

## STUDI MENGENAI KEPUTUSAN MAHASISWA UIN WALISONGO MENJADI NASABAH PRODUK TABUNGAN “SIRELA”

**Fajar Adhitya**  
**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang**  
**fajar.adhitya@walisongo.ac.id**

### ABSTRACT

*From 2014 to 2016 Minibank Syariah FEBI UIN Walisongo experienced a decrease in the number of savings accounts. The decrease in the number of customer accounts raises anxiety in the researcher considering the funding sources channeled in the financing business come from the funds of customers who open accounts in the Syariah Minibank. This study uses a quantitative approach. The dependent variable in this study is: Student Decision Opening Savings Account (Y) while the Independent Variables in this study are: Savings Profit Sharing (X1), Core Service Quality (X2), Peripheral Service Quality (X3) From the test obtained the coefficient for the profit sharing ratio (X1) of 0.391 with  $t_{count} = 6.138$  with  $p\ value = 0,000 < 0.05$ , so  $H_a$  is accepted. Test results The core service quality variable (X2) obtained a coefficient of 0.291 with  $t_{count} = 4.177$  with  $p\ value = 0,000 < 0.05$  so  $H_a$  is accepted. Test results Peripheral service quality variables (X3) obtained a coefficient of 0.144 with  $t_{hitung} = 2,006$  with  $p\ value = 0.046 < 0.05$  so  $H_a$  is accepted. From the results of the analysis above, the regression model is obtained as follows:  $Y = 0.391X1 + 0.291X2 + 0.144 X3$ . The results of the study using empirical data show that the profit sharing ratio, core service quality, peripheral service quality proved to have a positive and significant influence on the decision to become customers in the Islamic Minibank.*

**Keywords:** Profit Sharing Ratio, Core Service Quality, Peripheral Service Quality

### ABSTRAK

Dari tahun 2014 sampai 2016 Minibank Syariah FEBI UIN Walisongo mengalami penurunan jumlah rekening tabungan. Penurunan jumlah rekening nasabah tersebut memunculkan kegelisahan dalam diri peneliti mengingat sumber pendanaan yang disalurkan dalam bisnis pembiayaan berasal dari dana nasabah yang membuka rekening di Minibank Syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah : Keputusan Mahasiswa Membuka Rekening Tabungan ( Y ) sedangkan Variabel independen dalam penelitian ini adalah : Nisbah Bagi Hasil Tabungan (X1), Kualitas Layanan Inti (X2), Kualitas Layanan Periferal (X3). Dari pengujian diperoleh koefisien untuk variabel nisbah bagi hasil (X1) sebesar 0.391 dengan  $t_{hitung} = 6.138$  dengan  $p\ value = 0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_a$  diterima. Hasil pengujian Variabel kualitas layanan inti (X2) diperoleh koefisien sebesar 0.291 dengan  $t_{hitung} = 4.177$  dengan  $p\ value = 0,000 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima. Hasil pengujian Variabel kualitas layanan periferal (X3) diperoleh koefisien sebesar 0.144 dengan  $t_{hitung} = 2.006$  dengan  $p\ value = 0,046 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima. Dari hasil analisis di atas diperoleh model regresi sebagai berikut:  $Y = 0.391X1 + 0.291X2 + 0.144 X3$ . Hasil penelitian dengan menggunakan data empiris menunjukkan bahwa nisbah bagi hasil, Kualitas layanan inti, Kualitas pelayanan periferal terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Minibank syariah.

**Kata kunci:** Nisbah Bagi Hasil, Kualitas Layanan Inti, Kualitas Layanan Periferal

## 1. PENDAHULUAN

Industri perbankan adalah faktor penunjang yang sangat penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan suatu negara. Dengan semakin dinamisnya kondisi ekonomi dan lingkungan bisnis suatu negara, tentu saja akan berpengaruh terhadap kinerja perbankan. Salah satu parameter kinerja perbankan dapat dilihat dari sisi efisiensinya (Ferry Prasetyia & Kanda Diendtara, 2011). Industri perbankan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif harus mampu menunjukkan berbagai kelebihan serta keunggulan tertentu dari para pesaingnya. Menurut Zainul Arifin (2003:12) Kemampuan *financial* lembaga Islam dalam menarik investor dengan sukses tidak hanya tergantung pada tingkat kemampuan lembaga itu menghasilkan keuntungan, tetapi juga pada persepsi bahwa lembaga tersebut secara sungguh-sungguh memperhatikan batas-batas serta aturan yang digariskan oleh Islam. Menurut Muhammad (2004:2) Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan dengan landasan Alqur'an dan hadis Nabi Muhamad SAW.

Ekonomi islam merupakan bagian konsep yang lebih luas dari sekedar sistem keuangan dan perbankan islam yang mana tujuannya sebagaimana dianjurkan oleh para ulama adalah menerapkan sistem nilai dan etika islam ke dalam lingkungan ekonomi, karena dasar etika inilah, maka bagi kebanyakan muslim keuangan dan perbankan islam bukan sekedar sistem transaksi komersial. Persepsi islam dalam transaksi finansial itu dipandang oleh banyak kalangan muslim sebagai kewajiban beragama. Kemampuan *financial* lembaga Islam menarik investor dengan sukses tidak hanya tergantung pada tingkat kemampuan lembaga itu menghasilkan keuntungan, tetapi juga pada persepsi bahwa lembaga tersebut secara sungguh-sungguh memperhatikan batas-batas serta aturan yang digariskan oleh Islam. Jumlah penduduk muslim yang besar di negara Indonesia menjadikan pangsa pasar tersendiri bagi lembaga keuangan Syariah. Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga, karena bunga bank tergolong riba. Salah satu ayat di dalam al Qur'an yang menjelaskan tentang riba yaitu surat Al Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ  
 قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى  
 فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ  
 فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

275. Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkankan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka

Salah satu wujud operasional bank Syariah adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan. Nisbah bagi hasil tabungan merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam rangka menghimpun dan menyalurkan dana pada masyarakat. Selain nisbah bagi hasil tabungan beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas layanan dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu kualitas layanan inti dan kualitas layanan perifer (tambahan). Kualitas layanan inti atau *Core Service Quality* merupakan layanan yang berhubungan langsung dengan jasa yang diberikan perusahaan, sedangkan Kualitas Layanan Perifer atau *Peripheral service quality* merupakan layanan yang memfasilitasi layanan inti tetapi secara khusus bukan merupakan satu kesatuan dari layanan inti tersebut (Hume, 2010).

Salah satu Lembaga yang melakukan penghimpunan dana adalah Minibank Syariah FEBI UIN Walisongo. Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui bahwa dari tahun 2014 hingga tahun 2016 Minibank Syariah FEBI UIN Walisongo mengalami penurunan jumlah rekening tabungan.

**Tabel 1.1 Jumlah Rekening Tabungan Nasabah Minibank Syariah**

Tahun	Jumlah Rekening Tabungan
2014	121
2015	110
2016	98

Sumber: Data di olah 2017

Penurunan jumlah rekening nasabah tersebut memunculkan kegelisahan dalam diri peneliti mengingat sumber pendanaan yang disalurkan dalam bisnis pembiayaan berasal dari dana nasabah yang membuka rekening di Minibank Syariah, sehingga peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian terkait permasalahan tersebut. Penelitian ini sangat penting untuk dilaksanakan sebagai alternatif solusi dalam mengambil keputusan untuk pemecahan masalah.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Raihanah Daulay pada tahun 2010 menyebutkan bahwa Secara bersama-sama terdapat pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Syariah di Kota Medan. Secara parsial variabel pelayanan dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah bank Syariah Kota Medan

## 2. RUMUSAN MASALAH

Dengan uraian latar belakang, Penelitian Terdahulu serta data di atas maka masalah penelitian dalam penelitian ini adalah “Bagaimana meningkatkan keputusan mahasiswa untuk membuka rekening tabungan di Minibank Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Walisongo Semarang. Berdasarkan rumusan masalah di atas maka Pertanyaan penelitian yang muncul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Besaran Nisbah Bagi Hasil berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam membuka rekening tabungan di Minibank Syariah FEBI UIN Walisongo?
2. Apakah Kualitas Pelayanan Inti berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam membuka rekening tabungan di Minibank Syariah FEBI UIN Walisongo?
3. Apakah Kualitas Pelayanan Periferal berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam membuka rekening tabungan di Minibank Syariah FEBI UIN Walisongo?

## 3. KAJIAN TEORITIS

Hukum Islam sejatinya merupakan konsep yang baku, namun pada perjalanannya tidak menutup kemungkinan dilakukan ijtihad - ijtihad pada bidang yang dibolehkan selama tidak keluar dari bingkai Syari`ah Islamiyah. Sehingga Islam memang mampu menjawab seluruh perkembangan zaman. Begitu juga halnya dengan sistem ekonomi Islam yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem Islam, juga tidak luput dari aktivitas ijtihad. Sistem ekonomi islam diharapkan mampu menjawab dan menyelesaikan permasalahan ekonomi yang dihadapi oleh umat manusia, tanpa keluar dan melanggar ketentuan hukum Allah SWT.

Sistem ini mempunyai wujud pengawasan yang melekat pada diri setiap individu pelaku ekonomi yang berakar pada keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT. Sistem ekonomi islam juga diharapkan menyelaraskan antara kemashlahatan individu dengan kemashlahatan orang banyak. Kegiatan ekonomi sejatinya sudah ada semenjak jaman Nabi Muhammad SAW. Oleh karena itu muncul banyak pro kontra ekonomi yang dihadapi manusia, maka para ahli ekonomi mulai memikirkan bagaimana mengubah seni ekonomi menjadi ilmu ekonomi seperti pada saat ini. Ilmu ekonomi akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan peradaban manusia. Pada saat ini banyak bermunculan perbankan syariah dengan banyaknya perkembangan syariah. Ekonomi konvensional memang masih diatas ekonomi syariah. Para ekonom memprediksi di tahun-tahun mendatang ekonomi syariah akan berkembang jauh lebih pesat dari ekonomi konvensional.

Pada zaman Nabi SAW belum ada institusi perbankan, tetapi ajaran Islam sudah memuat prinsip-prinsip dan filosofi dasar yang harus dijadikan rujukan dalam aktifitas perdagangan serta aktifitas perekonomian. Karena itu, dalam menghadapi masalah muamalah kontemporer yang harus dilakukan ialah mengidentifikasi prinsip-prinsip dan filosofi dasar ajaran Islam dalam sektor ekonomi, dan kemudian mengidentifikasi semua hal yang tidak diperbolehkan. Setelah kedua hal ini dilakukan, maka kita dapat berinovasi dan kreativitas (ijtihad) selebar-lebarnya dalam rangka memecahkan segala permasalahan muamalah kontemporer, termasuk persoalan perbankan.

### **Pemasaran Jasa Perbankan**

Kasmir (2008:2) dalam paparannya menyampaikan bahwa rutinitas kegiatan operasionalnya bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan kemudian menyalurkan kembali ke masyarakat, serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Bank juga diketahui sebagai tempat untuk meminjam uang bagi masyarakat yang membutuhkannya. Disamping itu bank dikenal juga sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan secara lebih luas lagi bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dengan bidang keuangan. Definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa bank diharapkan dapat menjadi mediasi antara perbankan dengan masyarakat yang berfungsi untuk meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat pada umumnya, dimana bank tersebut mampu menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan penghasilan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan.

Keberadaan dan berkembangnya suatu bank hanya dimungkinkan apabila mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, masyarakat yang menyimpan dana, masyarakat yang menggunakan dana, masyarakat yang menggunakan pelayanan dari jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya. Sehubungan dengan itu untuk memelihara kepercayaan masyarakat, bank harus selalu berusaha untuk melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip kehati-hatian (prudential principle), sesuai yang tertuang dalam dalam pasal 2 Undang-undang nomor 10 tahun 1998, bahwa perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya berdasarkan demokrasi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian. Penerapan prinsip kehati-hatian ini sangat penting bagi dunia perbankan, masyarakat dan bagi perekonomian pada umumnya. Prinsip kehati-hatian sangat diperlukan bagi keselamatan bank (safety) dan kesehatan bank (soundness), kestabilan (stability) ekonomi dan moneter, serta perlindungan terhadap berbagai resiko terutama resiko dalam pembiayaan karena pada prinsipnya setiap pembiayaan yang dikucurkan kepada masyarakat merupakan dana

## **Nisbah Bagi Hasil Tabungan**

Menurut Taufik Hidayat (2011:143) nisbah bagi hasil adalah istilah yang digunakan dalam bank syariah yaitu proporsi bagi hasil antara nasabah dengan bank Syariah. Pola bagi hasil adalah pola kerja sama antara nasabah dan bank syariah (Gozali Ahmad, 2004:43). angka nisbah suatu angka rasional yang disepakati bersama dengan mempertimbangkan proyek yang akan dibiayai dari berbagai sisi (Ascarya, 2007). dana (*mudharib*) yang terjadi antara bank dan nasabah penyimpan dana maupun bank dengan nasabah penerima dana. Dengan demikian, sistem bagi hasil dapat definisikan sebagai konsep yang mempunyai unsur keadilan, dimana tidak ada suatu pihak yang diuntungkan sementara pihak lain dirugikan antara pemilik dana dan pengelola dana sehingga besarnya bagi hasil yang diperoleh nasabah sangat tergantung kepada kemampuan bank dalam menginvestasikan dana-dananya.

Semakin besar nisbah bagi hasil yang diterima nasabah maka semakin tinggi keputusan menjadi nasabah di perbankan syariah. Nasabah berperan sebagai mitra usaha yang menyediakan dana untuk pelaku usaha. Prinsip bagi hasil memberikan “jalan tengah” sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan asas keadilan dalam bertransaksi, mengutamakan nilai- nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam memproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Selain itu prinsip bagi hasil yang diaplikasikan pada perbankan syari’ah juga telah terbukti tangguh dan mampu bertahan dari krisis ekonomi dan moneter pada tahun 1997.

## **Kualitas Layanan Inti**

Menurut Nurhayati (2016:143) Kualitas layanan terutama pada perusahaan jasa sangat penting dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Kualitas layanan akan menentukan performa perusahaan. Kualitas inti merupakan tafsiran konsumen terhadap kualitas layanan yang telah diberikan oleh suatu perusahaan/ lembaga bisnis jasa dan menjadi ciri barang atau jasa yang berhubungan langsung dengan barang atau jasa yang akan digunakan dalam suatu bentuk yang nyata (Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, 2006).

## **Kualitas Layanan Periferal**

Menurut Tjiptono dan Fandy (2008:148) Kualitas periferal merupakan penilaian konsumen terhadap suatu kualitas yang menyebabkan suatu barang atau jasa menjadi pilihan dan menjadi kualitas pendukung seperti fasilitas dan lokasi.

### **a. Fasilitas**

Pengertian fasilitas menurut Fandi Tjiptono (2008:147) Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler,2007). Desain dan *layout* fasilitas jasa erat hubungannya dengan pembentukan persepsi pelanggan, sejumlah tipe jasa persepsi yang terbentuk dari interaksi para pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di dalam pemikiran pelanggan (Tjiptono 2008:147).

Berdasarkan dari definisi – definisi yang telah disebutkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah tampilan dan kemampuan (kinerja) dari penyediaan sarana dan prasarana dalam bentuk fisik atau non fisik sebagai pelengkap atau pemberi kemudahan yang mampu memberi kemudahan dan memberikan kepuasan kepada pengguna.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipantau terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Kepuasan pelanggan harus diprioritaskan dalam bisnis jasa, sebab apabila pelanggan tidak puas maka pelanggan

akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan omzet penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan *profit*.

#### **b. Lokasi**

Lokasi dalam jasa berkaitan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi untuk penyampaian jasa kepada customer (Lupiyoadi,2008). Pemilihan tempat/ lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek jangka panjang yang bersifat kapital intensif. Lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan staff atau karyawan akan ditempatkan. Dalam hal ini ada 3 jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

- 1) Konsumen mendatangi pemberi jasa  
Ketika kondisinya konsumen mendatangi pemberi jasa, maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan seharusnya memilih tempat yang relatif dekat dengan konsumen sehingga memudahkan untuk dijangkau, dengan kata lain harus strategis.
- 2) Pemberi jasa mendatangi konsumen  
Lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus menjadi perhatian adalah penyampaian jasa tetap bermutu/ berkualitas.
- 3) Penyedia jasa dan pengguna jasa tidak bertemu secara langsung

#### **Pengambilan Keputusan**

Keputusan konsumen untuk membeli atau tidaknya suatu produk atau jasa merupakan saat penting bagi kebanyakan pemasar. Keputusan tersebut dapat menjadi tanda apakah suatu strategi pemasaran telah cukup bijaksana, berwawasan luas dan efektif atau apakah kurang baik direncanakan atau keliru menetapkan sasaran. Nilai yang diharapkan oleh pelanggan akan menentukan keputusan pembelian (*purchase decision*), Pada dasarnya penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap suatu produk dan jasa didasarkan kepada persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang dikorbankan. Keputusan pembelian dalam konteks penelitian ini adalah keputusan membuka rekening tabungan.

Keputusan pembelian menjadi sesuatu yang penting untuk dicermati karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian sangat didukung melalui usaha membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun kesadaran merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varians-variens baru pada suatu produk.

Proses pengambilan keputusan diawali dengan kebutuhan. Dalam rangka memenuhi kebutuhan tersebut perlu dilaksanakan evaluasi untuk mendapatkan alternatif terbaik dari persepsi konsumen. Informasi yang diperlukan dari kebutuhan konsumen serta situasi yang dihadapinya. Pemasar perlu mempelajari perilaku konsumen sebagai perwujudan dari seluruh aktivitas jiwa manusia itu sendiri. Proses pengambilan keputusan pembelian yang terlalu rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan akan melibatkan alternative pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan. Persaingan yang begitu kompetitif sekarang ini membuat perusahaan-perusahaan harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen sehingga mampu memenangkan pasar. Produk yang memiliki kualitas yang baik dengan diferensiasi yang juga baik akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki konsumen loyal.

Dengan mengetahui serta memahami perilaku konsumen akan memberi sumbangan bagi perusahaan untuk merumuskan strategi pemasaran yang nantinya akan diimplementasikan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk perusahaan ke pasaran, artinya ketika suatu produk akan diproduksi, sudah dilakukan riset sebelumnya dan

telah diketahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen merupakan strategi mutlak yang harus dilaksanakan oleh pemasar pada era persaingan global seperti sekarang ini. Bagi perusahaan, memahami tingkah laku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi sangatlah penting sebab perilaku akan mencerminkan bagaimana konsumen membeli. Bila kebutuhan telah teridentifikasi, konsumen kemudian akan “mencari informasi” (searching information) mengenai berbagai macam alternative merek produk untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kotler mengatakan bahwa terdapat beberapa proses evaluasi keputusan dan model yang terbaru memandang proses evaluasi konsumen sebagai proses yang berorientasi kognitif, yaitu mereka menganggap konsumen membentuk penilaian atas produk terutama berdasarkan kesadaran dan rasio.

Menurut pendapat Kanuk proses pengambilan keputusan konsumen terdiri dari (1) pengenalan kebutuhan, (2) penelitian sebelum pembelian dan (3) penilaian berbagai alternatif. Kotler (2007) mengatakan bahwa proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yaitu (1) Pengenalan masalah, (2) Pencarian Informasi, (3) Evaluasi Alternatif, (4) Keputusan Pembelian, (5) Perilaku pasca pembelian. Kotler dan Philip (2007) mengatakan bahwa terdapat beberapa proses evaluasi keputusan dan model yang terbaru memandang proses evaluasi konsumen sebagai proses yang berorientasi kognitif, yaitu mereka menganggap konsumen membentuk penilaian atas produk terutama berdasarkan kesadaran dan rasio. Menurut pendapat Kanuk proses pengambilan keputusan konsumen terdiri dari (1) pengenalan kebutuhan, (2) penelitian sebelum pembelian dan (3) penilaian berbagai alternatif (Schiffman dan Kanuk, 2007).

#### 4. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni suatu pendekatan yang menekankan pada pengujian teori-teori atau konsep melalui pengukuran variabel secara metrik atau angka dan melakukan prosedur analisis data dengan peralatan statistik serta bertujuan untuk menguji hipotesis. Berdasarkan jenisnya, maka penelitian ini tergolong penelitian eksplanasi. Penelitian eksplanasi digunakan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya melalui pengujian hipotesis (Sugiyono, 2016). Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu :

##### a Variabel dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. sebuah masalah mudah teridentifikasi dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2006). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah: Keputusan Mahasiswa Membuka Rekening Tabungan ( Y ).

##### b Variabel Independen

Menurut (Sugiono, 2016) variabel independen yang dilambangkan dengan (X) adalah variabel Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

- Nisbah Bagi Hasil Tabungan (X1)
- Kualitas Layanan Inti (X2)
- Kualitas Layanan Periferal (X3)

## Populasi

Notoatmodjo (2010) menyampaikan bahwa suatu populasi menunjukkan pada sekelompok subjek yang menjadi objek atau sasaran penelitian. Menurut Sugiyono (2016: 80) populasi adalah wilayah generalisasi, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Usman (2011) mengemukakan bahwa populasi adalah semua nilai, baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, dari karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UIN Walisongo yang sudah menjadi nasabah di Minibank Syariah FEBI UIN Walisongo yang berjumlah 325 nasabah.

Definisi Sampel menurut Sujarweni (2015:81) merupakan sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dipakai untuk penelitian. Bila populasi besar, penelitian tidak mungkin mengambil seluruh populasi untuk penelitian, seperti contohnya karena terbatasnya dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu". Nursalam (2012) berpendapat bahwa sampling adalah suatu proses menyeleksi porsi dari populasi untuk dapat mewakili populasi.

Menurut Arikunto (2010) sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Dalam menghitung sampel peneliti menggunakan rumus dari slovin yaitu:

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

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Derajat Kesalahan

Dari rumus diatas maka dapat dihitung jumlah sampel yang diambil, yaitu: Diketahui :

$$n = \frac{325}{1 + 325 \times 0.05^2}$$

$$n \sim 180$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka peneliti berencana mengambil sampel sebanyak 180 Responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu kriteria penarikan sampel dengan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti.

## Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto,2010). Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan pembagian kuisioner kepada responden. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan antara lain berasal dari jurnal dan buku. Data dikumpulkan menggunakan metode survey melalui kuesioner kepada nasabah yang merupakan pengguna jasa minibank syariah. Dalam penelitian ini digunakan pertanyaan



tertutup atau jawaban sudah ditentukan oleh peneliti sehingga responden tinggal memilih di antara jawaban tersebut sesuai dengan persepsinya (Trenggonowati,2009).

### Metode Pengukuran Data

Butir pertanyaan dalam kuisisioner ini diukur dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012). Sebelum kuisisioner disebarkan pada responden, kuisisioner penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Menurut pendapat Nugroho uji validitas dipergunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (kontruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel (Nugroho,2005). Realibilitas, sedangkan pengertian realibilitas adalah ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner.

Untuk mengetahui apakah butir-butir pertanyaan valid atau tidak diukur menggunakan rumus *Product Moment Correlation Pearson* dan pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Untuk menjawab tujuan penelitian tersebut digunakan beberapa metode analisis data yaitu analisis deskriptif statistik, analisis *independent sample t-test*, analisis *oneway anova* dan analisis regresi linier berganda. Sebelum melakukan uji regresi linier berganda terlebih dahulu dilakukan uji Multikolinieritas, Uji Heterokesdastisitas, Uji Normalitas Data.

Model hubungan keputusan menjadi nasabah dengan variabel-variabel independent dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005:82) :

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

Dimana :

Y = Keputusan Menjadi Nasabah

$\beta_1 / X_1$  = Koefisien / Nisbah Bagi Hasil

$\beta_2 / X_2$  = Koefisien / kualitas layanan inti

$\beta_3 / X_3$  = Koefisien / Kualitas layanan peripheral

e = error

Untuk mempermudah serta mempercepat perhitungan data ,maka pada penelitian ini data diproses menggunakan bantuan aplikasi komputer dengan program SPSS

### Metode Analisa data

Data yang telah diolah baik pengolahan secara manual maupun menggunakan bantuan komputer, tidak akan ada maknanya tanpa dianalisis. Keluaran akhir dari analisis data kita harus memperoleh makna atau arti dari hasil penelitian tersebut. (Notoatmodjo, 2010). Analisis data penelitian merupakan sarana untuk menarik kesimpulan dari data-data hasil pengumpulan dan pengolahan data tersebut

## 5. PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan terhadap 30 responden dan diketahui semua butir pertanyaan memiliki  $r$ - hitung >  $r$ -tabel, maka semua butir pertanyaan pada penelitian ini dinyatakan valid.

**Tabel 6.1 Uji Validitas dan Realibilitas**

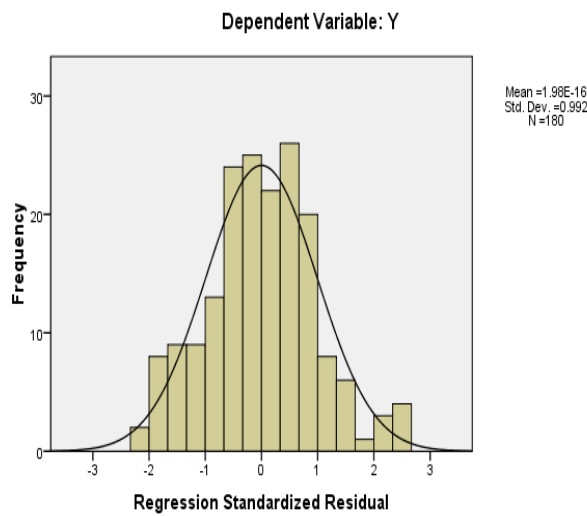
No	Variabel	$r_{11}$	$r_{tabel}$	ket
1	Keputusan menjadi nasabah	0,884	0,361	Reliabel

2	Nisbah Bagi Hasil	0,716	0,361	Reliabel
3	Kualitas layanan inti	0,803	0,361	Reliabel
4	Kualitas layanan perifer	0,766	0,361	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang disajikan, masing-masing variabel penelitian memiliki  $r_{11}$  lebih dari 0,361 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian adalah reliabel.

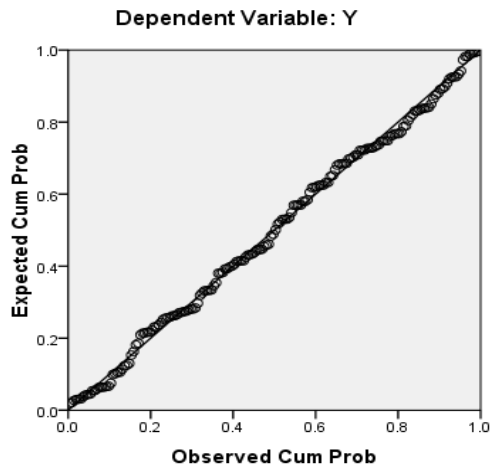
### Uji Normalitas Data

Histogram



Gambar histogram kurva normal dengan variabel Nisbah Bagi Hasil, kualitas layanan inti, kualitas layanan periferal tidak condong ke kiri maupun ke kanan namun cenderung di tengah dan berbentuk seperti lonceng jadi data Nisbah Bagi Hasil, kualitas layanan inti, kualitas layanan periferal memiliki kecenderungan terdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari hasil output SPSS Normal P-Plot data Nisbah Bagi Hasil, kualitas layanan inti, kualitas layanan periferal menunjukkan bahwa distribusi dari titik-titik Nisbah Bagi Hasil, kualitas layanan inti, kualitas layanan periferal menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah dengan garis diagonal. Jadi data pada variabel Nisbah Bagi Hasil, kualitas layanan inti, kualitas layanan periferal dapat dikatakan normal.

### Uji Multikolinieritas Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.433	1.062		.408	.684		
X1	.462	.075	.391	6.138	.000	.782	1.279
X2	.335	.080	.291	4.177	.000	.656	1.524
X3	.180	.090	.144	2.006	.046	.618	1.618

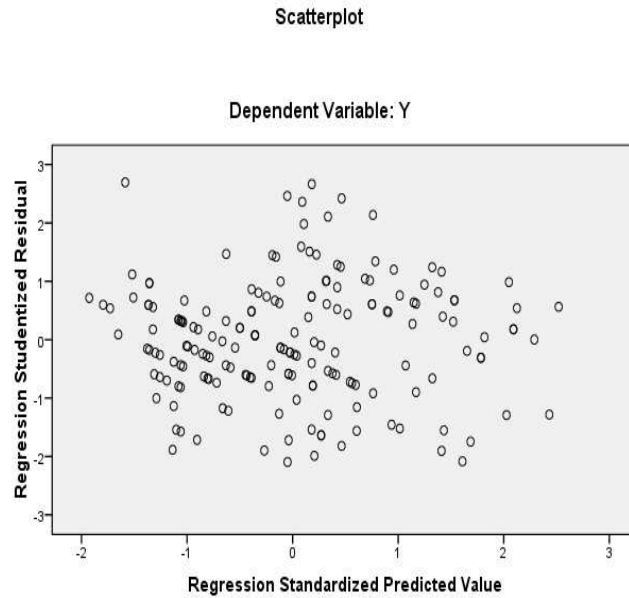
a. Dependent Variable: Y

**Tabel 6.2 Penjelasan hasil uji Multikolinieritas**

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
Nisbah Bagi Hasil	0.782	1.279	Bebas multikolinieritas
layanan inti	0.656	1.524	Bebas multikolinieritas
Layanan periferal	0.618	1.618	Bebas multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas dapat diketahui melalui VIF (*Variance Inflation Factor*) pada hasil output SPSS tabel *Coefficient*. Masing-masing variabel independent memiliki VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0.1, sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi linier berganda terbebas dari kemiripan antar variabel. Dari hasil output SPSS dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda terbebas dari asumsi klasik heterokedstisitas dan layak digunakan dalam penelitian.

### Uji Heterokedstisitas



Output SPSS pada gambar scatterplot menunjukkan penyebaran titik-titik data sebagai berikut:

1. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0
2. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
3. Penyebaran Titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
4. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola

Dari hasil output SPSS maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda terbebas dari asumsi klasik heterokedstisitas dan layak digunakan dalam penelitian. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan secara grafik maupun melalui uji statistik. Karena adanya kelemahan dari analisis grafik plots, maka diperlukan uji statistik yang lebih menjamin keakuratan hasil. Dalam hal ini uji statistik yang digunakan adalah uji glejser.

### Uji Glejser

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.002	.627		1.598	.112
	X1	.071	.044	.134	1.591	.113
	X2	-.003	.047	-.006	-.063	.950
	X3	.020	.053	.036	.380	.705

a. Dependent Variable: Abs\_res

Hasil tampilan output SPSS menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen (Abs\_res). Hal ini terlihat

dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Berganda**

Uji Signifikansi Pengaruh Besaran Nisbah Bagi Hasil, Kualitas Layanan Inti, Kualitas Layanan Periferal Terhadap Keputusan Mahasiswa Uin Walisongo Menjadi Nasabah Tabungan“Sirela”

**Uji Regesi Secara Simultan (Uji F)**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	981.886	3	327.295	46.309	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1243.914	176	7.068		
	Total	2225.800	179			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 46.309 dengan *p value* 0,000. Karena *p value*  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa semua variabel independen (Nisbah Bagi Hasil, kualitas layanan inti, kualitas layanan periferal) yang digunakan dalam model secara bersama-sama / simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

**Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

Pengujian secara parsial ini dapat dilihat dari uji t. Apabila diperoleh nilai *p value*  $< 0,05$ ,  $H_0$  ditolak yang berarti ada pengaruh signifikan. Hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut:

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.433	1.062		.408	.684
	X1	.462	.075	.391	6.138	.000
	X2	.335	.080	.291	4.177	.000
	X3	.180	.090	.144	2.006	.046

a. Dependent Variable: Y

Dari pengujian di atas diperoleh koefisien untuk variabel nisbah bagi hasil ( $X_1$ ) sebesar 0.391 dengan  $t_{hitung} = 6.138$  dengan  $p\text{ value} = 0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_a$  diterima yang berarti hipotesis yang menyatakan ada pengaruh nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah, hipotesis tersebut diterima.

Hasil pengujian Variabel kualitas layanan inti ( $X_2$ ) diperoleh koefisien sebesar 0.291 dengan  $t_{hitung} = 4.177$  dengan  $p\text{ value} = 0,000 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima yang berarti hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas layanan inti terhadap keputusan menjadi nasabah, hipotesis tersebut diterima.

Hasil pengujian Variabel kualitas layanan periferal ( $X_3$ ) diperoleh koefisien sebesar 0.144 dengan  $t_{hitung} = 2.006$  dengan  $p\text{ value} = 0,046 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima yang berarti hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas layanan periferal terhadap keputusan menjadi nasabah, hipotesis tersebut diterima. Dari hasil analisis di atas diperoleh model regresi sebagai berikut:  **$Y = 0.391X_1 + 0.291X_2 + 0.144 X_3$**

## 5 KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis data yang telah dilaksanakan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Nisbah bagi hasil yang kompetitif akan meningkatkan jumlah rekening tabungan.
2. Kualitas layanan inti yang baik akan lebih memberikan minat kepercayaan kepada nasabah untuk membuka rekening.
3. Ketika Lembaga memberikan perhatian yang tinggi terhadap kualitas layanan periferal/tambahan maka secara otomatis mendukung layanan utama dalam memberikan services excellent kepada para calon nasabah maupun nasabahnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin,Zainul *Dasar-Dasar manajemen Bank Syariah*, Jakarta, AlvaBet, Cet.2, 2003.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Ascarya. 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Daulay, Raihanah. Analisis Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Medan . *Jurnal Manajemen & Bisnis* vol 10 no.01 April 2010.
- Ferry Prasetyia, Kanda Diendara, “Pengukuran Efisiensi Perbankan Syariah Berbasis Manajemen Risiko”, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol.15, No.1 Januari 2011.
- Hume, Margee and Mort, Gillian Sullivan, 2010, The Consequence of Appraisal Emotion, Service Quality, Perceived Value and Customer Satisfaction on Repurchase Intent in the Performing Arts, *Journal of Services Marketing*, 24/2 (2010).
- Gozali,Ahmad.2004.Halal.Berkah.Bertambah:Mengenal dan memilih produk investasi Syariah. Jakarta:Gramedia
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran: Cemerlang*, Jakarta. PT. Ikrar Mandiri Abadi, Edisi Dua belas.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani.2006. *Manajemen Pemasaran jasa: teori dan praktek*. Salemba Empat : Jakarta.
- Muhamad.2004. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nugroho, Agung Bhuono.2005.Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS, Jogjakarta: Andi Offset.
- Nurhayati, Fatmasaris Sukesti, “Peningkatan loyalitas nasabah bank syariah melalui peningkatan kualitas layanan dan kepuasan nasabah dengan variabel religiusitas sebagai variabel moderating (studi pada bank syariah di kota semarang)”, *Jurnal Economica Volume VII/Edisi 2/Oktober 2016*, h. 143
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. 2015. *Statistik Untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Pres
- Schiffman, L.E and L.L. Kanuk.2008. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 3rd Edition. Homewood, IL : Irwin.
- Taufik Hidayat. 2011.*Buku Pintar Investasi Syariah*.Jakarta: Mediakita.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management: Mewujudkan layanan Prima*. Andi: Yogyakarta.