riba*) yang dilarang dalam Al-Quran maupun hadist. Sehingga segala bentuk transaksi yang ada berfokus kepada transparansi, adil, komunikasi dan menjalin dimensi kemanusiaan (*muamalat*) agar tercipta kepercayaan dan keuntungan yang adil antara kedua belah pihak.

Terkait dengan kehadiran BNI syariah yakni adanya penerapan sistem bunga yang mengakibatkan eksploitasi (pemerasan atau penghisapan) oleh orang kaya terhadap orang miskin. Uang atau modal besar yang dikuasai oleh orang kaya tidak disalurkan kedalam usaha-usaha produktif yang dapat menciptakan lapangan kerja untuk masyarakat, tetapi modal besar itu justru untuk kredit berbunga yang tidak produktif. Sehingga dalam hal ini, peran BNI Syariah dalam perekonomian Indonesia yaitu berada pada sektor bisnis dan memfokuskan kepada para pedagang.

Prinsip BNI syariah untuk masuk ke sektor masyarakat bawah dengan sistem pembiayaan yang tidak memberatkan (*mudharabah*) sesuai dengan visi keuangan Islam yang bertujuan mensejahterakan masyarakat. Sehingga perputaran modal tidak hanya dikuasai oleh orang kaya saja.

BNI syariah memiliki 58 kantor cabang syariah, 750 kantor cabang BNI yang menjadi Syariah Channeling Outlet (SCO), serta didukung jaringan 4.000 ATM BNI, 10.000 ATM LINK, 15.000 ATM Bersama, dan sms internet BNI yang mudah diakses kapan saja, dimana saja. Di Yogyakarta, BNI syariah memiliki Kantor Cabang (KC), Kantor Cabang Pembantu (KCP), dan Kantor Kas (KK) yang tersebar di berbagai wilayah.

Salah satu Kantor Kas (KK) BNI Syariah ialah Kantor Kas FE UII. Kantor Kas FE UII berada di lingkungan kampus FE UII dimana daerah tersebut banyak Mahasiswa berasal dari luar kota bahkan luar pulau yang sangat membutuhkan alat untuk menunjang / memenuhi kebutuhan di kota rantauannya. Sehingga Mahasiswa FE UII banyak yang menabung di BNI

Syariah Kantor Kas FE UII mengingat posisinya yang sangat dekat dengan lingkungannya.

Letak BNI Syariah Kantor Kas FE UII berdekatan dengan lingkungan yang memiliki potensi dana, baik potensi dalam menyimpan dananya maupun menginvestasikan dananya, maka peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang menjadi minat mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII. Sehingga hasil penelitian ini akan peneliti tuangkan ke dalam karya tulis ilmiah yang berbentuk sebuah skripsi yang berjudul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta”**.

## **1.2 BATASAN MASALAH**

Penelitian ini menitikberatkan pada minat mahasiswa FE UII untuk menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Dengan mempertimbangkan waktu, dana, tenaga, dan topik yang sifatnya terbatas, maka di dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk mengambil lima faktor, yaitu kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi perusahaan, religiusitas, dan bagi hasil, dengan jumlah 100 responden yang berasal dari Mahasiswa FE UII.

### **1.3 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan yang dapat diteruskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII?
2. Apakah ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII?
3. Apakah ada pengaruh lokasi perusahaan terhadap minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII?
4. Apakah ada pengaruh religiusitas terhadap minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII?
5. Apakah ada pengaruh bagi hasil terhadap minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII?
6. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi, religiusitas, dan bagi hasil secara bersama-sama terhadap minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII?

### **1.4 TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII
2. Untuk menganalisis pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII

3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi perusahaan terhadap minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII
4. Untuk menganalisis pengaruh religiusitas terhadap minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII
5. Untuk menganalisis pengaruh bagi hasil terhadap minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi, religiusitas, dan bagi hasil secara bersama-sama terhadap minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII

#### **1.5 MANFAAT PENELITIAN**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana potensial yang dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti atas teori yang sudah ada ke dalam keadaan yang sebenarnya.

2. Bagi Fakultas Ekonomi UII

Dapat digunakan sebagai bahan referensi khususnya dibidang ekonomi islam terkait dengan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII.

3. Bagi BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta

Dapat digunakan sebagai informasi bagi BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta dalam menarik calon nasabah, dan mempertahankan nasabah yang sudah ada.

4. Bagi Pembaca

Dapat menambah wawasan dan informasi mengenai Bank Syariah khususnya BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam memahami dan mempelajari isi dari keseluruhan penulisan penelitian ini, maka peneliti membagi ke dalam sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab, yaitu:

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bagian ini terdiri dari latar belakang penelitian yang menarik untuk diteliti, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

#### **BAB II           KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

Bagian ini terdiri dari kajian pustaka yang berisi hasil penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya yang memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan, dan juga landasan teori



yang membahas teori yang digunakan dalam penelitian untuk mendekati permasalahan yang akan diteliti, serta hubungan antar variabel.

### **BAB III            METODE PENELITIAN**

Bagian ini berisi uraian dari jenis dan cara pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV            HASIL DAN ANALISIS**

Bagian ini berisikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan beserta analisisnya, yang menyajikan data mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII.

### **BAB V            KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Bagian ini berisikan jawaban dari rumusan masalah, serta implikasi yang sesuai sebagai masukan bagi pihak yang terkait.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### 2.1 KAJIAN PUSTAKA

Dalam kajian pustaka ini akan dipaparkan hasil-hasil penelitian yang pernah ada pada area yang berbeda, penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Abhimantra, dkk (2013) melakukan penelitian dengan tujuan untuk melihat faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi nasabah mahasiswa dalam memilih menabung pada Bank Syariah. Data yang digunakan merupakan data primer dengan menyebarkan kuisioner kepada 50 responden. Data yang diperoleh, diolah menggunakan SPSS dengan melakukan uji asumsi klasik, analisis linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi dan pelayanan di Bank Syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah, meskipun tidak signifikan.

Cahyani, dkk (2013) melakukan penelitian dengan tujuan utama dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan 100 responden yang diperoleh menggunakan *quota sampling*, *purposive sampling* dan *incidental sampling* sehingga sampel dalam penelitian ini terdiri dari 63 responden (nasabah BNI Syariah Ahmad Yani) dan 37 responden (nasabah BNI Syariah Kampus Unisula). Menurut hasil dari analisis regresi, penelitian ini menunjukkan bahwa

persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang 36,3% dan 47,2%.

Maisya (2013) melakukan penelitian dengan tujuan menganalisis Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung di PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Bukittinggi. Data didalam penelitian ini dikumpulkan dari 119 orang responden dengan metode survei dan dianalisis menggunakan analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan periklanan dan hubungan masyarakat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di PT. Bank Negara Indonesia, Tbk, Cabang Bukittinggi. Periklanan dan hubungan masyarakat adalah faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan menabung konsumen.

Wahab (2013) melakukan penelitian dengan memberikan informasi tentang seberapa jauh minat atau ketertarikan nasabah terhadap perbankan syariah, utamanya Bank BNI Syariah Cabang Malang dengan cara mengamati perilaku. Terdapat lima faktor yang mempengaruhi minat masyarakat, yaitu: product, price, place, dan promotion yang disebut sebagai 4 P atau marketing mix dan satu faktor khusus dalam hal ini adalah religi. Faktor religi dalam studi ini adalah hukum syariah dan keyakinan individual. Analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik distribusi frekuensi guna mendapatkan gambaran tentang variabel penelitian. Hal ditujukan untuk mengetahui pengaruh variabel marketing mix dan variabel religi terhadap minat masyarakat nasabah Bank BNI Syari'ah Malang. Alat yang dipakai adalah *multi regression analysis* yang didahului dengan uji asumsi klasik. Lebih lanjut penelitian ini menghasilkan dua temuan. Pertama,

bahwa 4 P yang terdiri atas product, price, place, promotion dan faktor religi sangat mempengaruhi masyarakat muslim untuk menjadi nasabah perbankan syariah, khususnya di Bank BNI Syariah Cabang Malang. Kedua, religi merupakan faktor dominan yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank BNI Syariah Cabang Malang disamping faktor 4P.

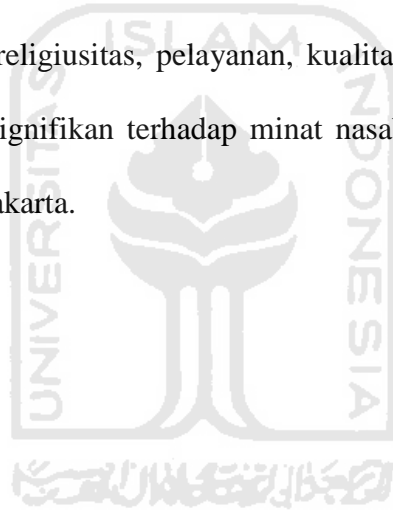
Rahmawaty (2014) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui persepsi tentang bank syari'ah terhadap minat menggunakan produk di BNI Syari'ah Semarang. Persepsi tentang bank syari'ah terdiri dari atas tiga variabel, yaitu: persepsi tentang bunga bank, persepsi tentang sistem bagi hasil, dan persepsi tentang produk bank syari'ah. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan desain paradigma positivistik. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik accidental sampling. Untuk itu peneliti mengambil 200 nasabah BNI Syari'ah Semarang sebagai sampel dalam penelitian ini. Sementara itu, teknik analisis datanya menggunakan metode analisis regresi berganda (Ordinary Least Square). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa: pertama, persepsi tentang bunga bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Kedua, persepsi tentang sistem bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Ketiga, persepsi tentang produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Sunarsih, dkk (2014) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah menabung pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian

ini ada empat, yaitu religiusitas, layanan, nisbah bagi hasil, dan kualitas produk. Penyebaran kuisiner hanya dilakukan terhadap 100 responden karena adanya keterbatasan dari peneliti dalam waktu penelitian. Instrumen penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa religiusitas, layanan dan nisbah bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat menabung, sedangkan kualitas produk signifikan dan positif terhadap minat nasabah menabung.

Fatimah, dkk (2015) melakukan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh faktor layanan yang terdiri dari Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty terhadap keputusan menabung pada tabungan mudharabah dan manakah yang dominan dari dimensi pelayanan dalam keputusan menabung pada tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok. Hasil dari kuesioner akan dikembangkan dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Tangibles (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan, sedangkan variabel Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), dan Emphaty (X5), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok (Y). Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah menabung di tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok (Y) yaitu variabel Assurance (X4). Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Assurance (X4) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan nasabah menabung di tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok (Y).

Hirmawan (2015) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah bertransaksi di Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 103 responden yang ada di Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan Metode *Purposive Sampling*. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa dari hasil asumsi klasik tidak terjadi masalah dalam uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas data berdistribusi normal. Berdasarkan hasil penelitian analisis data yang diketahui bahwa lokasi, keyakinan/religiusitas, pelayanan, kualitas produk, dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi di bank jateng syariah cabang Surakarta.



**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

Nama	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Abhimantra, dkk (2013)	Variabel Independen: 1. pengetahuan 2. religiusitas 3. produk 4. reputasi 5. pelayanan  Variabel Dependen: Keputusan menabung di Bank Syariah	Uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis	Faktor pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi dan pelayanan di Bank Syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah, meskipun tidak signifikan.
Cahyani, dkk (2013)	Variabel Independen: 1. persepsi bunga bank dan kualitas 2. pelayanan  Variabel Dependen: Minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang.	Regresi sederhana dan Regresi berganda	Persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang
Maisya (2013)	Variabel Independen: 1. Pengaruh Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Hubungan Masyarakat  Variabel Dependen: Keputusan Menabung di PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Bukittinggi	Analisis regresi logistic	Periklanan dan hubungan masyarakat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di PT. Bank Negara Indonesia, Tbk, Cabang Bukittinggi
Wahab (2013)	Variabel Independen: 1. product 2. price 3. place 4. promotion 5. Faktor religi	Multi regression analysis	Pertama, 4 P yang terdiri atas product, price, place, promotion dan faktor religi mempengaruhi masyarakat muslim untuk menjadi nasabah di Bank BNI Syariah Cabang Malang.

	Variabel Dependen: Minat atau ketertarikan nasabah terhadap Bank BNI Syariah Cabang Malang		Kedua, religi merupakan faktor dominan yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank BNI Syariah Cabang Malang.
Rahmawaty (2014)	Variabel Independen: 1. persepsi tentang bunga bank 2. persepsi tentang sistem bagi hasil 3. persepsi tentang produk bank syariah  Variabel Dependen: minat menggunakan produk di BNI Syari'ah Semarang	Analisis regresi linear berganda (ordinary least square)	persepsi tentang bunga bank dan sistem bagi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Sedangkan persepsi tentang produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.
Sunarsih, dkk (2014)	Variabel Independen: 1. religiusitas 2. layanan 3. nisbah bagi hasil 4. kualitas produk  Variabel Dependen: Minat nasabah menabung di Bank Syariah	Analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa religiusitas, layanan dan nisbah bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat menabung, sedangkan kualitas produk signifikan dan positif terhadap minat nasabah menabung.
Fatimah, dkk (2015)	Variabel Independen: 1. Tangibles 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Emphaty  Variabel Dependen: keputusan menabung pada tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok	Uji validitas, uji reliabilitas, dan regresi linear berganda.	Variabel Tangibles tidak memiliki pengaruh signifikan, sedangkan variabel Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di tabungan mudharabah BNI Syariah cabang Depok (Y)



Hirmawan (2015)	<p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. lokasi</li> <li>2. keyakinan/religiusitas</li> <li>3. pelayanan</li> <li>4. kualitas produk</li> <li>5. bagi hasil</li> </ol> <p>Variabel Dependen: Minat nasabah bertransaksi di bank syariah.</p>	<p>uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian analisis data yang diketahui bahwa lokasi, keyakinan/religiusitas, pelayanan, kualitas produk, dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi di bank jateng syariah cabang Surakarta.</p>
-----------------	---	---	---

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII. Dalam penelitian ini, yang akan ditunjuk sebagai subjek ialah Mahasiswa FE UII yang menabung di Bank Syariah tersebut.

## 2.2 LANDASAN TEORI

### 2.2.1 Bank

#### 2.2.1.1 Pengertian Bank

Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya (Kasmir 2012:12).

Menurut Kuncoro dalam bukunya Manajemen Perbankan, Teori dan Aplikasi (2002: 68), bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dan menyalurkan kembali

dana tersebut ke masyarakat dalam bentuk kredit serta memberikan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

Sedangkan pengertian bank menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

#### **2.2.1.2 Jenis – Jenis Bank**

Dilihat dari Segi Fungsi Bank

##### **1) Bank Umum**

Adalah bank yang dapat memberikan jasa dalam bentuk lalu lintas pembayaran. Sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Begitu pula dengan wilayah operasinya dapat dilakukan diseluruh wilayah.

##### **2) Bank Perkreditan Rakyat (BPR)**

Adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sifat kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan bank umum. Kegiatan BPR hanya meliputi kegiatan penghimpunan

dan penyaluran dana saja, Begitu pula dalam hal jangkauan wilayah operasi, BPR hanya dibatasi dalam wilayah tertentu saja.

a. Dilihat Dari Segi Kepemilikannya

1) Bank Milik Pemerintah

Dimana baik akte pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungannya bank itu dimiliki oleh pemerintah.

2) Bank Milik Swasta Nasional

Bank jenis ini seluruh atau sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional serta akte pendiriannya pun didirikan oleh swasta nasional. Dalam bank swasta milik nasional termasuk pula bank-bank yang dimiliki oleh badan usaha yang berbenruk koperasi.

3) Bank Milik Asing

Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik milik swasta asing maupun pemerintah asing jelas kepemilikannya pun dimiliki oleh pihak luar negeri.

4) Bank Milik Campuran

Kepemilikan saham bank campuran dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Kepemilikan

sahamnya secara mayoritas dipegang oleh warga negara Indonesia.

b. Dilihat Dari Segi Status

Dilihat dari segi kemampuannya dalam melayani masyarakat maka bank umum dapat dibagi kedalam 2 macam, yaitu :

1) Bank Devisa

Merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi keluar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, *travelers cheque*, pembukaan dan pembayaran *letter of credit* dan transaksi luar negeri lainnya. Persyaratan untuk menjadi Bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia setelah memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan.

2) Bank Non Devisa

Merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa, sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi sebagai bank devisa. Jadi bank non devisa merupakan kebalikan dari bank devisa, dimana transaksi yang dilakukan rasih dalam batas-batas Negara.

c. Dilihat Dari Segi Menentukan Harga

1) Bank yang berdasarkan Prinsip Konvensional

Mayoritas bank yang berkembang di Indonesia dewasa ini adalah bank yang berorientasi pada prinsip konvensional. Dalam mencari keuntungan dan menentukan harga kepada para nasabahnya, menggunakan dua metode yaitu: menetapkan bunga sebagai harga, baik untuk produk simpanan maupun untuk produk pinjamannya juga ditentukan berdasarkan suku bunga tertentu, dan untuk jasa-jasa bank lainnya, pihak bank dapat menggunakan atau menerapkan berbagai biaya - biaya dalam nominal atau persentase tertentu.

2) Bank yang berdasarkan Prinsip Syariah

Bank berdasarkan prinsip syariah adalah peraturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya.

Dalam menentukan harga atau mencari keuntungan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah sebagai berikut:

- a. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah)

- b. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musharakah)
- c. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahab)
- d. Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (ijarah)
- e. Atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarahwaiqtina)

## **2.2.2 Bank Syariah**

### **2.2.2.1 Pengertian Bank Syariah**

Bank Syariah sebagai suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip prinsip syariah (Sudarsono, 2004).

Muhammad (2002) dalam buku "Manajemen Bank Syariah" menuliskan bahwa Bank Syariah sebagai bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba atau bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Dijelaskan pula bahwa Bank Syariah merupakan suatu lembaga keuangan dimana usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas

pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

Sedangkan menurut UU No. 21 Tahun 2008 Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

### **2.2.2.2 Produk-produk Bank Syariah**

Secara garis besar, produk perbankan syariah dibagi menjadi tiga, yaitu produk penyaluran dana, produk penghimpunan dana, dan produk jasa. Produk-produk tersebut diantaranya sebagai berikut:

#### **1. Produk Penyaluran Dana**

##### **a. Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)**

Jual beli dilaksanakan karena adanya pemindahan kepemilikan barang. Keuntungan bank disebutkan di depan & termasuk harga dari harga yg dijual. Terdapat 3 jenis jual beli dalam pembiayaan modal kerja & investasi dalam bank syariah, yaitu:

##### **1) *Ba'i Al Murabahah***

Jual beli dengan harga ditambah keuntungan yang disepakati antara pihak bank dengan nasabah, dalam hal ini bank menyebutkan harga barang kepada

nasabah yang kemudian bank memberikan laba dalam jumlah tertentu sesuai dengan kesepakatan.

2) *Ba'i Assalam*

Dalam jual beli ini nasabah sebagai pembeli dan pemesan memberikan uangnya di tempat akad sesuai dengan harga barang yang dipesan dan sifat barang telah disebutkan sebelumnya. Uang yg tadi diserahkan menjadi tanggungan bank sebagai penerima pesanan dan pembayaran dilakukan dgn segera.

3) *Ba'i Al Istishna*

Merupakan bagian dari Ba'i Asslam namun ba'i al ishtishna biasa digunakan dalam bidang manufaktur. Seluruh ketentuan Ba'i Al Ishtishna mengikuti Ba'i Assalam namun pembayaran dapat dilakukan beberapa kali pembayaran.

b. Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Ijarah adalah kesepakatan pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa. Dalam hal ini bank menyewakan peralatan kepada nasabah dengan biaya yang telah ditetapkan secara pasti sebelumnya.



c. Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Dalam prinsip bagi hasil terdapat 2 macam produk, yaitu:

1) Musyarakah

adalah salah satu produk bank syariah yang mana terdapat dua pihak atau lebih yang bekerjasama untuk meningkatkan aset yang dimiliki bersama dimana seluruh pihak memadukan sumber daya yang mereka miliki baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Yang menjadi ketentuan dalam musyarakah adalah pemilik modal berhak dalam menentukan kebijakan usaha yang dijalankan pelaksana proyek.

2) Mudharabah

adalah kerjasama dua orang atau lebih dimana pemilik modal memberikan mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola dengan perjanjian pembagian keuntungan. Perbedaan yang mendasar antara musyarakah dengan mudharabah adalah kontribusi atas manajemen dan keuangan pada musyarakah diberikan dan dimiliki dua orang atau lebih, sedangkan pada mudharabah modal hanya dimiliki satu pihak saja.

## 2. Produk Penghimpun Dana

Produk penghimpunan dana pada bank syariah meliputi giro, tabungan, dan deposito. Prinsip yang diterapkan dalam bank syariah adalah:

- a. Prinsip Wadiah adalah wadiah yad dhamanah yang diterapkan pada rekening produk giro. Berbeda dengan wadiah amanah, dimana pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Sedangkan pada wadiah amanah harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi.
- b. Prinsip Mudharabah, yaitu penyimpan atau deposan bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Dana yang tersimpan kemudian oleh bank digunakan untuk melakukan pembiayaan, dalam hal ini apabila bank menggunakannya untuk pembiayaan mudharabah, maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin terjadi. Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpan, maka prinsip mudharabah dibagi menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Mudharabah mutlaqah: prinsipnya dapat berupa tabungan dan deposito, sehingga ada dua jenis yaitu tabungan mudharabah dan deposito mudharabah. Tidak ada pembatasan bagi bank untuk menggunakan dana yang telah terhimpun.
2. Mudharabah muqayyadah on balance sheet: jenis ini adalah simpanan khusus & pemilik dapat menetapkan syarat-syarat khusus yang harus dipatuhi oleh bank, sebagai contoh disyaratkan untuk bisnis tertentu, atau untuk akad tertentu.
3. Mudharabah muqayyadah off balance sheet: penyaluran dana langsung kepada pelaksana usaha dan bank sebagai perantara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pelaksana usaha juga dapat mengajukan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi bank untuk menentukan jenis usaha dan pelaksana usahanya.

### **3. Produk Jasa Perbankan**

Selain dapat melakukan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, bank juga memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan, jasa tersebut antara lain:

- a. Wakalah, merupakan salah satu perjanjian yang memberikan kuasa orang yang mewakili kepada wakil untuk menjalankan suatu kerja bagi pihak diwakili itu. Misalnya seorang nasabah minta Bank Islam untuk mewakilinya untuk membeli sejumlah saham dari sebuah perusahaan tertentu bagi pihaknya dengan membuat bayaran yang disetujui. Setelah pembelian tersebut selesai, maka pihak Bank menyerahkan saham saham itu kepada nasabah, dengan itu selesailah hubungan Wakalah antara Nasabah dengan Bank bersangkutan.
- b. Kafalah, menjadikan seseorang (penjamin) ikut bertanggung jawab atas tanggung jawab seseorang dalam pelunasan/pembayaran hutang, dan dengan demikian keduanya dipandang berhutang. Bahwa dengan ikut berhutangnya pihak penjamin, sedangkan kewajiban terutang tidak gugur, tidak berarti nilai hutang bertambah, dan pihak berpiutang diuntungkan. Tidak demikian, karena ia hanya berhak menagih sesuai jumlah hutang, dari salah seorang diantara mereka.
- c. Sharf, pada transaksi sharf disyaratkan adanya saling menyerahkan mata uang hasil penukaran sebelum keduanya berpisah secara fisik, agar tidak terjadi riba nasiah, berdasarkan hadits rasulullah “(jual beli) emas dengan emas

harus sepadan dan tunai. Perak dengan perak harus sebanding dan tunai.” Pada prinsipnya jual beli valuta asing yang sejalan dengan prinsip syariah adalah apabila yang dipertukarkan adalah mata uang yang sama, maka nilai mata uang tersebut harus sama dan penyerahannya juga dilakukan pada waktu yang sama (spot). Sedangkan apabila yang dipertukarkan adalah mata uang yang berbeda maka nilai tukar uang tersebut ditentukan berdasarkan kesepakatan / harga pasar dan diserahkan secara tunai (spot).

- d. Hawalah (Hiwalah), akad pengalihan hutang dari pihak yang berhutang kepada pihak lain yang wajib menanggung (membayar)-nya.
- e. Rahn, yaitu menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan syara` sebagai jaminan hutang, hingga orang yang bersangkutan boleh mengambil hutang semuanya atau sebagian. Juga termasuk rahn adalah transaksi yang menggunakan surat berharga (sebagai jaminan) dengan barang.
- f. Letter of Credit Syariah, bidang layanan jasa mengenai pemberian fasilitas transaksi ekspor – impor yang dilakukan oleh nasabah.

- g. Kartu Pembayaran (Syariah Card), alat pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelian dan atau untuk melakukan penarikan tunai, di mana kewajiban pembayaran pemegang kartu dipenuhi terlebih dahulu oleh acquirer atau penerbit, dan pemegang kartu berkewajiban melakukan pelunasan kewajiban pembayaran tersebut pada waktu yang disepakati secara angsuran.

## **2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah**

### **2.2.3.1 Kualitas Pelayanan**

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sedangkan pelayanan menurut Kotler (2002:83) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan harapan konsumen atas permintaan barang atau jasa. Sehingga konsumen akan mendapatkan kepuasan atas pemberian tersebut.

Dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) oleh Parasuraman (1998) dibagi menjadi lima dimensi SERVQUAL diantaranya adalah (Lupiyoadi, 2001:148):

1. Tangibles (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. Reliability (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Responsiveness (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Assurance (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
5. Emphaty (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

### **2.2.3.2 Reputasi Perusahaan**

Menurut Fombrun, reputasi adalah keseluruhan evaluasi dari pencapaian organisasi (Laksana, 2012). Reputasi juga memperluas daya tarik perusahaan dan memungkinkan para manajer



untuk memberikan harga yang lebih tinggi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Laksana, 2012).

Reputasi yang baik menyumbang banyak manfaat bagi sebuah perusahaan. Menurut Hardjana (2008) mengemukakan tiga manfaat strategis dari sebuah reputasi positif perusahaan yang kokoh kuat berkaitan dengan kehangatan hubungan dan komitmen:

- a) Dalam persaingan antar produk-produk sejenis dan tingkat kualitas yang mirip, reputasi korporasi memberikan preferensi untuk membangun hubungan bisnis;
- b) Bila perusahaan menghadapi situasi kontroversial, reputasi mampu menarik dukungan; dan
- c) Di pasar uang, reputasi merupakan “nilai perusahaan” (company’s value).

Mengingat reputasi perusahaan merupakan bagian yang terpenting dari perusahaan, maka perusahaan harus mempertahankan citranya di mata konsumen (nasabah). Karena salah satu pertimbangan nasabah dalam memilih, menabung, mempercayakan uangnya di Bank adalah reputasi perusahaan tersebut di mata nasabah.

### 2.2.3.3 Lokasi Perusahaan

Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan (Swastha, 2002:24). Maka faktor yang dapat menunjang berkembangnya suatu perusahaan ialah letak / lokasi dari perusahaan tersebut.

Lokasi menurut Lupiyoadi (2009:42), berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan): apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.
2. Pemberi jasa mendatangi konsumen: dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung: berarti penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua pihak terlaksana dengan baik.

Lokasi perusahaan yang berdekatan dengan sarana umum, akan lebih banyak mendatangkan nasabah. Untuk itu pemilihan lokasi dalam membangun perusahaan tidak boleh salah sasaran. Misalnya saja, perusahaan yang dibangun di tengah desa, maka akan sepi pengunjung. Karena potensi dana dari masyarakat sangat minim. Sehingga berbeda dengan pembangunan perusahaan yang berada di tengah kota, yang memiliki potensi dana yang besar.

Menurut Fandy Tjiptono (2002:92) pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama:
  - a. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha – usaha khusus.
  - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan.

4. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
5. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan.
7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi restoran, perlu dipertimbangkan apakah dijalan / daerah yang sama terdapat restoran lainnya.
8. Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang rumah makan berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk / tempat ibadah.

#### **2.2.3.4 Religiusitas**

Mangunwijaya (1982) membedakan antara istilah religi atau agama dengan istilah religiusitas. Agama menunjuk pada aspek formal, yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Menurut Madjid (1992), religiusitas seseorang adalah tingkah laku manusia yang sepenuhnya dibentuk oleh kepercayaan kepada kegaiban atau alam gaib, yaitu kenyataan-kenyataan supra empiris. Manusia melakukan tindakan empiris sebagaimana layaknya, tetapi manusia yang memiliki

religiusitas meletakkan harga dan makna tindakan empirisnya di bawah supra empiris.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah kepercayaan seseorang terhadap ajaran agama baik di dalam hati maupun lisan, yang kemudian diterapkan / diaktualisasikan dalam perbuatan maupun tingkah laku sehari-hari.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas menurut Thouless (1992) yang bisa menghasilkan sikap keagamaan, yaitu :

1. Faktor sosial

Mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan sikap keagamaan.

2. Faktor pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membantu sikap keagamaan.

3. Faktor kebutuhan

Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi empat, yaitu :

a. Kebutuhan akan keamanan atau keselamatan,

b. Kebutuhan akan cinta kasih,

c. Kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan

d. Kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

#### 4. Faktor intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi. Sikap keagamaan adalah keputusan untuk menerima atau menolak terhadap ajaran suatu agama. Religiusitas adalah apabila keputusan untuk menerima itu membuat individu menginternalisasi ajaran agama tersebut ke dalam dirinya. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor intelektual juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi religiusitas seseorang.

##### **2.2.3.5 Bagi Hasil**

Sistem bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, maupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah *Mudharabah* dan *Musyarakah*. Lebih jauh prinsip *Mudharabah* dapat digunakan sebagai dasar baik untuk produk pendanaan (tabungan dan deposito) maupun pembiayaan, sementara *Musyarakah* lebih banyak untuk pembiayaan.

Bagi hasil adalah pembagian keuntungan yang diperoleh atas usaha antara pihak bank dan nasabah atas kesepakatan bersama dalam melakukan suatu kerjasama (Sjahdeini, 1999;60).

Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI tentang Bagi Hasil adalah sebagai berikut:

Ketentuan Umum :

1. Pada dasarnya, LKS boleh menggunakan prinsip Bagi Hasil (*Net Revenue Sharing*) maupun Bagi Untung (*Profit Sharing*) dalam pembagian hasil usaha dengan mitra (nasabah)-nya.
2. Dilihat dari segi kemaslahatan (*al-ashlah*), *saat ini*, pembagian hasil usaha sebaiknya digunakan prinsip Bagi Hasil (*Net Revenue Sharing*).
3. Penetapan prinsip pembagian hasil usaha yang dipilih harus disepakati dalam akad.

#### **2.2.4 Hubungan antara Variabel Bebas dengan Variabel Terikat**

Perekonomian Indonesia yang tiap tahun kian meningkat ini mengindikasikan bahwa ekonomi masyarakat Indonesia meningkat. Tentu saja hal ini dimanfaatkan oleh para pelaku ekonomi tepatnya perusahaan perbankan untuk mengambil hati konsumennya. Tak terkecuali BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Beberapa cara yang dilakukan perusahaan perbankan harus memperhatikan segala sesuatu yang dapat menarik minat nasabah bahkan calon nasabah untuk menabung di sana, termasuk minat Mahasiswa.

Berdasarkan rumusan masalah, maka variabel yang dapat mempengaruhi minat Mahasiswa dalam menabung di BNI Syariah

Kantor Kas FE UII Yogyakarta yaitu: kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi perusahaan, religiusitas, dan bagi hasil.

#### **2.2.4.1 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta**

Pemberian pelayanan dari pihak bank yang berkualitas mulai dari cara berpakaian, sikap yang ramah dan sopan dalam menjelaskan segala informasi produk BNI Syariah Kantor Kas FE UII, cepat dan tanggap dalam melayani nasabah ketika meminta bantuan, hingga fasilitas BNI Syariah Kantor Kas FE UII yang memadai, dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam menabung disana. Sebab, ketika berada pada pelayanan dari pihak bank yang baik, nasabah akan merasa nyaman untuk bertanya jawab, menabung, maupun menginvestasikan uangnya disana. Sehingga terdapat hubungan positif diantara keduanya, yaitu semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pihak bank kepada nasabah, maka semakin tinggi minat nasabah untuk menabung disana.

#### **2.2.4.2 Hubungan Reputasi Perusahaan dengan Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta**

Untuk menarik calon nasabah maupun untuk mempertahankan nasabah, BNI Syariah Kantor Kas FE UII harus mempertahankan reputasi yang telah dimilikinya selama ini. Sebab,



selama ini BNI Syariah Kantor Kas FE UII dikenal memiliki citra yang baik dimata masyarakat. Maka, hal ini dapat membuat masyarakat lainnya yang belum menabung disana akan lebih yakin lagi ketika menyimpan dananya disana. Sehingga pihak bank harus mempertahankan nama baiknya ini demi kepercayaan yang telah diberikan nasabah kepadanya.

#### **2.2.4.3 Hubungan Lokasi Perusahaan dengan Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta**

Dalam membangun perusahaan alangkah baiknya memilih lokasi yang berdekatan dengan sarana umum, salah satunya dengan perguruan tinggi yang notabene memiliki potensi dana yang cukup besar. Hal ini dikarenakan, Mahasiswa memiliki aktifitas perputaran uang yang cukup sering yang membuat mereka membutuhkan akses untuk mempermudah perputaran uang tersebut. Mengingat lokasi BNI Syariah Kantor Kas FE UII berdekatan dengan kampus FE UII, maka minat Mahasiswa FE UII untuk menabung disana akan tinggi.

#### **2.2.4.4 Hubungan Religiusitas dengan Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta**

Bank Syariah dikenal dengan nilai keislaman yang tinggi dibandingkan dengan Bank Konvensional. UII merupakan kampus Islam, yang Mahasiswanya tak luput dari unsur islami. Pengetahuan mereka mengenai nilai keagamaan yang cukup luas, telah semestinya

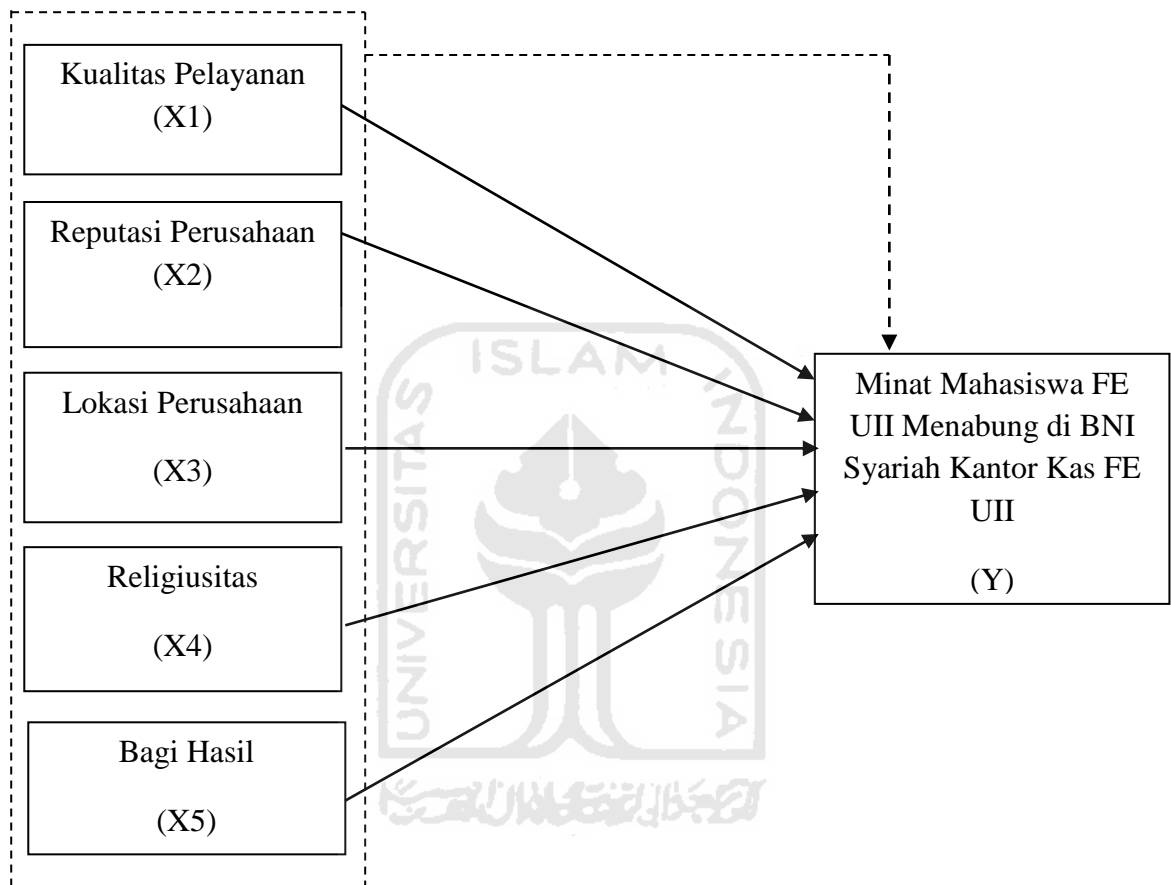
tahu apa saja yang dilarang dan diperbolehkan di dalam Al Quran. Termasuk penerapan prinsip operasional yang dijalankan Bank Syariah. Untuk itu, religiusitas dengan minat menabung di Bank Syariah memiliki keterkaitan. Ketika nilai religiusitas seseorang tinggi, maka mereka akan memilih untuk menyimpan dananya di Bank Syariah.

#### **2.2.4.5 Hubungan Bagi Hasil dengan Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta**

Bank konvensional menggunakan sistem bunga yang sudah jelas diterangkan di dalam Al Quran bahwa hal ini termasuk dalam kategori riba. Maka hal ini diharamkan. Berbeda dengan Bank Syariah, yang menganut sistem bagi hasil dalam kegiatan operasionalnya. Sehingga bagi hasil dengan minat menabung sangat memiliki hubungan yang positif. Masyarakat yang telah mengetahui bahwa Bank konvensional termasuk dalam kategori riba, mereka akan menjauhinnya, dan memilih Bank Syariah.

### 2.3 KERANGKA BERPIKIR

Kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan melalui sebuah paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1. Paradigma Pemikiran

Berdasarkan kerangka berpikir, dapat dilihat bahwa:

- a. Kualitas pelayanan mempengaruhi minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta
- b. Reputasi Perusahaan mempengaruhi minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta

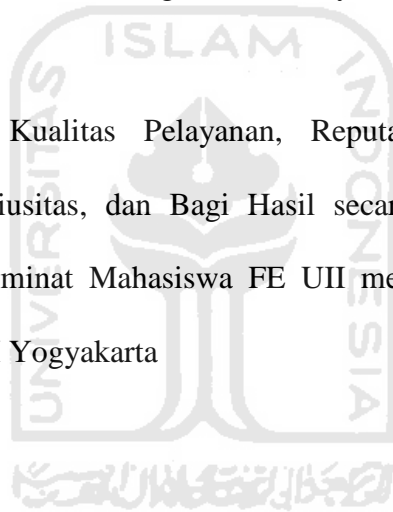
- c. Lokasi Perusahaan mempengaruhi minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta
- d. Religiusitas mempengaruhi minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta
- e. Bagi hasil mempengaruhi minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta
- f. Kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi perusahaan, religiusitas, dan bagi hasil secara simultan mempengaruhi minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta

## **2.4 HIPOTESIS**

Hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan bahwa sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu benar) sehingga harus diuji secara empiris (Purwanto dan Sulistyastuti, 2007:137). Dari permasalahan yang ada maka hipotesa dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta.
2. Diduga variabel Reputasi Perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta

3. Diduga variabel Lokasi Perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta
4. Diduga variabel Religiusitas berpengaruh positif terhadap variabel minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta
5. Diduga variabel Bagi hasil berpengaruh positif terhadap variabel minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta
6. Diduga variabel Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan, Lokasi Perusahaan, Religiusitas, dan Bagi Hasil secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 DESAIN PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2012:36).

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif. Sebab, hasil yang didapat dari penelitian berupa angka, yang kemudian diolah dan dianalisis. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi, religiusitas, dan bagi hasil terhadap minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta.

#### **3.2 DATA DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yang artinya sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli objek penelitian, dimana data tersebut diperoleh melalui responden dan tidak melalui media perantara. (Indriantoro, dkk, 2002). Sehingga peneliti langsung mendatangi responden satu per satu untuk mendapatkan data. Dalam penelitian ini, data primer yang dikumpulkan berasal dari hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada Mahasiswa FE UII.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu:

### 1. Kuesioner (Angket)

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab-nya (Sugiyono, 2011). Menurut Kusumah (2011: 78), kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti.

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, maupun data yang relevan penelitian. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto - foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada (Sudaryono, dkk., 2013: 41). Dokumentasi dalam penelitian ini berupa foto tempat penelitian, aktivitas tempat penelitian, dan Mahasiswa FE UII ketika mengisi kuesioner.

### **3.3 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di area Fakultas Ekonomi UII yang beralamat di Jl. Ringroad Utara, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Alasan pemilihan lokasi ini karena FE UII merupakan lokasi yang mudah dijangkau oleh peneliti, sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian. Penelitian akan dilakukan pada bulan September - Oktober 2016.

### 3.4 POPULASI DAN SAMPEL

#### 1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010: 117). Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/ Mahasiswi Fakultas Ekonomi UII.

#### 2. Sampel Penelitian

Menurut Arikunto (2006: 131), sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jika kita hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel. Penelitian ini menggunakan teknik dalam pengumpulan data yaitu metode *accidental sampling*. Dalam teknik ini pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Yakni siapa saja (Mahasiswa FE UII) yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan memenuhi syarat sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan, maka orang tersebut bisa dijadikan sebagai sumber data. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 Mahasiswa FE UII yang menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII untuk dijadikan responden. Penentuan jumlah sampel ini didasarkan adanya keterbatasan waktu, dana, dan tenaga. Maka, peneliti menggunakan 100 responden untuk diteliti sebagai sumber data penelitian karena populasi penelitian yang besar. Sampel yang diambil dari



populasi benar-benar representatif (mewakili), sehingga memenuhi kriteria yang mendukung / sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

### **3.5 DEFINISI DAN OPERASIONAL VARIABEL**

Menurut Sugiyono (2014:38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan metode dan instrumen pengumpulan data melalui pembagian kuesioner.

#### **1. Variabel Bebas**

Indikator variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari:

##### **a. Kualitas Pelayanan**

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dari suatu perusahaan dalam pemberian jasanya kepada nasabah. Pelayanan yang baik adalah salah satu faktor minat Mahasiswa FE UII untuk bertransaksi di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta.

##### **b. Reputasi Perusahaan**

Salah satu pertimbangan Mahasiswa FE UII dalam menabung di Bank BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta adalah reputasi perusahaan tersebut di mata nasabah. Reputasi yang baik akan mendorong nasabah untuk memilih Bank tersebut, sebagai tempat untuk

memercayakan uangnya ditabung maupun diinvestasikan pada Bank BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta.

c. Lokasi Perusahaan

Pemilihan lokasi perusahaan sangat mempengaruhi perkembangan perusahaan itu kedepannya. Letak BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta yang berdekatan dengan kampus FE UII, menjadikan Mahasiswa FE UII memilih Bank tersebut sebagai akses perputaran uang karena letaknya yang tidak jauh dengan rumah maupun kosnya.

d. Religiusitas

Bank Syariah dalam menjalankan sistem operasionalnya tak luput dari ajaran agama Islam yang berada di dalam Al Quran. Untuk itu dalam memilih Bank, nasabah memilih Bank yang kegiatannya tidak berada di luar jalur hukum Islam. Sehingga perasaan / jiwa ke-religiusan dari seseorang akan mempengaruhi orang tersebut dalam memilih Bank untuk dijadikannya tempat menyimpan dananya.

Menurut Ancok dan Suroso dalam bukunya yang berjudul “Psikologi Islami” mengemukakan bahwa rumusan Glock & Stark yang membagi keberagaman menjadi lima dimensi dalam tingkat tertentu mempunyai kesesuaian dalam Islam yaitu:

1. Dimensi keyakinan atau akidah Islam menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat

fundamental dan dogmatik. Di dalam keberIslaman, isi dimensi keimanan menyangkut keyakinan tentang Allah, para Malaikat, Nabi/Rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka, serta qadha' dan qadar.

2. Dimensi peribadatan (praktek agama) atau syariah menunjuk pada seberapa tingkat kepada Tuhan muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana disuruh dan dianjurkan oleh agamanya. Dalam keberIslaman, dimensi peribadatan menyangkut pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji, membaca Al-qur'an, do'a, zikir, ibadah kurban, iktikaf di masjid pada bulan puasa.
3. Dimensi pengamalan atau akhlak menunjuk pada seberapa tingkatan muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain. Dalam keberIslaman, dimensi ini meliputi perilaku suka menolong, bekerjasama, berderma, mensejahterakan dan menumbuhkembangkan orang lain, menegakkan keadilan dan kebenaran, berlaku jujur, memaafkan, menjaga lingkungan hidup, menjaga amanat, tidak mencuri, tidak korupsi, tidak menipu, tidak berjudi, tidak meminum-minuman yang memabukkan, mematuhi norma-norma Islam dalam perilaku seksual, berjuang untuk hidup sukses menurut ukuran Islam.
4. Dimensi pengetahuan atau ilmu menunjuk pada seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman muslim terhadap ajaran-ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran-ajaran pokok dari agamanya, sebagaimana termuat dalam kitab sucinya. Dalam keberIslaman, dimensi ini menyangkut pengetahuan tentang isi Al-Qur'an, pokok-pokok ajaran agama yang harus diimani dan dilaksanakan (rukun Islam dan rukun iman), hukum-hukum Islam, sejarah Islam.

5. Dimensi pengalaman atau penghayatan adalah dimensi yang menyertai keyakinan, pengamalan, dan peribadatan. Dimensi penghayatan menunjuk pada seberapa jauh tingkat muslim dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman religius. Dalam keberislaman, dimensi ini terwujud dalam perasaan dekat dengan Allah, merasa doanya sering terkabul, perasaan tenang bahagia karena menuhankan Allah, perasaan bertawakkal (pasrah diri secara positif) kepada Allah, perasaan khusuk ketika melaksanakan shalat atau berdoa, perasaan tergetar ketika mendengar adzan atau ayat-ayat Al-Qur'an, perasaan bersyukur kepada Allah, perasaan mendapat peringatan atau pertolongan dari Allah.

Berdasarkan yang dikemukakan Ancok dan Suroso, maka religiusitas dalam penelitian ini menghubungkan dimensi-dimensi tersebut dengan tingkah laku sehari-hari berdasarkan unsur-unsur yang terdapat dalam akidah islam, yang meliputi praktik agama (syariah), dan pengamalan (akhlak) yang dimiliki seseorang dan pihak lembaga keuangan islam.

#### e. Bagi Hasil

Prinsip pembagian keuntungan yang dibagikan kepada nasabah dari simpanan berdasarkan nisbah yang disepakati setiap bulannya dapat mempengaruhi nasabah untuk memilih Bank Syariah karena Bank tersebut menerapkan sistem ini. Sistem bagi hasil merupakan pengganti bunga apabila di Bank Konvensional. Bagi hasil berisi tentang kepercayaan pengelolaan simpanan, hingga kepuasan yang diperoleh nasabah bertransaksi dan menabung di Bank BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta.

## 2. Variabel Terikat

Indikator dalam variabel terikat ini adalah minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta yang diasumsikan sebagai tingkatan dari keinginan nasabah untuk bertransaksi, menabung, maupun berinvestasi secara baik dan halal.

### 3.6 INSTRUMEN PENELITIAN

Menurut Arikunto (2010:203) instrumen merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data agar penelitian dan hasilnya mudah diolah. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner (angket) yang akan diisi oleh responden. Kuesioner yang dibuat berupa pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya tertutup, dengan pilihan jawaban sudah disediakan oleh peneliti. Instrumen terdiri dari: angket kualitas pelayanan, angket reputasi perusahaan, angket lokasi perusahaan, angket religiusitas, angket bagi hasil, dan angket minat menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta.

Perhitungan skor dalam penelitian ini, semua variabel dinyatakan dalam bentuk angka dengan skala perhitungan yang digunakan adalah skala likert. Agar penelitian ini lebih terfokus, model skala likert yang digunakan adalah lima kriteria yaitu Sangat Setuju (SS) atau Sangat Memuaskan (SM), Setuju (S) atau Memuaskan (M), Cukup Setuju (CS) atau Cukup Memuaskan (CM), Kurang Setuju (KS) atau Kurang Memuaskan (KM), dan Tidak Setuju (TS) atau Tidak Memuaskan (TM) yang akan diisi dalam bentuk *checklist*.

Pedoman perhitungan skor setiap alternatif jawaban pada instrumen adalah:

**Tabel 3.1 Perhitungan skor**

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS) atau Sangat Memuaskan (SM)	5
Setuju (S) atau Memuaskan (M)	4
Cukup Setuju (CS) atau Cukup Memuaskan (CM)	3
Kurang Setuju (KS) atau Kurang Memuaskan (KM)	2
Tidak Setuju (TS) atau Tidak Memuaskan (KM)	1

### **3.7 Uji Coba Instrumen**

Dalam uji coba instrumen ini, peneliti melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian instrumen ini berguna untuk mengetahui kevalidan maupun kesesuaian angket yang peneliti gunakan dalam mengumpulkan data dari responden.

#### **3.7.1 Uji Validitas**

Dalam suatu penelitian yang menggunakan instrumen sebagai alat dalam pengumpulan data, maka perlu dilakukan uji validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2009).

Untuk mengetahui butir item yang valid dengan yang tidak valid, dilakukan pengujian dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel pada taraf kepercayaan 95%, dengan kata lain tingkat kesalahan yang ditolerir ( $\alpha$ ) dalam penelitian ini adalah 5%. Apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel

maka item instrumen dinyatakan valid, begitu juga sebaliknya jika nilai  $r$  hitung  $< r$  tabel maka item instrumennya dinyatakan tidak valid.

Penghitungan tingkat validitas ini menggunakan rumus Korelasi *Product Moment* yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[\{\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{(N\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2\}]}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  = Koefisien validitas item yang dicari
- $X$  = Skor responden untuk tiap item
- $Y$  = Total skor tiap responden dari seluruh item
- $\Sigma X$  = Jumlah skor dalam distribusi  $X$
- $\Sigma Y$  = Jumlah skor dalam distribusi  $Y$
- $\Sigma X^2$  = Jumlah kuadrat masing-masing skor  $X$

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat masing-masing skor Y

N = Jumlah subyek

Uji validitas instrumen ini menggunakan bantuan software SPSS versi 21.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas. Pengujian ini harus dilakukan agar angket yang digunakan benar-benar dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data. Menurut Ghazali (2009:45) Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan memiliki reliabilitas yang baik atau terpecaya jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengujian reliabilitas dapat dihitung dengan menggunakan formula *Cronbach's Alpha* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (r - 1)k}$$

Keterangan:

$\alpha$  = koefisien reliabilitas

k = jumlah item per-variabel x

r = mean korelasi antar item

Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach's alfa* > 0,60. Sedangkan, jika sebaliknya data tersebut dikatakan tidak *reliable* (Ghozali, 2009 : 45-46).

Uji reliabilitas instrumen ini menggunakan bantuan software SPSS versi 21.



## **3.8 TEKNIK ANALISIS DATA**

### **3.8.1 Uji Asumsi Klasik**

Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

#### **3.8.1.1 Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2012: 160) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal.

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu:

- a) Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari populasi adalah normal.
- b) Jika probabilitas  $< 0,05$  maka populasi tidak berdistribusi secara normal

Uji yang digunakan untuk menguji kenormalan adalah uji Kolmogorov - Smirnov.

### **3.8.1.2 Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali (2012: 105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerance. Tolerance mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/\text{tolerance}$ ). Nilai cutoff yang umum di pakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance  $> 0,01$  atau sama dengan nilai  $VIF < 10$ .

### **3.8.1.3 Uji Heterokedastisitas**

Menurut Ghozali (2012: 139) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

### **3.8.1.4 Uji Autokorelasi**

Menurut Ghozali (2012: 110) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t - 1$  (sebelumnya). Pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin Watson dengan membandingkan nilai Durbin Watson hitung ( $d$ ) dengan nilai Durbin Watson tabel, yaitu batas atas ( $du$ ) dan batas bawah ( $dL$ ). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika  $0 < d < dL$ , maka terjadi autokorelasi positif.

2. Jika  $dL < d < du$ , maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak.
3. Jika  $d - dL < d < 4$ , maka terjadi autokorelasi negatif.
4. Jika  $4 - du < d < 4 - dL$ , maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak.
5. Jika  $du < d < 4 - du$ , maka tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif.

### 3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2010:277) Analisis linear berganda adalah analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menerangkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi perusahaan, religiusitas, dan bagi hasil terhadap minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta

$a$  = Konstanta

$b$  = Intersep atau kemiringan garis regresi

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Reputasi Perusahaan

$X_3$  = Lokasi Perusahaan

$X_4$  = Religiusitas

$X_5$  = Bagi Hasil

$e$  = Faktor lain di luar model

### 3.8.2.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar variabel-variabel independen (kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi perusahaan, religiusitas, dan bagi hasil) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Untuk mengetahui seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen dapat ditentukan dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

### 3.8.2.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial yaitu pengujian pengaruh antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.

Namun, untuk melihat t tabel dalam pengujian hipotesis pada model regresi, perlu menentukan derajat bebas atau *degree of freedom* dan hal ini ditentukan dengan rumus:

$$Df = n - k$$

- a. Dimana n = Banyaknya observasi dalam kurun waktu data.
- b. Dimana k = Banyaknya variabel (bebas dan terikat).

#### Dasar Pengambilan Keputusan Untuk Uji t (Parsial) Dalam Analisis Regresi

Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel :

- a. Jika nilai t hitung  $>$  t tabel maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).
- b. Jika nilai t hitung  $<$  t tabel maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS

- a. Jika nilai Sig.  $<$  0,05 maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

- b. Jika nilai Sig. > 0,05 maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

### 3.8.2.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk menguji pengaruh seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan f hitung dengan f tabel. Untuk melihat F tabel dalam pengujian hipotesis pada model regresi, perlu menentukan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) atau dikenal dengan df2 dan juga dalam F tabel disimbolkan dengan N2. Hal ini ditentukan dengan rumus:

$$df1 = k - 1$$

$$df2 = n - k$$

- a. Dimana n = Banyaknya observasi dalam kurun waktu data.  
b. Dimana k = Banyaknya variabel (bebas dan terikat).

### Dasar Pengambilan Keputusan Untuk Uji F (Simultan) Dalam Analisis Regresi

Berdasarkan nilai F hitung dan F tabel :

- a. Jika nilai F hitung > F tabel maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).  
b. Jika nilai F hitung < F tabel maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS :

- a. Jika nilai Sig.  $< 0,05$  maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).
- b. Jika nilai Sig.  $> 0,05$  maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).



## **BAB IV**

### **HASIL DAN ANALISIS**

#### **4.1 DESKRIPSI TEMPAT PENELITIAN**

##### **4.1.1 Profil Singkat Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia**

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (FE UII) beralamat di Jl. Ringroad Utara, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Lokasi FE UII ini berdekatan dengan BNI Syariah, Mandiri, dan Bukopin, hanya saja yang memiliki kantor dikawasan ini hanya BNI Syariah.

Saat ini FE UII memiliki tiga jurusan, yaitu Akuntansi, Manajemen, dan Ilmu Ekonomi. Jumlah Mahasiswa aktif Jurusan Akuntansi dari tahun 2012 – 2016 sebanyak 1723 Mahasiswa, Jurusan Manajemen dari tahun 2012 – 2016 sebanyak 1761 Mahasiswa, dan Jurusan Ilmu Ekonomi dari tahun 2012 – 2016 sebanyak 1243 Mahasiswa. Karena lokasinya yang strategis, tidak heran jika setiap tahunnya FE UII selalu menjadi incaran banyak mahasiswa baru.

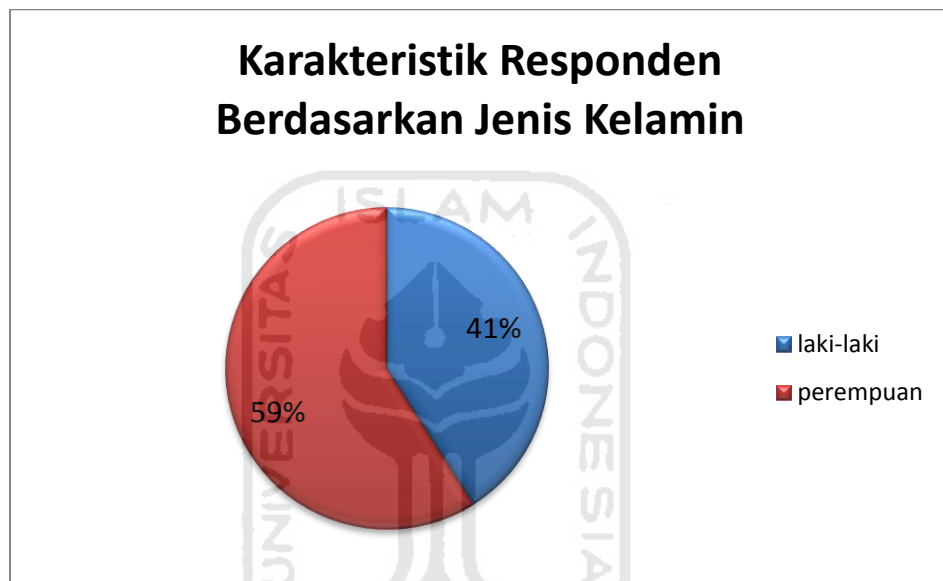
#### **4.2 DESKRIPSI DATA RESPONDEN**

Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Berikut ini akan disajikan deskripsi data responden berdasarkan karakteristiknya sebagai berikut:



#### 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada diagram lingkaran berikut ini:



Sumber: Data Primer yang diolah

Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar diagram di atas, terdapat 41% atau 41 responden laki-laki. Sedangkan sisanya yaitu 59% atau 59 adalah responden perempuan. Dengan demikian, mayoritas responden adalah Mahasiswa perempuan.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

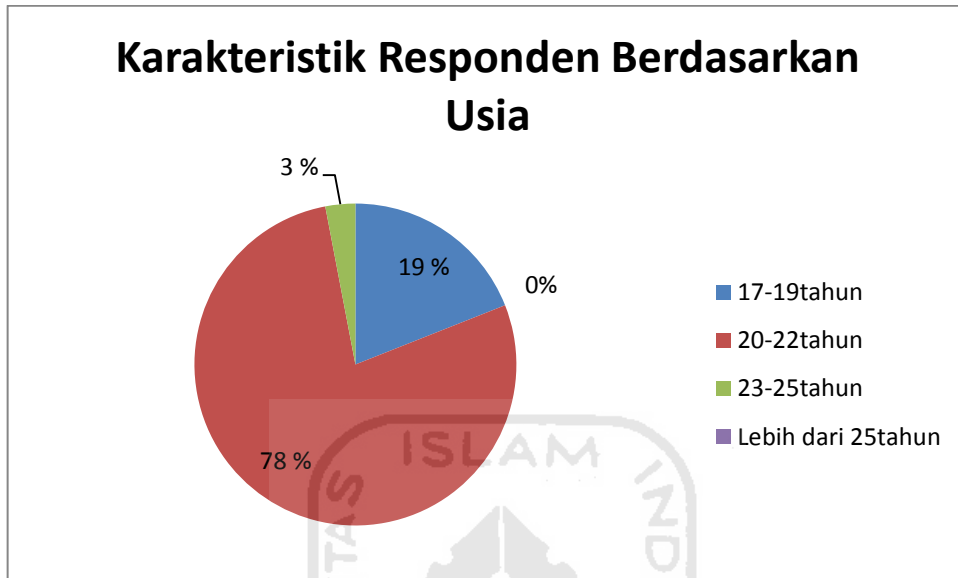
Peneliti mengklasifikasikan usia responden ke dalam empat kategori.

Adapun data responden dalam tiap kategori dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.1 Kategori Usia**

<b>KATEGORI</b>	<b>USIA</b>	<b>FREKUENSI</b>	<b>FREKUENSI RELATIF (%)</b>
A	17-19 Tahun	19	19%
B	20-22 Tahun	78	78%
C	23-25 Tahun	3	3%
D	>25 Tahun	0	0%
<b>JUMLAH</b>		100	100%

Berdasarkan kategori di atas, dapat digambarkan dengan diagram lingkaran sebagai berikut:



Sumber: Data Primer yang diolah

Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden yang berusia 17-19 tahun sebanyak 19% atau 19 responden. Responden yang berusia 20-22 tahun sebanyak 78% atau 78 responden. Responden yang berusia 23-25 tahun 3% atau 3 responden, sedangkan usia yang lebih dari 25 tahun tidak ada. Jadi secara umum, usia responden didominasi oleh usia 20-22 tahun.

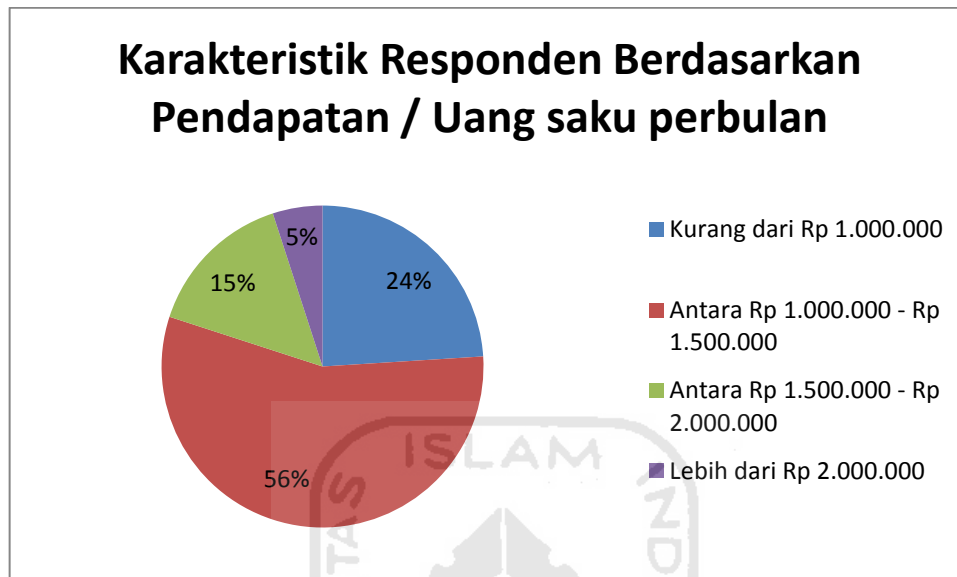
#### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan dalam penelitian ini merupakan sejumlah uang yang dimiliki responden, yang dapat bersumber dari orang tua, beasiswa, usaha / bisnis, dan lain-lain. Peneliti mengklasifikasikan pendapatan perbulan responden ke dalam empat kategori. Adapun data responden dalam tiap kategori dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.2 Kategori Pendapatan perbulan**

<b>KATEGORI</b>	<b>PENDAPATAN PERBULAN</b>	<b>FREKUENSI</b>	<b>FREKUENSI RELATIF (%)</b>
A	Kurang dari Rp 1.000.000	24	24%
B	Antara Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000	56	56%
C	Antara Rp 1.500.000 - Rp 2.000.000	15	15%
D	Lebih dari Rp 2.000.000	5	5%
<b>JUMLAH</b>		100	100%

Berdasarkan kategori di atas, dapat digambarkan dengan diagram lingkaran sebagai berikut:



Sumber: Data Primer yang diolah

Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan

Berdasarkan diagram di atas, responden yang mempunyai pendapatan kurang dari Rp 1.000.000 perbulan sebanyak 24% atau 24 responden. Responden yang mempunyai pendapatan antara Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000 perbulan sebanyak 56% atau 56 responden. Responden yang mempunyai pendapatan antara Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000 perbulan sebanyak 15% atau 15 responden. Dan responden yang mempunyai pendapatan lebih dari Rp 2.000.000 perbulan sebanyak 5% atau 5 responden. Jadi, secara umum rata-rata pendapatan yang dimiliki responden setiap bulan antara Rp 1.000.000 hingga Rp 1.500.000.

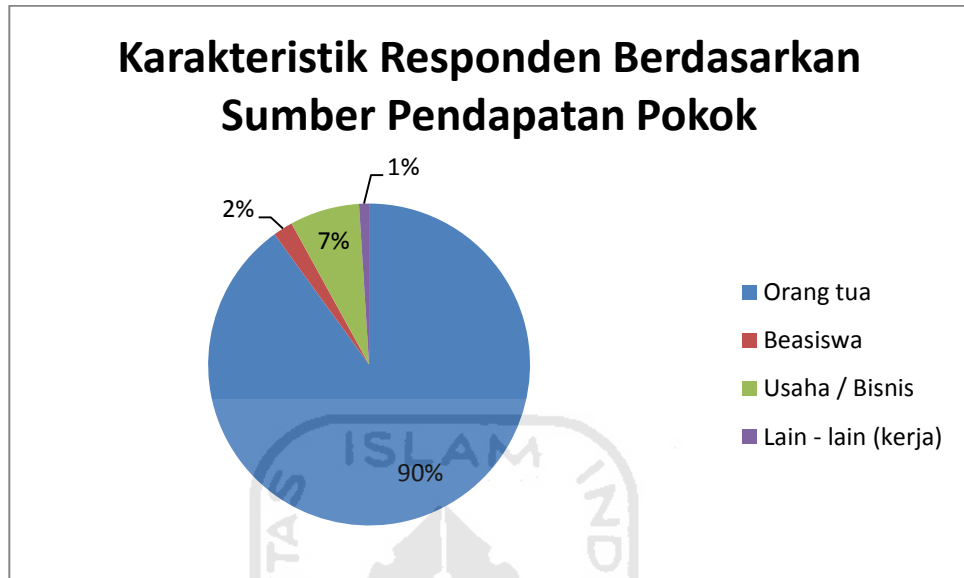
#### 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan Pokok

Peneliti mengklasifikasikan sumber pendapatan pokok menjadi empat kategori. Adapun data responden dalam tiap kategori dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.3 Kategori Sumber Pendapatan Pokok**

<b>KATEGORI</b>	<b>SUMBER PENDAPATAN POKOK</b>	<b>FREKUENSI</b>	<b>FREKUENSI RELATIF (%)</b>
A	Orang tua	90	90%
B	Beasiswa	2	2%
C	Usaha / Bisnis	7	7%
D	Lain-lain	1	1%
<b>JUMLAH</b>		100	100%

Berdasarkan kategori di atas, dapat digambarkan dengan diagram lingkaran sebagai berikut:



Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan Pokok

Berdasarkan gambar diagram di atas dapat diketahui bahwa sumber pendapatan pokok didominasi dari orang tua, dengan jumlah 90% atau 90 responden. Adapun sisanya sebesar 2% atau 2 responden memiliki pendapatan pokok yang berasal dari beasiswa, 7% atau 7 responden memiliki pendapatan pokok yang berasal dari bisnis yang dimilikinya, dan 1% atau 1 responden yang memiliki pendapatan pokok dengan bekerja disamping kegiatan perkuliahannya.

#### 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah

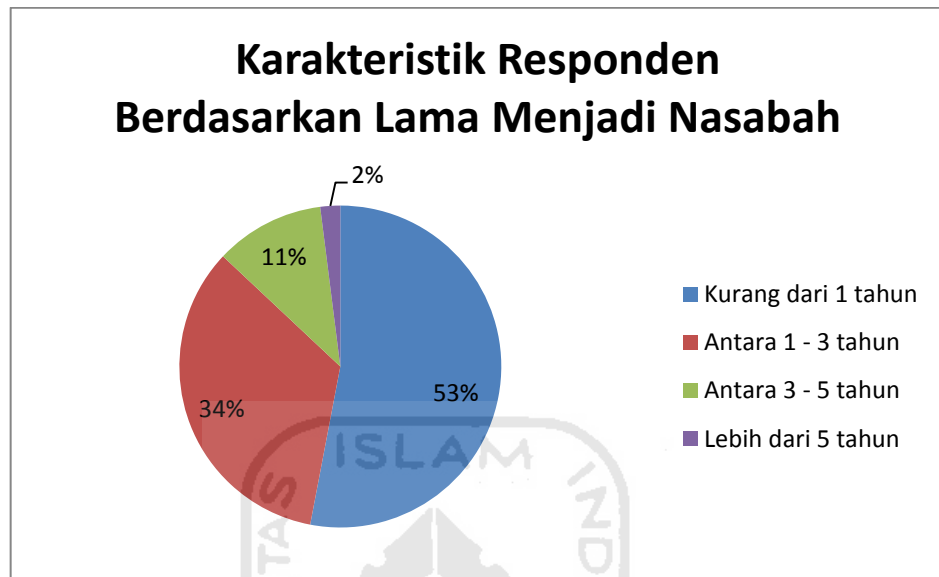
Peneliti mengklasifikasikan lamanya responden menjadi nasabah ke dalam empat kategori. Adapun data responden dalam tiap kategori dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.4 Kategori Lamanya Menjadi Nasabah**

<b>KATEGORI</b>	<b>LAMA MENJADI NASABAH</b>	<b>FREKUENSI</b>	<b>FREKUENSI RELATIF (%)</b>
A	Kurang dari 1 Tahun	53	53%
B	Antara 1 - 3 Tahun	34	34%
C	Antara 3 - 5 Tahun	11	11%
D	Lebih dari 5 Tahun	2	2%
<b>JUMLAH</b>		100	100%



Berdasarkan kategori di atas, dapat digambarkan dengan diagram lingkaran sebagai berikut:



Sumber: Data Primer yang diolah

Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden yang menjadi nasabah kurang dari 1 tahun sebanyak 53% atau 53 responden, kisaran 1 hingga 3 tahun sebanyak 34% atau 34 responden, kisaran 3 hingga 5 tahun sebanyak 11% atau 11 responden, dan yang lebih dari 5 tahun sebesar 2% atau 2 responden. Jadi secara umum, lamanya responden menjadi nasabah didominasi kurang dari 1 tahun.

### 4.3 Hasil Uji Instrumen

Dalam pengujian instrumen ini, peneliti menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut pembahasan dari hasil pengujian tersebut.

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas instrumen ini menggunakan bantuan software SPSS versi 21. Berdasarkan pengolahan data tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut:

##### 4.3.1.1 Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan

Instrumen kualitas pelayanan terdiri dari tujuh butir pertanyaan. Setelah dilakukan uji validitas, dari tujuh pertanyaan tersebut dinyatakan valid sebagai bahan penelitian dalam memperoleh data. Hal ini dapat dilihat dalam tabel hasil olahan menggunakan software SPSS versi 21.

**Tabel 4.5 Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan**

Butir Pertanyaan	$r_{xy}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,635	0,195	Valid
2	0,722	0,195	Valid
3	0,751	0,195	Valid
4	0,792	0,195	Valid
5	0,711	0,195	Valid
6	0,695	0,195	Valid
7	0,771	0,195	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Dilihat dari nilai r tabel dengan N=100 pada signifikansi 5%, ditemukan nilai r tabel sebesar 0,195. Angka pada r tabel kemudian

dibandingkan dengan nilai  $r$  hitung yang diperoleh dari hasil output penghitungan dengan SPSS. Hasil yang diperoleh bahwa semua nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel, maka artinya semua butir pertanyaan pada angket kualitas pelayanan dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian yang dilakukan.

#### 4.3.1.2 Validitas Instrumen Reputasi Perusahaan

Instrumen reputasi perusahaan terdiri dari tujuh butir pertanyaan. Setelah dilakukan uji validitas, dari tujuh pertanyaan tersebut dinyatakan valid sebagai bahan penelitian dalam memperoleh data. Hal ini dapat dilihat dalam tabel hasil olahan menggunakan software SPSS versi 21.

**Tabel 4.6 Validitas Instrumen Reputasi Perusahaan**

Butir Pertanyaan	$r_{xy}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,794	0,195	Valid
2	0,749	0,195	Valid
3	0,755	0,195	Valid
4	0,831	0,195	Valid
5	0,787	0,195	Valid
6	0,835	0,195	Valid
7	0,715	0,195	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Dilihat dari nilai  $r$  tabel dengan  $N=100$  pada signifikansi 5%, ditemukan nilai  $r$  tabel sebesar 0,195. Angka pada  $r$  tabel kemudian dibandingkan dengan nilai  $r$  hitung yang diperoleh dari hasil output penghitungan dengan SPSS. Hasil yang diperoleh bahwa semua nilai  $r$

hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel, maka artinya semua butir pertanyaan pada angket reputasi perusahaan dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian yang dilakukan.

#### 4.3.1.3 Validitas Instrumen Lokasi Perusahaan

Instrumen lokasi perusahaan terdiri dari delapan butir pertanyaan. Setelah dilakukan uji validitas, dari delapan pertanyaan tersebut dinyatakan valid sebagai bahan penelitian dalam memperoleh data. Hal ini dapat dilihat dalam tabel hasil olahan menggunakan software SPSS versi 21.

**Tabel 4.7 Validitas Instrumen Lokasi Perusahaan**

Butir Pertanyaan	$r_{xy}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,717	0,195	Valid
2	0,763	0,195	Valid
3	0,623	0,195	Valid
4	0,743	0,195	Valid
5	0,767	0,195	Valid
6	0,780	0,195	Valid
7	0,773	0,195	Valid
8	0,682	0,195	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Dilihat dari nilai  $r$  tabel dengan  $N=100$  pada signifikansi 5%, ditemukan nilai  $r$  tabel sebesar 0,195. Angka pada  $r$  tabel kemudian dibandingkan dengan nilai  $r$  hitung yang diperoleh dari hasil output penghitungan dengan SPSS. Hasil yang diperoleh bahwa semua nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel, maka artinya semua butir

pertanyaan pada angket lokasi perusahaan dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian yang dilakukan.

#### 4.3.1.4 Validitas Instrumen Religiusitas

Instrumen religiusitas terdiri dari tujuh butir pertanyaan. Setelah dilakukan uji validitas, dari tujuh pertanyaan tersebut dinyatakan valid sebagai bahan penelitian dalam memperoleh data. Hal ini dapat dilihat dalam tabel hasil olahan menggunakan software SPSS versi 21.

**Tabel 4.8 Validitas Instrumen Religiusitas**

Butir Pertanyaan	$r_{xy}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,803	0,195	Valid
2	0,809	0,195	Valid
3	0,762	0,195	Valid
4	0,789	0,195	Valid
5	0,703	0,195	Valid
6	0,740	0,195	Valid
7	0,817	0,195	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Dilihat dari nilai  $r$  tabel dengan  $N=100$  pada signifikansi 5%, ditemukan nilai  $r$  tabel sebesar 0,195. Angka pada  $r$  tabel kemudian dibandingkan dengan nilai  $r$  hitung yang diperoleh dari hasil output penghitungan dengan SPSS. Hasil yang diperoleh bahwa semua nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel, maka artinya semua butir pertanyaan pada angket religiusitas dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian yang dilakukan.

#### 4.3.1.5 Validitas Instrumen Bagi Hasil

Instrumen bagi hasil terdiri dari tujuh butir pertanyaan. Setelah dilakukan uji validitas, dari tujuh pertanyaan tersebut dinyatakan valid sebagai bahan penelitian dalam memperoleh data. Hal ini dapat dilihat dalam tabel hasil olahan menggunakan software SPSS versi 21.

**Tabel 4.9 Validitas Instrumen Bagi Hasil**

Butir Pertanyaan	$r_{xy}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,820	0,195	Valid
2	0,813	0,195	Valid
3	0,818	0,195	Valid
4	0,802	0,195	Valid
5	0,775	0,195	Valid
6	0,823	0,195	Valid
7	0,784	0,195	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Dilihat dari nilai  $r$  tabel dengan  $N=100$  pada signifikansi 5%, ditemukan nilai  $r$  tabel sebesar 0,195. Angka pada  $r$  tabel kemudian dibandingkan dengan nilai  $r$  hitung yang diperoleh dari hasil output penghitungan dengan SPSS. Hasil yang diperoleh bahwa semua nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel, maka artinya semua butir pertanyaan pada angket bagi hasil dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian yang dilakukan.

#### 4.3.1.6 Validitas Instrumen Minat Menabung

Instrumen minat menabung terdiri dari tujuh butir pertanyaan. Setelah dilakukan uji validitas, dari tujuh pertanyaan tersebut dinyatakan valid sebagai bahan penelitian dalam memperoleh data. Hal ini dapat dilihat dalam tabel hasil olahan menggunakan software SPSS versi 21.

**Tabel 4.10 Validitas Instrumen Minat Menabung**

Butir Pertanyaan	$r_{xy}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,744	0,195	Valid
2	0,803	0,195	Valid
3	0,622	0,195	Valid
4	0,727	0,195	Valid
5	0,742	0,195	Valid
6	0,686	0,195	Valid
7	0,709	0,195	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Dilihat dari nilai  $r$  tabel dengan  $N=100$  pada signifikansi 5%, ditemukan nilai  $r$  tabel sebesar 0,195. Angka pada  $r$  tabel kemudian dibandingkan dengan nilai  $r$  hitung yang diperoleh dari hasil output penghitungan dengan SPSS. Hasil yang diperoleh bahwa semua nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel, maka artinya semua butir pertanyaan pada angket minat menabung dinyatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian yang dilakukan.

### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen ini menggunakan bantuan software SPSS versi

21. Berdasarkan pengolahan data tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,861	Valid
Reputasi Perusahaan	0,897	Valid
Lokasi Perusahaan	0,875	Valid
Religiusitas	0,890	Valid
Bagi Hasil	0,909	Valid
Minat Menabung	0,847	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dikatakan *reliable*. Berdasarkan olahan dengan menggunakan SPSS versi 21, diperoleh nilai *Cronbach's alfa* > 0,60. Sehingga seluruh instrumen tersebut dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.



## 4.4 HASIL PENELITIAN

### 4.4.1 HASIL UJI ASUMSI KLASIK

#### 4.4.1.1 Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil estimasi yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.12 Hasil Output Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.77849042
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.063
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.880
Asymp. Sig. (2-tailed)		.420

Sumber: Hasil output estimasi dengan SPSS 21

Hasil uji normalitas menunjukkan level signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  ( $\alpha = 0.05$ ) yaitu  $0,420 > 0,05$  yang berarti bahwa data terdistribusi dengan normal.

#### 4.4.1.2 Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil estimasi yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.13 Hasil Output Uji Multikolinieritas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.541	2.123		1.668	.099		
1 Kualitas Pelayanan	-.095	.110	-.089	-.867	.388	.406	2.465
Reputasi Perusahaan	.321	.109	.310	2.948	.004	.385	2.600
Lokasi Perusahaan	.258	.079	.303	3.276	.001	.496	2.016
Religiusitas	.106	.119	.108	.894	.373	.291	3.434
Bagi Hasil	.243	.117	.253	2.068	.041	.282	3.540

Sumber: Hasil output estimasi dengan SPSS 21

Dari hasil output data didapatkan bahwa nilai semua nilai VIF < 10 ini berarti tidak terjadi multikolinieritas. Dan menyimpulkan bahwa uji multikolinieritas terpenuhi.

#### 4.4.1.3 Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil estimasi yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.14 Hasil Output Uji Heterokedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	1.033	1.341			
1	Kualitas Pelayanan	.141	.069	.320	2.032	.045
	Reputasi Perusahaan	-.108	.069	-.255	-1.575	.119
	Lokasi Perusahaan	-.021	.050	-.062	-.432	.667
	Religiusitas	.006	.075	.014	.073	.942
	Bagi Hasil	.021	.074	.053	.280	.780

Sumber: Hasil output estimasi dengan SPSS 21

Dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan ada gangguan heteroskedastisitas, dimana nilai signifikansi (sig) sebesar  $0.045 < 0,05$ . Variabel reputasi perusahaan tidak ada gangguan heteroskedastisitas, dimana nilai signifikansi (sig) sebesar  $0.119 > 0,05$ . Variabel lokasi perusahaan tidak ada gangguan heteroskedastisitas, dimana nilai signifikansi (sig) sebesar  $0.667 > 0,05$ . Variabel religiusitas tidak ada gangguan heteroskedastisitas, dimana nilai signifikansi (sig) sebesar  $0.942 > 0,05$ , dan variabel bagi hasil tidak ada gangguan heteroskedastisitas, dimana nilai signifikansi (sig) sebesar  $0.780 > 0,05$ .

#### 4.4.1.4 Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil estimasi yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.15 Hasil Output Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.775 <sup>a</sup>	.601	.580	2.851	2.067

*Sumber: Hasil output estimasi dengan SPSS 21*

Dari tabel diatas didapatkan nilai Durbin-Watson (DW hitung) sebesar 2,067 atau 2. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan DW hitung berada diantara -2 dan 2, yakni  $-2 \leq 2 \leq 2$  maka ini berarti tidak terjadi autokorelasi. Sehingga kesimpulannya adalah Uji Autokorelasi terpenuhi.

#### 4.4.2 HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Peneliti melakukan pengolahan data dengan uji regresi linear berganda. Sehingga dapat diketahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat menabung Mahasiswa FE UII di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Uji regresi linear berganda ini menggunakan bantuan software SPSS versi 21.

#### 4.4.2.1 Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.16 Hasil Output Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.775 <sup>a</sup>	.601	.580	2.851	2.067

Sumber: Hasil output estimasi dengan SPSS 21

Kelayakan model R-Squared sebesar 0,601 atau 60,1%. Artinya, bahwa variasi variabel dependen (minat menabung) dapat dijelaskan oleh beberapa variabel independen (kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi perusahaan, religiusitas, dan bagi hasil). Sedangkan sisanya sebesar 39,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

#### 4.4.2.2 Uji Parsial (Uji T)

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil estimasi yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.17 Hasil Output Uji Parsial (Uji T)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.541	2.123		1.668	.099
	Kualitas Pelayanan	-.095	.110	-.089	-.867	.388
	Reputasi Perusahaan	.321	.109	.310	2.948	.004
	Lokasi Perusahaan	.258	.079	.303	3.276	.001
	Religiusitas	.106	.119	.108	.894	.373
	Bagi Hasil	.243	.117	.253	2.068	.041

Sumber: Hasil output estimasi dengan SPSS 21

Dilihat dari nilai signifikansi dengan  $\alpha$  sebesar 5%, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0,388 > 0,05$  artinya tidak signifikan, maka gagal menolak  $H_0$  dan tidak berpengaruh terhadap variabel minat menabung. Reputasi Perusahaan dinyatakan positif dan memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$  yang artinya signifikan, maka menolak  $H_0$  dan berpengaruh terhadap variabel minat menabung. Lokasi perusahaan dinyatakan positif dan memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  yang artinya signifikan, maka menolak  $H_0$  dan berpengaruh terhadap variabel minat menabung. Religiusitas dinyatakan positif dan memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0,373 > 0,05$  artinya tidak signifikan, maka gagal menolak  $H_0$  dan tidak berpengaruh terhadap variabel minat

menabung. Bagi hasil dinyatakan positif dan memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0,041 < 0,05$  artinya signifikan, maka menolak  $H_0$  dan berpengaruh terhadap variabel minat menabung.

#### 4.4.2.3 Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil estimasi yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.18 Hasil Output Uji Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1152.879	5	230.576	28.359	.000 <sup>b</sup>
Residual	764.281	94	8.131		
Total	1917.160	99			

Sumber: Hasil output estimasi dengan SPSS 21

Dilihat dari nilai signifikansi kelayakan model Prob(F-statistic) sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya menolak  $H_0$ . Sehingga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

## 4.5 PENGUJIAN HIPOTESIS

Setelah diperoleh hasil uji analisis linear berganda, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis. Adapun penjelasan dari pengujian hipotesis masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut.

#### **4.5.1 Hipotesis pertama**

Hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII. Berdasarkan pengujian linear berganda, nilai signifikansi sebesar 0,388 lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan BNI Syariah Kantor Kas FE UII tidak berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII menabung di bank tersebut.

#### **4.5.2 Hipotesis kedua**

Hipotesis kedua menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII. Berdasarkan pengujian linear berganda, nilai koefisien probabilitas positif dan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dengan hasil olah data sesuai. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua diterima. Reputasi perusahaan BNI Syariah Kantor Kas FE UII berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII menabung di bank tersebut. Artinya semakin baik reputasi perusahaan yang dimiliki Bank, maka semakin tinggi pula probabilitas minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII.



#### **4.5.3 Hipotesis ketiga**

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa lokasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII. Berdasarkan pengujian linear berganda, nilai koefisien probabilitas positif dan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dengan hasil olah data sesuai. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga diterima. Lokasi perusahaan BNI Syariah Kantor Kas FE UII berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII menabung di bank tersebut. Artinya semakin strategis lokasi perusahaan yang dimiliki Bank, maka semakin tinggi pula probabilitas minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII.

#### **4.5.4 Hipotesis keempat**

Hipotesis keempat menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII. Berdasarkan pengujian linear berganda, nilai koefisien probabilitas positif dan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,373 lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas Mahasiswa FE UII tidak berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII.

#### **4.5.5 Hipotesis kelima**

Hipotesis kedua menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII. Berdasarkan pengujian linear berganda, nilai koefisien probabilitas positif dan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,041 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dengan hasil olah data sesuai. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis kelima diterima. Bagi hasil BNI Syariah Kantor Kas FE UII berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII menabung di bank tersebut. Artinya semakin sesuai dan adil sistem bagi hasil yang dimiliki Bank, maka semakin tinggi pula probabilitas minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII.

#### **4.5.6 Hipotesis keenam**

Hipotesis keenam menyatakan bahwa seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII. Berdasarkan pengujian linear berganda, dapat dilihat bahwa nilai taraf signifikansi menunjukkan 0,000 yang artinya nilai signifikansi kurang dari taraf signifikansi 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan, kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi perusahaan, religiusitas, dan bagi hasil berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII.

## **4.6 PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi perusahaan, religiusitas, dan bagi hasil secara parsial maupun simultan terhadap minat Mahasiswa FE UII untuk menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII.

### **4.6.1 Pengaruh Secara Parsial**

#### **4.6.1.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta**

Berdasarkan hasil uji dengan regresi linear berganda dapat diketahui bahwa nilai probabilitas dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,388. Nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi minat mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah FE UII Yogyakarta.

Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan dengan kualitas pelayanan adalah kondisi dimana karyawan Bank tersebut melayani nasabahnya. BNI Syariah Kantor Kas FE UII diketahui telah memenuhi standar dalam melayani nasabahnya. Sehingga minat menabung tersebut timbul bukan karena bagaimana karyawan tersebut dalam melayani nasabah, namun karena hal-hal lain seperti produk-produk dari BNI Syariah yang telah sesuai

dengan yang dibutuhkan nasabahnya. Hal ini dikarenakan, produk-produk tersebut mampu berkompetensi dalam menciptakan maupun menjalankan barang maupun jasa sesuai permintaan dan harapan nasabahnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Abhimantra, dkk (2013). Penelitian tersebut membahas mengenai keputusan nasabah Mahasiswa menabung di bank syariah. Pada variabel kualitas pelayanan diketahui tidak signifikan terhadap keputusan nasabah mahasiswa menabung di bank syariah. Hal ini dapat disebabkan oleh fitur maupun pelayanan pada bank tersebut yang kurang sesuai dengan harapan masyarakat. Sehingga pelayanan yang diberikan Bank Syariah bukan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi untuk menjadi nasabah.

#### **4.6.1.2 Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta**

Berdasarkan hasil uji dengan regresi linear berganda dapat diketahui bahwa nilai probabilitas dari variabel reputasi perusahaan sebesar 0,004. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi

perusahaan mempengaruhi minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah FE UII Yogyakarta.

Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan dengan reputasi perusahaan adalah pertimbangan Mahasiswa FE UII mengenai reputasi yang dimiliki perusahaan tersebut, sebab reputasi dari BNI Syariah Kantor Kas FE UII menjadi salah satu faktor bagi mahasiswa FE UII selaku nasabah untuk mempercayakan uangnya di tabung atau di investasikan pada BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta.

Namun hasil penelitian ini tidaklah sama dengan penelitian sebelumnya oleh Abhimantra, dkk (2013) yang menyatakan bahwa reputasi tidak berpengaruh signifikan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah mahasiswa dalam memilih menabung pada bank syariah. Perbedaan ini bisa disebabkan oleh reputasi bank syariah setiap daerah yang berbeda. Karena perbedaan lokasi, kepentingan nasabah, karakteristik responden, dan faktor lainnya dapat mempengaruhi hasil penelitian tersebut, meskipun memiliki variabel yang sama. Dengan adanya perbedaan tersebut, menjadikan reputasi BNI Syariah sebagai variabel yang mempunyai makna berbeda. Akan tetapi, penelitian Abhimantra, dkk memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yaitu variabel reputasi memiliki nilai probabilitas yang positif.

#### **4.6.1.3 Pengaruh Lokasi Perusahaan Terhadap Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta**

Berdasarkan hasil uji dengan regresi linear berganda dapat diketahui bahwa nilai probabilitas dari variabel lokasi perusahaan sebesar 0,001. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi perusahaan mempengaruhi minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah FE UII Yogyakarta.

Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan dengan lokasi ialah dimana Bank dan mesin ATM tersebut berada. Apakah berdekatan dengan sarana prasarana umum, ataukah dengan tempat tinggal. Berdasarkan hasil olah data yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebar, letak BNI Syariah Kantor Kas FE UII dianggap strategis dan mudah dijangkau. Sehingga mendorong Mahasiswa FE UII untuk menabung di sana.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Hirmawan (2015). Penelitian tersebut membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menabung di bank syariah. Dari beberapa faktor yang berpengaruh, salah satunya adalah faktor lokasi perusahaan. Faktor lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

nasabah dalam menabung di bank syariah. Artinya, lokasi menjadi salah satu faktor pendorong masyarakat untuk menabung di bank syariah.

#### **4.6.1.4 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta**

Berdasarkan hasil uji dengan regresi linear berganda dapat diketahui bahwa nilai probabilitas dari variabel religiusitas sebesar 0,373. Nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak mempengaruhi minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah FE UII Yogyakarta.

Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan dengan religiusitas ialah tingkat kepercayaan, keyakinan seseorang terhadap unsur-unsur agamis. Religiusitas seseorang belum tentu akan mempengaruhi minat mereka untuk menabung, karena mereka pun akan melihat kinerja dan sistem operasional dari bank syariah itu sendiri. Sehingga religiusitas bukan menjadi faktor pendorong Mahasiswa FE UII menabung di BNI Syariah FE UII Yogyakarta.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Sunarsih (2014). Dalam penelitian tersebut diketahui bahwa variabel religiusitas tidak

mempengaruhi minat seseorang dalam menabung di bank syariah. Hal ini dapat dikarenakan oleh kurangnya pemahaman seseorang mengenai agama. Sehingga mereka memilih bank syariah karena sistem dan produknya saja. Melainkan bukan persoalan prinsip keagamaan.

#### **4.6.1.5 Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Mahasiswa FE UII Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta**

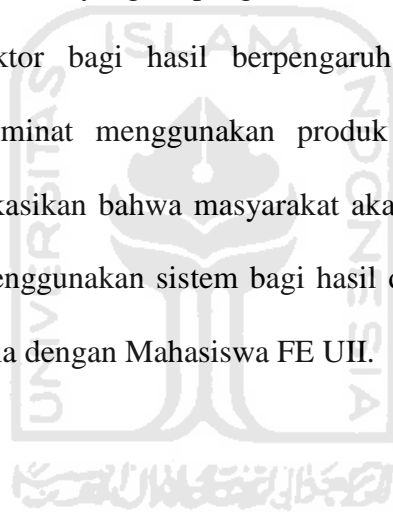
Berdasarkan hasil uji dengan regresi linear berganda dapat diketahui bahwa nilai probabilitas dari variabel bagi hasil sebesar 0,041. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah FE UII Yogyakarta.

Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan dengan bagi hasil adalah pembagian keuntungan yang diperoleh atas usaha antara pihak BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta dengan nasabah (Mahasiswa FE UII) atas kesepakatan bersama dalam melakukan suatu kerjasama. Penerapan sistem bagi hasil ini menggunakan perhitungan nisbah bagi hasil yang dimiliki Bank Syariah tersebut sesuai dengan aspek-aspek seperti data usaha,



kemampuan angsuran, hasil usaha yang dijalankan, nisbah pembiayaan, dan distribusi pembagian hasil.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Rahmawaty (2014). Penelitian tersebut membahas mengenai pengaruh persepsi tentang bank syariah terhadap minat menggunakan produk di BNI Syariah Semarang. Hasil penelitian milik Rahmawaty menunjukkan ada beberapa faktor yang berpengaruh, dan salah satunya adalah bagi hasil. Faktor bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat akan memilih Bank Syariah karena menggunakan sistem bagi hasil dan tidak ada unsur riba. Begitu pula dengan Mahasiswa FE UII.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

#### 5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi perusahaan, religiusitas, dan bagi hasil terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,388 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian kualitas pelayanan yang dimiliki Bank tersebut tidak mempengaruhi Mahasiswa FE UII sebagai nasabah dalam menabung di sana.
2. Reputasi Perusahaan berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga reputasi dari BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta menjadi salah satu faktor yang terpenting bagi Mahasiswa FE UII selaku nasabah untuk mempercayakan uangnya di tabung atau di investasikan pada BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta.
3. Lokasi Perusahaan berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Hal

ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta dinyatakan memiliki lokasi yang strategis dan berdekatan dengan sarana maupun prasarana yang dibutuhkan Mahasiswa FE UII.

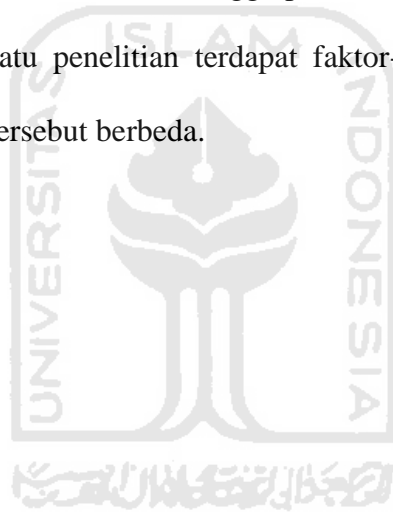
4. Religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,373 yang lebih besar dari 0,05. Sehingga pemahaman keagamaan Mahasiswa FE UII bukan menjadi faktor mereka untuk menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Hal ini dapat terjadi, karena Mahasiswa FE UII memiliki keinginan untuk menabung dengan melihat kinerja maupun sistem operasional yang dimiliki Bank Syariah tersebut.
5. Bagi Hasil berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,041. Sehingga pembagian keuntungan yang diperoleh atas usaha antara pihak BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta dengan nasabah (Mahasiswa FE UII) menjadi salah satu faktor yang penting untuk menabung di Bank Syariah tersebut.
6. Variabel kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi perusahaan, religiusitas, dan bagi hasil secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di Bank BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta.

## 5.2 IMPLIKASI

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka terdapat beberapa rekomendasi yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat Mahasiswa FE UII dalam menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank Syariah diharapkan mampu mempertahankan reputasinya, lokasi, dan bagi hasil guna menambah jumlah nasabah untuk kedepannya. Sedangkan untuk kualitas pelayanan dapat ditingkatkan kembali, sehingga faktor-faktor yang mempengaruhi minat seorang nasabah akan bertambah ketika pelayanan di Bank Syariah tersebut sesuai / seperti yang diinginkan.
2. Mahasiswa FE UII diharapkan menambah pemahaman nilai keagamaan, atau informasi mengenai Bank Syariah. Sehingga dalam memilih Bank Syariah, tidak hanya karena prinsip bagi hasil saja. Namun harus mengerti makna berdirinya Bank Syariah tersebut yang pada dasarnya menganut unsur-unsur syariat Islam di dalamnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan menambah variabel-variabel untuk memperoleh hasil yang lebih baik lagi. Mengingat di dalam penelitian ini sebesar 39,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Misalnya saja menambah faktor dari dalam seperti ajakan dari orang tua, saran dari teman, faktor pendapatan, dll. Sehingga

hasil yang diperoleh akan lebih bervariasi. Selain itu, diharapkan memperluas responden yang akan dijadikan sebagai sumber data. Misalnya dengan menyebarkan kuesioner kepada staf maupun karyawan FE UII, bahkan hingga Mahasiswa UII secara keseluruhan. Atau dapat juga dengan melakukan perbandingan antara minat nasabah BNI Syariah Kantor Kas FE UII dengan nasabah BNI Syariah cabang lainnya baik dengan subjek yang sama maupun berbeda. Sehingga pembaca akan mengetahui bahwa di dalam satu penelitian terdapat faktor-faktor yang menjadikan penelitian tersebut berbeda.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, A. dkk (2013), “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah”, Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil), Volume 5 Oktober 2013.
- Arikunto, S. (2006), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- \_\_\_\_\_ (2010), *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi), Rineka Cipta, Jakarta.
- Cahyani, A. F. dkk. (2013), “Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang”, *Diponegoro Journal Of Social and Politic* Tahun 2013, Hal. 1-8.
- Dewan Syariah Nasional, (2000), *Fatwa Dewan Syari’ah Nasional No: 15/DSN-MUI/IX/2000 tentang Prinsip Distribusi Hasil Usaha dalam Lembaga Keuangan Syari’ah*. h. 2, Majelis Ulama Indonesia, Jakarta.
- Donny (2010), *Profil Universitas Islam Indonesia*,  
<http://mus1c4ever.blogspot.co.id/2010/05/profile-universitas-islam-indonesia.html>, (diakses pada 10 Juni 2016).
- Fatimah & Fikri, H. M. (2015), “Analisis Faktor Pelayanan Nasabah dalam Memutuskan Menabung di Tabungan Mudharabah BNI Syariah Cabang Depok”, *Ekonomi dan Bisnis*, Volume 14, NO 1 2015 : 79-86.

Ghozali, I. (2009), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi 4, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

\_\_\_\_\_ (2012), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Glock & Stark dalam Djamaludin Ancok; Mohammad Asmawi (2004), Psikologi Terapan: Mengupas Dinamika Kehidupan Umat Manusia, Darussalam, Yogyakarta.

Hardjana, A. A. (2008), “Komunkasi dalam Manajemen Reputasi Korporasi”, Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.5, No. 1, Juni, 1-24.

Hirmawan, Muh Risky Adi (2015). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Kasus di Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta)*.

Indriantoro dan Supomo (2002), Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.

Jack, Rahmoez (2015), Jenis-Jenis Bank dan Penjelasannya, <http://dominique122.blogspot.co.id/2015/05/jenis-jenis-bank-dan-penjelasannya.html>, (diakses 23 September 2016).

Karim, A. (2008), Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan, Edisi 3, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Kasmir (2011), Manajemen Perbankan, Rajawali Pers., Jakarta.

\_\_\_\_\_ (2012), Manajemen Perbankan, Edisi Revisi, PT. Raja Pers. Jakarta.

- Kotler, Philip (2002), *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kuncoro (2002), *Manajemen Perbankan, Teori dan Aplikasi*, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Laksana, W. (2012), *Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Membentuk Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Program Peduli Pendidikan di PT Pupuk Kalimantan Timur)*, FISIP Universitas Indonesia, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani (2009), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua, Salemba Empat, Jakarta.
- Madjid, Nurcholish (1992), *Islam Doktrin dan Peradaban: Sebuah Telaah Kritis tentang Masalah Keimanan, Kemanusiaan, dan Kemodernan*, Yayasan Wakaf Paramadina, Jakarta.
- Maisya, F. (2013), “Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat terhadap Keputusan Menabung di PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Bukittinggi”, *Jurnal Manajemen*, 2(01).
- Mangunwijaya, Y.B. (1982), *Sastra dan Religiositas*, Sinar Harapan, Jakarta.
- \_\_\_\_\_ (1982), *Agama dalam kehidupan manusia*, Rainbow, Jakarta.
- Maramis, N. R. (2014), *Pengertian dan Landasan Hukum Bagi Hasil Bank Syariah*, <http://niia1993.blogspot.co.id/2014/04/pengertian-dan-landasan-hukum-bagi.html>, (diakses pada 23 September 2016).



Mozaik Islam, Produk-Produk Bank Syariah,

<http://www.mozaikislam.com/194/produk-produk-bank-syariah.htm>,

(diakses pada 23 September 2016).

Muhammad (2002), Manajemen Bank Syariah, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK),

<http://www.bi.go.id/en/statistik/perbankan/syariah/Documents/SPS%20Juni%202015.pdf>, (diakses pada 16 Maret 2016).

Purwanto, E. A. dan Sulistyastuti, D. R. (2007), Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial, Gava Media, Yogyakarta.

Rahmawaty, A. (2014), "Pengaruh Persepsi tentang Bank Syari'ah terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syari'ah Semarang", ADDIN, Vol. 8, No. 1, Februari 2014.

Rasyid, A. (2015), Apakah Bank Syariah Hanya untuk Muslim?, <http://business-law.binus.ac.id/2015/01/29/apakah-bank-syariah-hanya-untuk-muslim/>, (diakses pada 23 September 2016).

Sjahdeini, Sutan Remy (1999), Perbankan Islam, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.

Sudarsono, H. (2004), Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi, Edisi 2, Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.

Sudaryono, dkk. (2013), Pengembangan Instrumen Penelitian Pendidikan, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Sugiyono (2010), *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Alfabeta, Bandung.

\_\_\_\_\_ (2011), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

\_\_\_\_\_ (2012), *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung.

\_\_\_\_\_ (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Sunarsih, U. & Wulandari, D. (2014), “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk”, *Jurnal Ekonomi Volume 23 – Nomor 1, Juni 2014*.

Swastha, Basu (2002). *Azas-Azas Pemasaran*, Liberty, Yogyakarta.

Thouless, R. H. (1992), *Pengantar Psikologi Agama*, CV. Rajawali Press, Jakarta.

Tjiptono, F. (2001), *Strategi Pemasaran, Edisi Pertama*, Andi Ofset, Yogyakarta.

\_\_\_\_\_ (2002), *Strategi Pemasaran*, Andi ofset, Yogyakarta.

\_\_\_\_\_ (2004), *Manajemen Jasa*, ANDI Offset, Yogyakarta.

\_\_\_\_\_ (2007), *Strategi Pemasaran, Edisi Pertama*, Andi Ofset, Yogyakarta.

UU Republik Indonesia (2008), *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21*

*Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah,*

[http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU\\_21\\_08\\_Syariah.pdf](http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU_21_08_Syariah.pdf),

(diakses pada 23 September 2016).

Wahab, S. (2013), “Marketing Mix dan Religi terhadap Minat Masyarakat”,

*Jurnal Manajemen dan Akuntansi Volume 2, Nomor 2, Agustus 2013.*

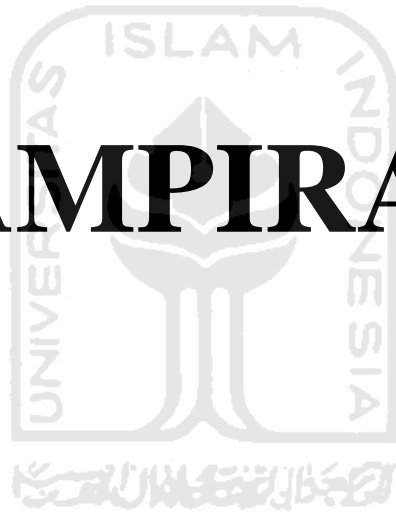
Wijaya, K dan Dedi, D. (2011), Mengenal Penelitian Tindakan Kelas, PT Indeks,

Jakarta.

Wiroso, (2011), Produk Perbankan Syariah, LPFE Usakti, Jakarta.



# LAMPIRAN





Lampiran I  
Instrumen Penelitian



KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI YANG  
BERJUDUL “FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA FE  
UII DALAM MENABUNG DI BNI SYARIAH  
KANTOR KAS FE UII YOGYAKARTA”

---

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Saudara/i yang terhormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA FE UII DALAM MENABUNG DI BNI SYARIAH KANTOR KAS FE UII YOGYAKARTA”, maka saya mengharapkan kesediaan dari Saudara/i selaku nasabah BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta untuk mengisi kuesioner ini. Pengisian kuesioner diharapkan jujur dan sesuai dengan kondisi Saudara/i sebenarnya.

Atas partisipasi dan kesediaan dari Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

Hormat Saya,

Nina Eliza Octaviani

I. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isi identitas Saudara/i pada titik-titik yang telah tersedia
2. Beri tanda silang (X) pada pilihan Saudara/i

DATA RESPONDEN

Nama : .....

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

Usia :  
a. 17-19 Tahun  
b. 20-22 Tahun  
c. 23-25 Tahun  
d. > 25 Tahun

Rata-Rata Pendapatan/ Uang saku perbulan:

- a. Kurang dari Rp 1.000.000
- b. Antara Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000
- c. Antara Rp 1.500.000 –Rp 2.000.000
- d. Lebih dari Rp 2.000.000

Sumber pendapatan pokok:

- a. Orang tua
- b. Beasiswa
- c. Usaha / Bisnis
- d. Lain-lain: ..... (sebutkan)

Lama menjadi nasabah:  
a. Kurang dari 1 tahun  
b. Antara 1 – 3 tahun  
c. Antara 3 – 5 tahun  
d. Lebih dari 5 tahun

## II. PETUNJUK PENGISIAN

Untuk mengisi kuesioner ini Saudara/i diminta untuk memilih masing-masing aspek tentang kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, lokasi, religiusitas, dan bagi hasil terhadap minat mahasiswa FE UII menabung diBNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Berilah tanda *checklist* (√) pada jawaban yang Saudara/i pilih dari kelima alternatif jawaban yang tersedia pada tiap-tiap pernyataan, yaitu:

Sangat Setuju (SS)	Sangat Memuaskan (SM)
Setuju (S)	Memuaskan (M)
Cukup Setuju (CS)	Cukup Memuaskan (CM)
Kurang Setuju (KS)	Kurang Memuaskan (KM)
Tidak Setuju (TS)	Tidak Memuaskan (TM)

### 1. KUALITAS PELAYANAN

No	Pernyataan	TM	KM	CM	M	SM
1	Karyawan BNI syariah Kantor Kas FE UII selalu berpakaian rapi					
2	Karyawan BNI Syariah Kantor Kas FE UII selalu ramah dan sopan dalam berinteraksi dengan nasabah					
3	Penjelasan informasi mengenai produkBNI Syariah Kantor Kas FE UII begitu jelas dan mudah dimengerti					
4	BNI Syariah Kantor Kas FE UII memiliki fasilitas yang memadai					
5	Karyawan BNI Syariah Kantor Kas FE UII cepat dan tanggap dalam pembukaan rekening					
6	Penyetoran dana dilayani dengan cepat					
7	Karyawan BNI Syariah Kantor Kas FE UII cepat dan tanggap ketika nasabah membutuhkan bantuan					



## 2. REPUTASI PERUSAHAAN

NO	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	BNI Syariah Kantor Kas FE UII memiliki nama yang baik di Yogyakarta					
2	Citra BNI Syariah Kantor Kas FE UII dikenal baik oleh seluruh masyarakat					
3	Kinerja BNI Syariah Kantor Kas FE UII dikenal cepat dan tepat					
4	BNI Syariah Kantor Kas FE UII berkompentensi baik di Yogyakarta					
5	Bank BNI Syariah Yogyakarta memiliki laporan keuangan yang sehat					
6	Menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII sangat menjanjikan					
7	Bank BNI Syariah Yogyakarta tidak memiliki sengketa					

## 3. LOKASI

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	BNI Syariah Kantor Kas FE UII dekat dengan sarana dan prasarana umum					
2	BNI Syariah Kantor Kas FE UII dapat dicapai dengan mudah					
3	Letak BNI Syariah Kantor Kas FE UII yang berdekatan dengan kampus FE UII					
4	Letak BNI Syariah Kantor Kas FE UII yang berdekatan dengan rumah atau kos					
4	Akses melalui ATM sangat mudah					
5	Distribusi ATM BNI Syariah ada banyak dan mudah dijumpai					
6	Jarak BNI Syariah Kantor Kas FE UII dapat ditempuh dalam waktu singkat, sehingga mempermudah transaksi yang sifatnya mendadak					
7	BNI Syariah Kantor Kas FE UII berada di kota, sehingga sering dilewati nasabah					

#### 4. RELIGIUSITAS

NO	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	Saya mengerti dan paham prinsip agama Islam mengenai perbankan syariah					
2	BNI Syariah Kantor Kas FE UII sesuai dengan prinsip syariah Islam					
3	Saya yakin bahwa BNI Syariah Kantor Kas FE UII menawarkan produk dan jasa yang halal					
4	Saya terdorong untuk menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII karena bebas dari bunga dan unsur riba					
5	Saya mengetahui akad-akad yang diterapkan oleh BNI Syariah Kantor Kas FE UII					
6	Saya yakin prinsip syariah yang diterapkan BNI Syariah Kantor Kas FE UII akan membawa ke arah yang lebih baik dan barokah					
7	Transaksi yang dilakukan sudah syar'i					

#### 5. BAGI HASIL

NO	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	Informasi mengenai bagi hasil begitu jelas, sehingga mendorong saya menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII					
2	Nisbah bagi hasil yang diberikan BNI Syariah Kantor Kas FE UII lebih adil dibandingkan dengan Bank lain					
3	Sistem bagi hasil yang diterapkan BNI Syariah Kantor Kas FE UII sesuai prinsip syariah					
4	Sistem bagi hasil memberikan kenyamanan kepada nasabah dalam menyimpan dananya					
5	Sistem bagi hasil memberikan manfaat kepada nasabah dari pembagian hasil yang diterima					
6	Pembagian keuntungan pada sistem bagi hasil terjamin keadilan dan kebenarannya					
7	Sistem bagi hasil sesuai dengan akad yang telah disepakati di awal					

## 6. MINAT MENABUNG

NO	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	Kesesuaian sistem operasional BNI Syariah Kantor Kas FE UII dengan prinsip syariah mendorong saya menabung disini					
2	Semenjak dikeluarkan fatwa MUI tentang haramnya bunga bank, saya ingin menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII					
3	Setoran awal pada pembukaan rekening di BNI Syariah Kantor Kas FE UII relatif rendah					
4	Saya menyukai produk-produk BNI Syariah Kantor Kas FE UII					
5	Saya mencari informasi mengenai BNI Syariah Kantor Kas FE UII dari teman yang menabung disana					
6	Saya menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII karena loketnya mudah dijangkau					
7	Saya menabung di BNI Syariah Kantor Kas FE UII atas kemauan saya sendiri					

Selesai... Harap periksa kembali seluruh jawaban Saudara/i. Jangan sampai ada halaman maupun nomor yang terlewatkan. Terimakasih banyak atas partisipasi Saudara/i dalam proses pengumpulan data ini.

The logo of Universitas Islam Indonesia is a watermark in the background. It features a central emblem with a stylized flame or leaf shape above a book, all within a shield-like border. The text 'UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA' is written around the emblem, and there is Arabic calligraphy at the bottom.

Lampiran II  
Dokumentasi

## 1. Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta



## 2. BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta



### 3. Aktivitas Pengumpulan Data







# Lampiran III

## Tabulasi Data



Variabel Kualitas Pelayanan								
No	Butir							Rata-rata
	1	2	3	4	5	6	7	
1	3	3	4	3	4	4	4	3.57
2	4	4	4	3	4	4	4	3.86
3	4	5	4	5	5	5	5	4.71
4	4	5	4	4	5	4	4	4.29
5	4	4	3	4	4	4	4	3.86
6	3	5	5	3	4	4	4	4.00
7	3	2	3	3	2	3	3	2.71
8	3	3	2	1	3	3	3	2.57
9	4	4	4	4	4	3	4	3.86
10	4	4	4	5	4	5	4	4.29
11	4	4	3	4	4	4	4	3.86
12	4	4	4	4	4	4	4	4.00
13	4	5	3	3	3	4	5	3.86
14	5	4	4	4	4	5	4	4.29
15	5	4	4	3	5	2	4	3.86
16	4	4	3	2	4	2	3	3.14
17	4	4	3	2	3	2	2	2.86
18	3	3	4	3	3	4	4	3.43
19	5	5	5	5	5	5	5	5.00
20	4	4	4	4	3	5	4	4.00
21	3	4	3	3	3	3	2	3.00
22	4	4	4	4	4	4	4	4.00
23	4	4	4	3	3	4	4	3.71
24	3	5	5	4	3	4	4	4.00
25	5	5	4	5	3	5	4	4.43
26	3	4	2	2	4	4	3	2.86
27	4	4	4	3	3	3	3	3.43
28	3	4	2	3	3	4	4	3.29
29	4	4	5	3	4	3	4	4.43
30	3	4	2	3	4	3	2	3.00
31	4	5	4	5	4	4	5	4.43
32	4	4	4	2	2	2	2	2.86
33	5	5	4	4	5	4	4	4.43
34	4	4	4	4	3	3	4	3.71
35	4	5	4	5	2	4	5	4.14
36	4	4	4	4	5	5	5	5.00

37	5	4	3	3	3	3	3	3.43
38	5	5	5	5	5	4	4	4.71
39	5	5	5	5	5	5	5	5.00
40	4	5	4	4	5	4	5	4.43
41	3	4	3	4	4	3	3	3.43
42	4	4	3	4	3	4	3	3.57
43	4	4	4	3	3	4	3	3.57
44	4	3	2	2	4	3	4	3.14
45	4	3	2	2	3	3	3	2.86
46	3	4	5	3	5	4	5	4.14
47	4	5	4	3	4	4	4	4.00
48	5	5	4	5	5	4	4	4.57
49	5	5	4	5	5	5	5	4.86
50	5	4	5	5	5	4	3	4.43
51	5	4	4	4	3	3	4	3.86
52	4	4	3	3	3	4	4	3.57
53	4	5	4	4	4	5	4	4.29
54	5	5	5	4	4	5	4	4.57
55	5	5	5	4	5	5	5	4.86
56	3	3	3	3	3	3	3	3.00
57	4	4	4	3	4	4	4	3.86
58	5	4	4	3	4	5	4	4.14
59	4	4	3	3	3	3	2	3.14
60	4	4	3	3	3	4	4	3.57
61	4	5	4	4	5	4	4	4.29
62	4	4	4	3	4	4	4	3.86
63	5	5	5	4	5	4	5	4.71
64	3	4	3	4	3	3	3	4.00
65	4	4	4	4	4	4	4	4.00
66	4	4	3	3	4	3	3	3.43
67	5	5	4	5	5	5	4	4.71
68	4	4	5	4	4	4	4	4.14
69	4	5	4	3	4	5	5	4.43
70	3	3	2	3	4	3	2	2.86
71	4	4	4	4	4	4	4	4.00
72	5	5	4	5	5	5	4	4.71
73	3	3	2	3	4	4	3	3.29
74	5	5	5	5	5	5	5	5.00
75	1	4	3	3	4	4	4	3.29

76	4	4	3	4	3	3	3	3.43
77	4	4	4	4	4	4	4	4.00
78	4	4	5	4	4	4	3	4.00
79	4	4	3	4	3	4	3	3.57
80	4	4	4	4	4	4	4	4.00
81	4	5	5	4	4	3	3	4.00
82	4	4	4	4	4	3	4	3.86
83	4	5	4	3	5	5	4	4.29
84	5	5	4	5	5	4	5	4.71
85	5	5	5	4	4	4	4	4.43
86	4	4	4	4	4	4	5	4.14
87	5	4	4	5	5	4	5	4.57
88	4	5	3	4	3	4	4	3.86
89	4	4	4	5	5	5	5	4.57
90	4	4	3	3	3	4	3	3.43
91	4	4	3	3	3	4	4	3.57
92	4	4	4	3	4	4	3	3.71
93	4	4	4	5	4	4	4	4.14
94	3	4	3	3	3	4	3	3.29
95	4	4	4	3	3	3	3	3.43
96	4	4	4	3	4	4	4	3.86
97	5	5	5	4	5	4	4	4.57
98	4	4	3	2	3	4	3	3.29
99	4	4	4	3	3	3	4	3.57
100	4	4	4	3	4	4	4	3.86

Variabel Reputasi Perusahaan								
No	Butir							Rata-rata
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	3	4	3	3	4	3.57
2	4	4	3	3	3	3	3	3.29
3	4	4	4	4	4	4	4	4.00
4	4	5	4	4	4	3	4	4.00
5	4	4	4	4	4	4	4	4.00
6	4	4	4	4	4	4	4	4.00
7	3	3	4	3	3	3	3	3.14
8	3	3	2	2	2	2	3	2.43
9	3	3	3	4	3	3	3	3.14
10	4	4	4	5	4	4	5	4.29
11	4	4	5	4	4	4	4	4.14
12	4	4	4	4	4	4	4	4.00
13	4	2	4	3	3	4	3	3.29
14	3	2	3	3	3	2	3	2.71
15	5	4	3	3	3	5	4	3.86
16	3	3	3	3	3	3	3	3.00
17	5	2	3	3	5	2	3	3.29
18	2	2	3	2	3	2	4	2.57
19	5	5	5	5	5	5	4	4.86
20	4	4	4	5	3	4	4	4.00
21	2	2	2	3	3	3	5	3.14
22	4	4	4	4	4	4	4	4.00
23	4	3	4	4	3	4	2	3.14
24	5	3	3	3	5	4	3	3.71
25	5	4	4	4	4	4	4	4.14
26	2	2	2	2	2	2	3	2.14
27	4	3	3	4	4	4	3	3.57
28	3	4	3	3	3	4	2	3.14
29	3	3	3	3	3	3	3	3.00
30	3	4	2	3	4	3	2	3.00
31	4	4	5	5	5	4	5	4.57
32	4	4	4	4	4	4	4	4.00
33	4	3	4	3	4	3	4	3.57
34	4	4	4	4	4	4	4	4.00
35	4	4	5	4	3	4	4	4.00
36	4	4	5	4	5	4	3	4.14

37	3	3	3	3	4	3	4	3.29
38	4	4	4	5	4	4	4	4.14
39	5	5	5	5	5	5	5	5.00
40	5	5	4	4	4	5	3	4.29
41	4	3	3	4	3	2	3	3.14
42	3	3	3	3	3	3	3	3.00
43	3	3	3	3	3	3	3	3.00
44	2	3	3	3	2	2	2	2.43
45	2	3	3	3	2	2	2	2.43
46	4	4	3	3	3	4	4	3.57
47	4	4	3	4	3	3	3	3.43
48	4	5	4	5	5	4	5	4.57
49	5	4	5	5	4	5	5	4.71
50	5	5	5	4	4	4	4	4.43
51	4	4	4	4	3	3	3	3.57
52	4	4	3	4	3	4	3	3.57
53	3	3	4	4	4	4	4	3.71
54	5	4	4	5	4	4	4	4.29
55	5	4	5	5	4	5	5	4.71
56	3	3	3	3	3	3	3	3.00
57	4	4	4	4	4	3	4	3.86
58	4	4	4	4	4	3	4	3.86
59	4	5	4	4	3	3	2	3.57
60	4	4	3	3	4	3	3	3.43
61	5	4	4	4	4	5	5	4.43
62	4	4	4	4	4	4	4	4.00
63	5	5	4	5	5	5	5	4.86
64	4	4	3	3	4	3	3	3.43
65	4	4	4	5	4	4	4	4.14
66	4	3	3	4	3	3	3	3.29
67	4	4	3	4	4	4	4	3.86
68	4	4	4	4	4	4	4	4.00
69	4	4	4	4	4	4	4	4.00
70	3	3	4	3	3	3	4	3.29
71	4	5	4	4	4	4	4	4.14
72	5	4	4	5	5	5	4	4.57
73	4	4	3	4	3	3	3	3.43
74	4	4	4	4	5	4	5	4.29
75	3	3	4	4	4	4	4	3.71

76	3	3	3	3	4	3	3	3.14
77	4	4	4	4	4	4	4	4.00
78	4	3	3	4	3	3	3	3.29
79	4	4	3	4	4	3	3	3.57
80	4	4	4	4	3	3	4	3.71
81	3	3	4	3	3	3	3	3.14
82	4	4	4	4	4	4	4	4.00
83	4	4	5	5	4	4	5	4.43
84	5	5	5	4	5	5	5	4.86
85	4	3	4	4	3	4	5	3.29
86	4	5	5	4	4	5	4	4.14
87	4	4	5	5	5	4	5	4.57
88	4	4	4	5	5	4	4	4.29
89	3	4	5	4	3	3	2	3.43
90	4	5	3	4	3	5	3	3.86
91	3	3	4	3	3	3	4	3.29
92	4	3	3	4	4	4	4	3.71
93	5	4	4	4	4	4	4	4.14
94	4	3	2	3	4	3	4	3.29
95	3	4	3	4	4	3	3	3.43
96	3	3	3	3	3	3	3	3.00
97	5	4	4	4	5	4	5	4.43
98	4	4	3	4	3	3	4	3.57
99	3	3	3	3	3	3	3	3.00
100	3	3	3	3	3	3	3	3.00

Variabel Lokasi Perusahaan									
No	Butir							8	Rata-rata
	1	2	3	4	5	6	7		
1	4	4	4	3	4	4	4	3	3.75
2	4	4	5	5	4	5	5	5	4.63
3	4	4	5	4	5	5	5	5	4.63
4	5	4	5	4	5	5	5	4	4.63
5	4	4	4	4	3	4	5	4	4.00
6	3	4	5	4	5	5	4	3	4.13
7	3	4	3	3	4	3	3	3	3.25
8	3	3	3	4	3	3	4	4	3.38
9	4	5	5	4	5	4	4	4	4.38
10	4	5	4	5	4	4	4	4	4.25
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
13	2	4	5	2	5	3	3	2	3.25
14	4	4	4	2	3	2	3	3	3.13
15	2	4	3	5	2	3	2	4	3.13
16	2	2	4	3	3	2	3	3	2.75
17	1	2	3	3	1	2	3	3	2.25
18	2	3	3	2	2	2	2	3	2.38
19	4	3	5	4	5	3	4	4	4.00
20	5	5	5	4	4	4	4	4	4.38
21	5	5	5	5	5	2	3	2	4.00
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
23	4	4	5	4	5	4	4	4	4.25
24	2	3	5	4	5	5	4	3	3.88
25	5	5	5	4	5	4	5	4	4.63
26	2	2	4	2	4	3	3	2	2.75
27	5	4	5	5	5	4	4	3	4.38
28	2	3	5	2	3	3	3	4	3.13
29	4	4	4	3	4	3	3	4	3.63
30	4	3	3	2	1	1	2	1	2.13
31	4	5	4	5	5	4	5	4	4.50
32	4	3	3	3	4	3	3	4	3.38
33	4	4	4	3	4	3	4	3	3.63
34	5	5	5	5	4	4	4	4	4.50
35	4	5	5	5	5	3	5	5	4.63
36	5	5	5	4	5	4	5	3	4.50

37	5	5	5	4	4	4	4	4	4.38
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5.00
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5.00
40	4	4	5	4	4	4	5	5	4.38
41	4	4	5	2	3	3	2	3	3.25
42	4	4	5	5	5	4	5	4	4.50
43	4	3	3	3	4	3	3	3	3.25
44	2	3	4	3	2	2	3	3	2.75
45	2	3	4	3	2	2	3	3	2.75
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5.00
47	4	4	5	5	3	3	4	4	4.00
48	5	5	5	5	5	3	3	3	4.25
49	5	5	5	4	5	5	5	5	4.88
50	5	5	5	5	4	4	5	5	4.75
51	4	4	4	4	4	4	4	5	4.13
52	4	4	5	3	4	5	5	5	4.38
53	4	5	5	4	5	4	4	4	4.38
54	5	5	5	4	5	4	4	4	4.50
55	5	5	4	5	5	5	4	5	4.75
56	4	4	5	4	4	4	4	4	4.13
57	4	4	5	5	5	4	5	4	4.50
58	3	4	5	3	4	4	4	4	3.88
59	3	3	5	3	5	3	5	2	3.75
60	4	4	4	4	4	3	4	3	3.75
61	4	4	5	4	5	5	4	5	4.50
62	5	4	5	4	4	4	4	3	4.13
63	4	4	4	4	4	3	4	4	3.88
64	4	4	4	4	5	5	4	5	4.38
65	5	5	4	4	5	4	4	5	4.50
66	4	4	5	1	4	4	2	2	3.25
67	4	4	5	4	4	4	2	3	3.75
68	4	4	5	3	4	4	5	4	4.13
69	3	5	5	5	5	3	3	4	4.13
70	3	2	3	2	3	2	2	3	2.50
71	3	4	5	4	4	5	5	5	4.38
72	5	4	3	4	5	5	4	3	4.13
73	3	3	4	2	3	2	3	4	3.00
74	4	5	5	4	4	5	5	5	4.63
75	3	3	3	3	3	3	4	4	3.25



76	4	5	5	5	4	3	5	4	4.38
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
78	4	4	4	2	3	3	3	4	3.38
79	3	3	3	3	4	3	4	4	3.38
80	5	5	4	5	4	4	5	5	4.63
81	4	4	5	3	4	3	3	3	3.63
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
83	4	4	5	5	4	5	4	3	4.25
84	5	5	5	4	4	4	3	5	4.38
85	5	5	5	1	4	3	3	3	3.63
86	4	4	5	4	4	4	4	4	4.13
87	5	4	5	4	5	5	5	4	4.63
88	4	4	5	5	5	5	5	5	4.75
89	4	4	4	4	4	4	4	3	3.88
90	5	5	5	4	5	4	4	4	4.50
91	4	3	3	3	4	2	4	3	3.25
92	4	4	5	4	5	2	3	3	3.75
93	4	4	4	5	4	5	5	4	4.38
94	5	4	5	5	5	4	5	5	4.75
95	4	4	4	4	4	2	3	3	3.50
96	4	4	5	4	5	5	3	4	4.25
97	4	4	5	4	4	4	4	4	4.13
98	3	4	5	4	3	3	4	3	3.63
99	4	4	5	4	4	2	4	3	3.75
100	4	5	5	4	5	2	4	4	4.13

Variabel Religiusitas								
No	Butir							Rata-rata
	1	2	3	4	5	6	7	
1	3	3	4	4	3	4	4	3.57
2	3	2	3	1	3	2	2	2.29
3	4	4	4	4	4	5	4	4.14
4	4	4	5	5	4	5	4	4.43
5	3	3	4	4	4	4	4	3.71
6	4	4	4	4	4	4	4	4.00
7	4	4	3	3	3	4	3	3.43
8	3	3	4	4	4	4	1	3.29
9	2	3	3	3	3	3	3	2.86
10	5	4	4	4	4	4	4	4.14
11	4	4	4	4	4	4	4	4.00
12	4	4	4	4	4	4	4	4.00
13	4	4	5	4	3	4	5	4.14
14	3	3	3	2	3	4	3	3.00
15	5	5	3	4	2	5	4	4.00
16	3	3	3	4	3	3	3	3.14
17	3	2	4	3	4	2	4	3.14
18	2	3	3	2	2	3	3	2.86
19	3	4	4	4	4	4	4	3.86
20	5	4	4	4	5	4	4	4.29
21	3	3	3	3	3	4	2	3.00
22	5	5	4	4	5	5	4	4.57
23	3	4	4	4	4	5	4	4.00
24	3	5	5	4	2	3	4	3.71
25	5	4	4	5	5	4	5	4.57
26	3	3	3	4	3	4	4	3.43
27	4	4	5	4	4	5	5	4.43
28	3	3	4	3	4	3	4	3.43
29	3	3	3	3	3	3	3	3.00
30	2	2	2	3	2	3	1	2.14
31	4	4	3	5	5	4	4	4.14
32	2	2	3	2	3	2	2	2.29
33	5	4	4	4	4	3	4	4.00
34	4	4	4	5	4	4	4	4.14
35	4	4	4	5	5	5	4	4.43
36	4	4	4	3	4	5	4	4.00

37	3	3	4	4	4	4	4	3.71
38	5	5	5	5	5	5	5	5.00
39	5	5	5	5	5	5	5	5.00
40	4	5	5	3	4	5	5	4.43
41	2	2	3	3	2	3	2	2.86
42	3	4	4	4	4	4	3	3.71
43	4	4	3	4	3	4	3	3.57
44	3	3	3	3	3	3	3	3.00
45	3	3	3	3	3	3	3	3.00
46	5	5	5	5	5	5	5	5.00
47	3	3	3	3	4	4	3	3.29
48	4	4	5	4	5	5	5	4.57
49	4	5	5	5	4	5	5	4.71
50	5	5	4	5	4	5	5	4.71
51	5	4	4	4	4	4	4	4.14
52	3	4	4	3	3	4	4	3.57
53	4	4	4	4	4	4	4	4.00
54	4	4	4	4	4	4	4	4.00
55	5	4	5	5	5	4	4	4.57
56	4	5	4	3	3	3	4	3.71
57	4	4	4	4	4	4	4	4.00
58	4	4	4	5	4	4	4	4.14
59	4	4	4	4	3	4	4	3.86
60	4	4	4	4	4	4	4	4.00
61	4	4	4	4	5	5	5	4.43
62	4	3	4	5	4	5	4	4.14
63	5	5	4	4	4	5	5	4.57
64	4	4	5	5	5	4	4	4.43
65	5	4	4	4	5	5	4	4.43
66	5	4	4	5	5	4	4	4.43
67	4	4	4	4	3	4	4	3.86
68	4	4	5	4	4	4	4	4.14
69	5	5	5	4	4	4	4	4.43
70	3	3	4	3	3	3	2	3.00
71	5	4	5	5	4	4	4	4.43
72	5	5	4	4	3	3	4	4.00
73	3	2	2	3	4	5	3	3.14
74	4	5	5	5	4	5	5	4.71
75	3	4	3	3	4	3	4	3.43

76	2	4	4	4	3	3	3	3.29
77	3	4	3	3	3	3	3	3.14
78	5	4	4	3	3	4	4	3.86
79	3	3	3	3	3	3	4	3.14
80	4	4	4	4	4	4	4	4.00
81	3	3	3	2	1	3	3	2.57
82	3	3	4	4	4	4	4	3.71
83	4	5	4	4	5	4	5	4.43
84	5	5	5	5	4	4	4	4.57
85	3	3	3	4	4	4	4	3.57
86	4	4	4	4	5	5	5	4.43
87	5	5	4	4	5	5	5	4.71
88	5	5	4	5	5	4	4	4.57
89	4	4	3	4	4	4	4	3.86
90	3	3	3	4	3	2	2	2.86
91	3	4	4	3	3	4	3	3.43
92	3	4	4	3	3	4	4	3.57
93	4	5	4	4	3	5	4	4.14
94	3	2	3	2	4	4	3	3.00
95	3	3	4	4	3	4	3	3.43
96	4	4	4	5	3	4	4	4.00
97	5	4	3	2	5	4	1	3.43
98	4	3	4	3	4	3	2	3.29
99	3	3	4	4	4	5	3	3.71
100	4	5	5	4	4	4	5	4.43

Variabel Bagi Hasil								
No	Butir							Rata-rata
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	3	4	4	3	4	3	3.57
2	2	2	1	3	3	2	3	2.29
3	4	4	4	4	4	4	4	4.00
4	4	4	4	5	4	4	4	4.14
5	3	4	4	4	4	4	4	3.86
6	5	5	4	4	4	4	4	4.29
7	3	3	3	4	3	3	3	3.14
8	3	2	2	2	3	3	3	2.57
9	3	3	3	3	3	3	3	3.00
10	5	4	3	3	4	4	4	3.86
11	4	4	4	4	4	4	4	4.00
12	4	4	4	4	4	4	4	4.00
13	4	3	4	3	5	3	3	3.57
14	2	2	3	4	3	3	2	2.71
15	5	4	5	5	3	3	4	4.14
16	3	3	3	3	3	3	3	3.00
17	2	3	4	2	3	4	3	3.00
18	3	2	3	4	4	4	4	3.43
19	4	4	4	5	4	4	4	4.14
20	4	4	4	4	4	4	4	4.00
21	3	3	3	4	5	3	5	3.71
22	4	5	5	4	4	4	4	4.29
23	4	4	4	4	4	5	5	4.29
24	3	3	4	3	4	3	5	3.57
25	5	5	4	5	5	5	5	4.86
26	4	2	2	4	4	4	4	3.43
27	5	5	5	5	5	5	5	5.00
28	3	3	3	4	3	4	2	3.14
29	3	3	3	3	3	3	3	3.00
30	1	2	1	3	2	2	1	1.71
31	4	4	5	4	4	4	4	4.14
32	2	4	4	3	3	4	3	3.29
33	4	5	4	4	5	4	5	4.43
34	4	4	4	4	4	4	4	4.00
35	5	5	3	3	4	4	4	4.00
36	3	4	4	5	4	4	5	4.14

37	3	3	3	3	3	3	3	3.00
38	5	5	5	5	5	5	5	5.00
39	5	5	5	5	5	5	5	5.00
40	4	5	5	5	4	5	5	4.71
41	2	2	2	3	3	3	3	2.86
42	3	3	3	3	3	3	3	3.00
43	3	4	3	3	3	4	3	3.29
44	3	4	3	3	4	3	4	3.43
45	3	3	3	3	3	3	3	3.00
46	5	5	5	5	5	5	5	5.00
47	2	3	3	3	3	3	4	3.00
48	5	5	5	5	4	4	5	4.71
49	4	5	5	5	5	5	5	4.86
50	5	4	5	5	5	5	5	4.86
51	4	4	4	4	4	4	4	4.00
52	4	4	3	4	4	4	3	3.71
53	4	3	3	4	4	4	4	3.71
54	4	5	5	5	4	4	4	4.43
55	5	4	5	5	5	5	5	4.86
56	4	4	3	4	4	4	4	3.86
57	4	3	4	4	4	4	4	3.86
58	3	3	4	4	4	4	4	3.71
59	5	2	4	4	4	5	4	4.00
60	4	3	4	4	4	3	4	3.71
61	4	4	5	5	4	4	5	4.43
62	4	4	4	4	4	4	4	4.00
63	4	4	5	5	4	5	4	4.43
64	4	5	4	4	4	3	3	3.86
65	4	4	4	4	4	4	4	4.00
66	4	4	5	5	4	5	4	4.43
67	3	3	3	4	4	4	4	3.57
68	5	5	4	5	4	5	5	4.71
69	4	3	4	4	4	4	4	3.86
70	3	3	3	3	2	2	2	2.57
71	4	4	4	4	4	4	4	4.00
72	4	4	5	5	5	3	4	4.29
73	4	3	4	4	3	3	3	3.43
74	4	5	4	5	5	5	4	4.57
75	3	3	4	3	4	3	4	3.43

76	3	3	4	4	4	4	4	3.71
77	4	4	4	4	4	4	4	4.00
78	3	4	5	4	3	4	5	4.00
79	4	4	4	4	4	4	4	4.00
80	4	4	4	4	4	4	4	4.00
81	3	4	3	4	4	3	3	3.43
82	4	3	4	3	4	4	3	3.57
83	5	5	4	5	4	4	5	4.57
84	4	5	4	5	4	5	5	4.57
85	4	4	3	4	5	4	5	4.14
86	4	4	4	4	4	4	4	4.00
87	5	5	5	4	5	5	4	4.71
88	5	4	3	4	4	5	4	4.14
89	4	5	5	5	4	4	4	4.43
90	3	3	3	3	3	4	4	3.29
91	3	3	3	3	4	3	3	3.14
92	4	3	4	3	4	4	4	3.71
93	4	4	5	4	4	5	5	4.43
94	4	4	3	3	4	3	5	3.71
95	3	3	2	3	2	2	3	2.57
96	4	4	4	4	4	4	4	4.00
97	2	3	4	4	2	3	5	3.29
98	4	4	3	4	2	3	5	3.57
99	3	3	3	4	4	3	4	3.43
100	4	3	4	4	3	3	4	3.57

Variabel Minat Menabung								
No	Butir							Rata-rata
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	3	3	4	4	2	3.43
2	3	2	3	3	3	5	5	3.43
3	5	5	5	5	5	5	5	5.00
4	4	4	4	4	4	5	5	4.29
5	4	4	4	4	4	4	4	4.00
6	5	4	5	5	5	5	5	4.14
7	3	3	4	3	4	4	3	3.43
8	2	2	3	3	3	3	3	2.71
9	3	3	3	3	3	3	3	3.00
10	5	5	4	5	4	4	4	4.43
11	4	4	4	4	4	4	4	4.00
12	4	4	4	4	4	4	4	4.00
13	3	2	5	3	2	4	4	3.29
14	3	2	4	3	2	4	3	3.00
15	4	3	3	5	4	3	5	3.86
16	3	3	4	3	3	3	3	3.14
17	4	3	2	4	3	4	3	3.29
18	2	3	2	3	2	4	2	2.57
19	4	3	3	3	3	3	3	3.14
20	4	5	5	3	5	4	5	4.43
21	3	3	4	3	2	5	3	3.29
22	5	5	5	4	4	4	4	4.43
23	4	3	3	4	4	4	5	3.86
24	3	4	5	3	2	3	4	3.43
25	5	5	4	4	4	5	5	4.57
26	4	4	4	5	1	4	4	3.71
27	4	4	4	4	4	4	4	4.00
28	4	3	5	4	3	3	4	3.29
29	3	3	3	3	3	3	3	3.00
30	2	2	3	4	2	2	2	2.43
31	4	5	4	4	4	5	4	4.29
32	3	4	4	3	4	3	4	3.57
33	4	5	4	5	5	4	5	4.57
34	4	4	4	5	4	5	4	4.29
35	4	5	5	4	4	5	5	4.57
36	3	3	5	3	2	3	3	3.14



37	3	4	5	3	4	4	3	3.71
38	4	5	5	5	4	4	4	4.43
39	5	5	5	5	5	5	5	5.00
40	4	3	3	3	3	3	4	3.29
41	2	2	3	3	3	3	3	2.71
42	3	3	4	4	4	4	4	3.71
43	3	3	3	3	3	3	4	3.14
44	2	3	2	3	2	3	2	2.43
45	2	2	3	3	2	3	3	2.57
46	5	5	5	5	5	5	5	5.00
47	4	4	5	4	2	4	5	4.00
48	4	5	4	5	4	5	5	4.57
49	5	5	4	5	5	5	5	4.86
50	5	5	5	5	4	3	3	4.29
51	4	5	5	4	4	5	4	4.43
52	3	5	5	4	4	5	4	4.29
53	4	3	4	4	1	4	5	3.57
54	4	4	4	5	4	5	4	4.29
55	4	5	5	4	5	4	5	4.57
56	4	4	2	3	4	4	4	3.57
57	4	4	5	4	3	5	4	4.14
58	4	3	4	3	1	3	5	3.29
59	2	3	5	4	4	5	5	4.00
60	4	4	3	4	4	4	4	3.86
61	4	4	4	5	5	4	5	4.43
62	4	4	4	4	4	4	4	4.00
63	5	5	4	4	3	3	4	4.00
64	4	5	4	4	5	5	5	4.57
65	3	4	4	3	3	4	4	3.57
66	3	3	4	4	2	3	4	3.29
67	4	4	4	4	4	4	4	4.00
68	4	4	4	4	4	4	4	4.00
69	4	5	5	3	3	3	3	3.71
70	3	4	3	3	3	3	3	3.14
71	4	3	4	2	1	4	4	3.14
72	5	4	5	4	5	5	4	4.57
73	4	5	4	4	3	4	3	3.86
74	5	4	5	4	5	5	5	4.71
75	4	4	3	3	4	3	3	3.43

76	4	3	2	3	4	4	4	3.43
77	3	3	3	3	4	4	4	3.43
78	3	4	5	4	4	3	5	4.00
79	4	4	4	4	4	4	4	4.00
80	4	4	5	4	4	4	4	4.14
81	3	5	5	5	3	2	1	3.43
82	4	4	4	4	4	4	4	4.00
83	4	5	4	4	5	4	4	4.29
84	5	5	4	5	4	4	5	4.57
85	4	4	5	4	2	3	5	3.86
86	4	5	4	5	5	5	5	4.71
87	4	5	5	5	5	4	5	4.71
88	4	4	5	4	4	5	5	4.43
89	4	4	3	5	4	4	4	4.00
90	3	4	5	3	4	5	5	4.14
91	4	3	3	3	3	3	4	3.29
92	4	3	3	4	3	3	3	3.29
93	4	4	4	4	5	5	4	4.29
94	4	3	4	4	5	5	4	4.14
95	2	3	3	3	3	3	3	2.86
96	3	4	2	3	3	3	3	3.00
97	5	5	4	5	5	4	4	4.57
98	3	4	5	5	4	5	5	4.43
99	3	3	2	3	3	4	3	3.00
100	3	3	3	3	4	4	4	3.43



Lampiran IV  
Distribusi Nilai r tabel

DISTRIBUSI NILAI  $r_{\text{tabel}}$  SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

## Lampiran V

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas



## HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

### Correlations

		b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	Rata-rata
b1	Pearson Correlation	1	.492**	.481**	.483**	.396**	.292**	.353**	.635**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b2	Pearson Correlation	.492**	1	.544**	.538**	.453**	.461**	.483**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b3	Pearson Correlation	.481**	.544**	1	.525**	.451**	.376**	.504**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b4	Pearson Correlation	.483**	.538**	.525**	1	.475**	.531**	.529**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b5	Pearson Correlation	.396**	.453**	.451**	.475**	1	.435**	.510**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b6	Pearson Correlation	.292**	.461**	.376**	.531**	.435**	1	.618**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b7	Pearson Correlation	.353**	.483**	.504**	.529**	.510**	.618**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Rata-rata	Pearson Correlation	.635**	.722**	.751**	.792**	.711**	.695**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

## HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	7

## HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL REPUTASI PERUSAHAAN

**Correlations**

		b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	Rata-rata
b1	Pearson Correlation	1	.598**	.489**	.607**	.623**	.682**	.450**	.794**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b2	Pearson Correlation	.598**	1	.531**	.631**	.460**	.623**	.311**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b3	Pearson Correlation	.489**	.531**	1	.656**	.500**	.603**	.494**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b4	Pearson Correlation	.607**	.631**	.656**	1	.566**	.642**	.526**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b5	Pearson Correlation	.623**	.460**	.500**	.566**	1	.573**	.557**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b6	Pearson Correlation	.682**	.623**	.603**	.642**	.573**	1	.544**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b7	Pearson Correlation	.450**	.311**	.494**	.526**	.557**	.544**	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Rata-rata	Pearson Correlation	.794**	.749**	.755**	.831**	.787**	.835**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

## HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL REPUTASI PERUSAHAAN

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	7

## HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL LOKASI PERUSAHAAN

**Correlations**

		b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	Rata-rata
b1	Pearson Correlation	1	.715**	.368**	.423**	.550**	.425**	.407**	.336**	.717**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b2	Pearson Correlation	.715**	1	.525**	.533**	.540**	.430**	.394**	.423**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b3	Pearson Correlation	.368**	.525**	1	.318**	.542**	.417**	.377**	.228**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.022	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b4	Pearson Correlation	.423**	.533**	.318**	1	.465**	.470**	.582**	.502**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b5	Pearson Correlation	.550**	.540**	.542**	.465**	1	.566**	.505**	.311**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b6	Pearson Correlation	.425**	.430**	.417**	.470**	.566**	1	.611**	.580**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b7	Pearson Correlation	.407**	.394**	.377**	.582**	.505**	.611**	1	.589**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
b8	Pearson Correlation	.336**	.423**	.228**	.502**	.311**	.580**	.589**	1	.682**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.022	.000	.002	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Rata-rata	Pearson Correlation	.717**	.763**	.623**	.743**	.767**	.780**	.773**	.682**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

## HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL LOKASI PERUSAHAAN

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	8



## HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL RELIGIUSITAS

**Correlations**

		b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	Rata-rata
b1	Pearson Correlation	1	.712**	.505**	.545**	.574**	.505**	.540**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b2	Pearson Correlation	.712**	1	.620**	.552**	.359**	.514**	.655**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b3	Pearson Correlation	.505**	.620**	1	.586**	.432**	.426**	.626**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b4	Pearson Correlation	.545**	.552**	.586**	1	.514**	.515**	.574**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b5	Pearson Correlation	.574**	.359**	.432**	.514**	1	.517**	.460**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b6	Pearson Correlation	.505**	.514**	.426**	.515**	.517**	1	.560**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b7	Pearson Correlation	.540**	.655**	.626**	.574**	.460**	.560**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Rata-rata	Pearson Correlation	.803**	.809**	.762**	.789**	.703**	.740**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

## HASIL RELIABILITAS VARIABEL RELIGIUSITAS

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	7

## HASIL VALIDITAS VARIABEL BAGI HASIL

**Correlations**

		b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	Rata-rata
b1	Pearson Correlation	1	.647**	.577**	.582**	.624**	.637**	.558**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b2	Pearson Correlation	.647**	1	.642**	.602**	.533**	.580**	.562**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b3	Pearson Correlation	.577**	.642**	1	.655**	.523**	.627**	.570**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b4	Pearson Correlation	.582**	.602**	.655**	1	.526**	.602**	.576**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b5	Pearson Correlation	.624**	.533**	.523**	.526**	1	.633**	.578**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b6	Pearson Correlation	.637**	.580**	.627**	.602**	.633**	1	.580**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b7	Pearson Correlation	.558**	.562**	.570**	.576**	.578**	.580**	1	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Rata-rata	Pearson Correlation	.820**	.813**	.818**	.802**	.775**	.823**	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

## HASIL RELIABILITAS VARIABEL BAGI HASIL

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	7

## HASIL VALIDITAS VARIABEL MINAT MENABUNG

**Correlations**

		b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	Rata-rata
b1	Pearson Correlation	1	.644**	.342**	.559**	.474**	.388**	.486**	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b2	Pearson Correlation	.644**	1	.496**	.581**	.569**	.367**	.348**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b3	Pearson Correlation	.342**	.496**	1	.393**	.246*	.334**	.430**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.014	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b4	Pearson Correlation	.559**	.581**	.393**	1	.492**	.364**	.422**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b5	Pearson Correlation	.474**	.569**	.246*	.492**	1	.509**	.414**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b6	Pearson Correlation	.388**	.367**	.334**	.364**	.509**	1	.559**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
b7	Pearson Correlation	.486**	.348**	.430**	.422**	.414**	.559**	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Rata-rata	Pearson Correlation	.744**	.803**	.622**	.727**	.742**	.686**	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

## HASIL RELIABILITAS VARIABEL MINAT MENABUNG

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	7



**Lampiran VI**  
**Hasil Uji Asumsi Klasik**

## UJI NORMALITAS

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.77849042
	Absolute	.088
Most Extreme Differences	Positive	.063
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.880
Asymp. Sig. (2-tailed)		.420

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## UJI MULTIKOLINIERITAS

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	3.541	2.123				1.668	.099
1	Kualitas Pelayanan	-.095	.110	-.089	-.867	.388	.406	2.465
	Reputasi Perusahaan	.321	.109	.310	2.948	.004	.385	2.600
	Lokasi Perusahaan	.258	.079	.303	3.276	.001	.496	2.016
	Religiusitas	.106	.119	.108	.894	.373	.291	3.434
	Bagi Hasil	.243	.117	.253	2.068	.041	.282	3.540

a. Dependent Variable: Minat Menabung

## UJI HETEROKEDASTISITAS

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.033	1.341		.771	.443
	Kualitas Pelayanan	.141	.069	.320	2.032	.045
	Reputasi Perusahaan	-.108	.069	-.255	-1.575	.119
	Lokasi Perusahaan	-.021	.050	-.062	-.432	.667
	Religiusitas	.006	.075	.014	.073	.942
	Bagi Hasil	.021	.074	.053	.280	.780

a. Dependent Variable: Abs\_res

## UJI AUTOKORELASI

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.775 <sup>a</sup>	.601	.580	2.851	2.067

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Lokasi Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan, Religiusitas

b. Dependent Variable: Minat Menabung



## Lampiran VII

### Hasil Regresi Linear Berganda

## HASIL ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.775 <sup>a</sup>	.601	.580	2.851	2.067

a. Predictors: (Constant), BagiHasil, Lokasi Perusahaan, KualitasPelayanan, Reputasi Perusahaan, Religiusitas

b. Dependent Variable: MinatMenabung

## HASIL UJI PARSIAL (UJI T)

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3.541	2.123		1.668	.099		
	Kualitas Pelayanan	-.095	.110	-.089	-.867	.388	.406	2.465
	Reputasi Perusahaan	.321	.109	.310	2.948	.004	.385	2.600
	Lokasi Perusahaan	.258	.079	.303	3.276	.001	.496	2.016
	Religiusitas	.106	.119	.108	.894	.373	.291	3.434
	Bagi Hasil	.243	.117	.253	2.068	.041	.282	3.540

a. Dependent Variable: Minat Menabung

## HASIL UJI SIMULTAN (UJI F)

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1152.879	5	230.576	28.359	.000 <sup>b</sup>
	Residual	764.281	94	8.131		
	Total	1917.160	99			

a. Dependent Variable: MinatMenabung

b. Predictors: (Constant), BagiHasil, Lokasi Perusahaan, KualitasPelayanan, Reputasi Perusahaan, Religiusitas



