

**ANALISIS FAKTOR TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN TABUNGAN WADIAH BAROKAH
DI BANK SYARIAH ADAM KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh

HENI JULIANA
NIM:1516140104

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
ISTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)BENGKULU
BENGKULU, 2021 M/ 1443 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Heni Juliana, NIM 1516140104 dengan judul
“ Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan
Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu”, Program Studi
Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Telah Diperiksa Dan Diperbaiki
Sesuai Denga Saran Pembimbing I Dan Pembimbing II. Oleh Karena Itu,
Skripsi Ini Disetujui Dan Layak Untuk Ditujikan Dalam Sidang *Munaqasyah*
Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Bengkulu

Bengkulu, 20 Januari 2021
Jumadil Akhir 1442 H

Pembimbing I

Pembimbing II

(Andang Sunarto, Ph.D)
NIP. 197611242006141002

(Lucy Auditva, M.Ak)
NIDN. 2006018202





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736)51276, 51171 Fax: (0736) 51171 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: **"Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu"**, oleh **Heni Juliana, NIM 1516140104**, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari: **Rabu**

Tanggal: **25 Agustus 2021 M / 16 Muharram 1443 H**

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Bengkulu, **10 September 2021 M**

03 Safar 1443 H

Tim SidangMunaqosyah

Ketua

Dr. Desi Isnaini, M.A

NIP. 197412022006042001

Penguji I

Dr. Desi Isnaini, M.A

NIP. 197412022006042001

Mengetahui

Pt. Dekan

Dr. Asnaini, MA

NIP. 197304121998032003

Sekretaris

Andi Harpepen, M.Kom

NIDN. 2014128401

Penguji II

Dr. H. Syaifuddin, M.M

NIP. 196294081989031008



MOTTO

- *Barang siapa yang menunjuki kepada kebaikan, maka ia akan mendapatkan pahala seperti pahala orang yang mengerjakan.*

-HR Muslim-

- *Balas dendam terbaik adalah menjadikan dirimu lebih baik.*

-Ali Bin Abi Thalib-

- *Mungkin aku berjalan dengan sangat lambat, tapi yakinlah itu adalah perjuanganku untuk bisa membahagiakan kalian*

-Hení Juliana-

PERSEMBAHAN

Hanya kepada Allah hamba menyembah dan memohon pertolongan, begitu panjang perjalanan yang aku lewati dengan limpahan rahmat dari-Nya.

Alhamdulillahirobil'alamin, sujud syukur pada-Mu ya Allah, akhirnya kugenggam juga impian dan harapan ini, akan kupersembahkan dalam bentuk karya kecil ini untuk:

- ❖ Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyanyang Allah SWT. yang selalu memberikan pertolongan dan tidak pernah meninggalkan hamba-Nya, sholawat beriring salam untuk Rasul-Nya Muhammad SAW.*
- ❖ Kedua orang tua tercinta dan terkasih ayahanda M.Taswin dan ibunda Nur Sipa yang selalu ada, beribu-ribu terimakasih yang bisa diucapkan, yang selalu sabar, dan selalu tabah, dan terimakasih selalu memberikan yang terbaik untuk diriku.*
- ❖ Untuk saudara-saudaraku tercinta dan tersayang Megi Susanto dan istri, Rendi Agustian dan istri. Terimakasih atas doa dan suportnya.*

- ❖ *Untuk keponakan Muhammad Bilal Alfatih dan Muhammad Attala AL-Farabi. Terimakasih selalu ada untuk menghibur disaat terpuruk.*
- ❖ *Untuk sepupu nadia, cica, kiki. Terimakasih atas dukungannya.*
- ❖ *Untuk teman seperjuangan Revi, Ismawati, Peni, Apiot. Terimakasih atas bantuan dan dukungannya.*
- ❖ *Terimakasih untuk Bapak Andang Sunarto, Ph.D dan Ibu Lucy Auditya, M.Ak. yang sudah membimbing dengan penuh kesabaran.*
- ❖ *Untuk semua pihak dan orang-orang yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini, saya ucapkan terimakasih.*
- ❖ *Untuk Almamaterku Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang telah memberikanku banyak pelajaran sehingga menjadikanku pribadi yang lebih baik.*

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 3 Agustus 2021M
Zulhijah 1442 H

Mahasiswa yang menyatakan



Henj
Henj Juliana
NIM 1516140104

ABSTRAK

Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu
Oleh Heni Juliana, NIM 1516140104

Tujuan Penelitian ini adalah Untuk mengetahui faktor terhadap minat nasabah menggunakan tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif assosiatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari Survei, kepustakaan, dan Kuesioner Tertutup. Hasil pengujian kelayakan terhadap 5 variabel sebagai faktor yang mempengaruhi minat nasabah, dengan menggunakan analisis *Bartlett Test f Sphericity methode* dan *measure of sampling adequency* (MSA) diketahui 5 faktor yaitu faktor produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam. Untuk nilai MMA pada faktor pertama yaitu faktor produk memiliki nilai MSA > 0,5 yaitu 0,559, untuk faktor promosi memiliki nilai MSA > 0,5 yaitu 0,649, Untuk faktor pelayanan memiliki nilai MSA > 0,5 yaitu 0,673, faktor reputasi memiliki nilai MSA > 0,5 yaitu 0,520 dan faktor prosedur memiliki nilai MSA juga > 0,05 yaitu 0,583.

Kata Kunci : Faktor, Minat Nasabah, Tabungan Wadiah Barokah, Bank Syariah Adam Kota Bengkulu

ABSTRACT

Factor Analysis of Customer Interest in Using Wadiah Barokah Savings at Adam Syariah Bank Bengkulu City

By Heni Juliana, NIM 1516140104

The purpose of this study was to determine the factors of customer interest in using Wadiah Barokah savings at Adam Syariah Bank Bengkulu City. This type of research is field research using an associative quantitative approach. Data collection techniques were obtained from surveys, literature, and closed questionnaires. Based on the results of research and discussion of factors on customer interest in using Wadiah Barokah savings at Adam Syariah Bank, Bengkulu City. The results of the feasibility test on 5 variables as factors that influence customer interest, using the Bartlett Test f Sphericity method and measure of sampling adequacy (MSA) analysis, it is known that 5 factors are product, promotion, service, reputation and procedures that affect customer interest in using savings Wadiah Barokah at Adam Sharia Bank. For the MMA value in the first factor, namely the product factor has an MSA value > 0.5 , which is 0.559, for the promotion factor it has an MSA value > 0.5 , which is 0.649, for the service factor has an MSA value > 0.5 , which is 0.673, the reputation factor has an MSA value. > 0.5 which is 0.520 and the procedure factor has an MSA value also > 0.05 which is 0.583.

Keywords: Factors, Customer Interest, Wadiah Barokah, Syari'ah Adam Bank Bengkulu City

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu yang telah memimpin kampus ini dengan baik dan mengembangkan kampus ini dengan baik beserta staf-staf dan juga tenaga ahli di dalam nya.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah membuat FEBI semakin EKSIS beserta wakil-wakil dan staf yang terampil.
3. Dr. Nurul Hak, MA selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dra. Fatimah Yunus, MA selaku wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
6. Yosy Arisandy, MM Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
7. Andang Sunarto, Ph.D selaku Pembimbing 1 yang sudah mengarahkan hingga proposal ini dapat selesai dengan baik.
8. Lucky Auditya, M.Ak selaku pembimbing II yang sudah mengarahkan hingga proposal ini dapat selesai dengan baik.
9. Kedua orang tua ku yang selalu memberikan motivasi dan mendo'akan kesuksesan penulis.
10. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmuny dengan penuh keikhlasan.
11. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Bengkulu, Agustus 2021 M
Zulhijah 1442 H

Heni Juliana
NIM.1516140104

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Penelitian Terdahulu	8

BAB II KAJIAN TEORI

A. Minat	14
1. Pengertian Minat	14
B. Minat Nasabah	16
1. Pengertian Minat Nasabah	16
2. Indikator Minat Nasabah	19
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah	20
1. Produk	20
2. Promosi	20
3. Pelayanan	21
4. Reputasi	22

5. Prosedur	22
D. Perbankan Syariah	23
1. Pengertian Perbankan Syariah	23
2. Ruang Lingkup Perbankan Syariah	24
3. Prinsip Perbankan Syariah	31
E. Kerangka Berpikir	32
F. Hipotesis Penelitian.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	34
1. Jenis Penelitian	34
2. Pendekatan Penelitian	34
B. Waktu dan Tempat Penelitian	35
1. Waktu Penelitian	35
2. Tempat Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel	35
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	35
1. Sumber Data	36
a. Data Primer	36
b. Data Sekunder	36
2. Teknik Pengumpulan Data	36
a. Survei	36
b. Studi Kepustakaan.....	36
c. Kuesioner Tertutup.....	37
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
F. Instrumen Penelitian.....	37
1. Kuesioner Tertutup.....	37
2. Dokumentasi	38
G. Teknik Analisis Data.....	38
1. Pengujian Kualitas Data.....	38
a. Uji Validitas	38
b. Uji Realibilitas	39
2. Uji Asumsi Dasar	39
a. Uji Normalitas.....	39
b. Homogenitas	40
3. Uji Analisis Faktor	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	43
B. Karakteristik Data Responden.....	48
C. Hasil Penelitian	49
D. Pembahasan.....	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Uang adalah kebutuhan masyarakat yang paling utama uang juga merupakan kebutuhan pemerintah, produsen, distribusi dan konsumen. Dengan uang kita bisa membeli segala macam keperluan kebutuhan-kebutuhan. Uang adalah satuan nilai yang dijadikan alat transaksi dalam setiap pembayaran di masyarakat dimana pada uang tersebut tercantum nilai nominal, penerbit serta ketentuan lainnya keperluan lain yang merupakan bagian dari kehidupan kita sebagai manusia, dengan uang kita bisa berpergian ke mana-mana. Artinya uang merupakan bagian dari kehidupan dunia ini.¹

Karena itu kita tahu uang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia, uang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan ekonomi masyarakat karena setiap usaha masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya memerlukan alat yang dinamakan uang, maupun hidup bermasyarakat akan tetapi untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan yang ada pada diri manusia itu sehingga dengan cara apapun dia akan berusaha untuk mendapatkan uang itu.²

Perputaran uang harus dijaga supaya dapat berjalan dengan baik, maka diperlukan lembaga keuangan yang mampu berperan aktif dalam menjaga kestabilan ekonomi lembaga keuangan yang dianggap mampu dan

¹ Mulyadi, *Prilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 111

²Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Bank dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 43- 44

kompeten adalah bank pendirian bank di Indonesia bertujuan untuk menunjang pertumbuhan ekonomi demi pelaksanaan pembangunan guna untuk lebih mensejahterahkan masyarakat melalui oprasional yang dilakukan bank dalam menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat dapat berpastipasi dalam peningkatan ekonomi di Indonesia.

Bank syariah terdiri atas dua kata yaitu, bank dan syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Sedangkan kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan atau perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.

Penggabungan kedua kata dimaksud, menjadi bank syariah, Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak kekurangan dana untuk kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, bank syariah disebut *Islamic banking* atau *interest free banking* yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*) dan ketidak pastian atau ketidak jelasan (*gharar*).³

Dalam dunia perbankan yang dimaksud dengan konsumen atau pelanggan adalah nasabah. Baik itu untuk keperluan sendiri maupun sebagai perantara keperluan pihak lain. Dan Menurut Undang-Undang No

³Wery Gusmansyah, *Hukum perbankan Syariah*, (Jakarta: 2016), h. 24

Tahun 1998 tentang Perbankan pasal 1, “Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan nasabah penyimpan dana bukan sekedar hubungan kontraktual biasa antara debitur (bank) dan kreditur (nasabah penyimpan dana) yang diliputi dengan asas-asas umum dari hukum perjanjian, tetapi juga hubungan kepercayaan yang diliputi asas kepercayaan. Pengakuan tersebut membawa konsekuensi bahwa hubungan antara bank tidak boleh hanya memperhatikan kepentingan sendiri semata-mata, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan nasabah penyimpan dana.⁴ Nasabah juga disebut orang atau badan yang memiliki rekening pada suatu bank.⁵

Pengertian tabungan menurut undang–undang perbankan nomor 10 tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat–syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip–prinsip syariah. Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabunganyang dibenarkan adalah tabungan berdasarkan prinsip *wardiah* dan *mudharabah*. Tabungan syariah yang menggunakan *akad mudharabah* antara lain: Deposito syariah.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا
اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

⁴Mulyadi, *Prilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 23.

⁵Minarto, *Administrasi Bank*, (Surabaya: Erlangga, 2013), h. 34.

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. QS.Al-Hasyr (59): (18)

Bank menurut bahasa, kata bank berasal dari bahasa Italia “baca”, yang artinya “meja” atau “tempat menukarkan uang “. Menurut arti istilah, bank adalah “Lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dilalu lintas pembayaran dan peredaran uang” Menurut Kasmir, secara sederhana bank dapat diartikan sebagai “Lembaga keuangan yang kegiatan uatamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kemasyarakat serta meberikan jasa bank lainnya”. Sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, pengertian bank adalah “Badan uasaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannyakepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”⁶

Faktor utama yang menjadikan kelemahan nasabah adalah tingkat pemahaman masyarakat akan haknya masih rendah dalam usaha melindungi nasabah secara umum maka ada undang–undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen (Undang–Undang No 8 Tahun 1999) tentang Perlindungan konsumen. Undang–Udang tersebut dimaksudkan untuk menjadi landasan yang kuat, untuk pemerintah maupun

⁶Ahmad Wardi Muslich, *Fiqih Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 497-498.

masyarakat yang secara swadaya melakukan upaya pemberdayaan konsumen.⁷

Banyaknya yang tidak menjalankan usahanya secara sehat dapat ditindak oleh pemerintah supaya kepentingan masyarakat sebagai nasabah tidak dirugikan diharapkan semakin membaiknya pelayanan dan perlindungan hukum terhadap masyarakat sebagai nasabah bank dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sektor perbankan. Demi meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap jasa bank syariah, pemerintah berusaha melindungi nasabah melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam perlindungan terhadap nasabah debitur tentang perkreditan sehingga dapat dijadikan panduan dalam pemberian kredit.

Undang-Undang No 24 Tahun 2004 tentang lembaga penjamin simpanan ditetapkan bahwa penjamin simpanan nasabah bank yang diharapkan dapat memelihara kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan dan dapat meminimum risiko yang membebani anggaran negara atau risiko yang menimbulkan moral *hazard* LPS sendiri memiliki dua fungsi, yaitu menjamin simpanan nasabah bank dan melakukan penyelesaian atau penanganan bank gagal.⁸ Jaminan yang diberikan oleh lembaga pinjaman simpanan membuat nasabah merasa aman dan percaya terhadap lembaga keuangan syariah para nasabah semakin yakin menggunakan produk-produk Bank Syariah.

⁷Djumah Muhammad, *Hukum Perbankan di Indonesia*, (Bandung: PT Reputasi Aditya Bakti, 2006), h. 337.

⁸Sutedi Adrian, *Perbankan Syariah*, (Bogor: Galia Indonesia, 2009), h. 156.

Dari hasil observasi awal saya kepada Linda okataria. Manajer Bank Syariah Adam Bengkulu memberikan keterangan bahwa saat ini yang menabung khusus tabungan wadiah barokah di Bank Syariah Adam Bengkulu, masih sedikit peminat dikarenakan bank tersebut tergolong masih baru, berdiri tahun 2017 dan peminat investasi deposito masih sangat sedikit peminat. Dan yang menabung menggunakan tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Bengkulu belum ada peminat nya. Jumlah nasabah Bank Syariah Adam saat ini kurang lebih 5000 ribu nasabah dari jumlah keseluruhan nya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian Di Bank Syariah Adam kota Bengkulu dengan judul Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu.

B. Batasan Masalah

Batasan penelitian untuk memberikan batasan-batasan pada penelitian sehingga pembahasannya tidak meluas dan tetap fokus pada rumusan masalah penelitian. Penelitian ini hanya dilakukan pada Nasabah yang menggunakan tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Apa saja faktor yang berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui factor apa saja yang berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi yang berguna bagi penulis khususnya dalam melatih bekerja dan berfikir dengan mencoba mempraktikkan ilmu yang didapat di bangku perkuliahan serta untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam. Serta dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berdaya guna secara teoritis tentang faktor terhadap minat nasabah menggunakan tabungan wadiah barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu.

2. Kegunaan Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang sangat berharga bagi berbagai pihak terkait pengaruh faktor terhadap minat nasabah menggunakan tabungan wadiah barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu. Dan semoga

penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya.

F. Penelitian Terdahulu

Pada kajian ini penelitian mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, adapun penelitian yang terkait yaitu:

1. Muh. Abdul Azis dengan judul “*Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang)*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengetahuan mempengaruhi minat remaja masjid menabung di bank syariah, untuk mengetahui apakah promosi mempengaruhi minat remaja masjid menabung di bank syariah, untuk mengetahui apakah produk mempengaruhi minat remaja masjid menabung di bank syariah, dan untuk mengetahui apakah reputasi mempengaruhi minat remaja masjid menabung di bank syariah. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada remaja masjid di Kecamatan Getasan . Sampel yang diambil sebanyak 120 responden dengan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 23. Analisis ini meliputi uji reliabilitas, uji validitas, uji regresi berganda, uji asumsi klasik, uji statistik melalui uji Ttest, Ftest serta koefisien determinan (R²). Hasil uji Ttest menunjukkan bahwa pengetahuan, promosi,

produk dan reputasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung remaja masjid di Kecamatan Getasan. Uji Ftest menunjukkan pengetahuan, promosi, produk dan reputasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung remaja masjid di Kecamatan Getasan dengan pengaruh sebesar 51,3% sisanya 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model ini.⁹ Adapun persamaan penelitian adalah penelitian terdahulu sama-sama membahas tentang minat nasabah. Perbedaan penelitian adalah penelitian terdahulu membahas minat menabung sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini dilakukan khusus pada minat menggunakan tabungan wadiah barokah.

2. Wardatul dengan judul “*Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Atas Tabungan Wadi’ah*”. analisa pengaruh secara simultan dan parsial terhadap minat nasabah atas tabungan *Wadi’ah*: Secara simultan, faktor bagi hasil, pelayanan, religi, dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah atas tabungan *Wadi’ah*. Nilai *Adjusted R Square* menunjukkan 51,3% minat nasabah atas tabungan *Wadi’ah* dapat dijelaskan oleh faktor bagi hasil, pelayanan, religi, dan motivasi . sedangkan sisanya yaitu 48,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar penelitian ini contohnya seperti faktor promosi, tempat, pengetahuan, dan gaya hidup. 2. Secara

⁹Muh. Abdul Azis, “*Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang)*”, Skripsi PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SALATIGA 2019

parsial, dari ke empat faktor tersebut terdapat tiga faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah atas tabungan *Wadi'ah*, yaitu faktor bagi hasil, pelayanan, dan religi, dan salah satu faktor dari ke empat faktor tersebut ada satu yaitu faktor motivasi tidak ada pengaruh terhadap minat nasabah atas tabungan *Wadi'ah*.¹⁰ Adapun persamaan penelitian adalah penelitian terdahulu sama-sama membahas tentang minat nasabah. Perbedaan penelitian adalah penelitian terdahulu membahas minat atas tabungan wadiah sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini dilakukan khusus pada minat menggunakan tabungan wadiah barokah

3. Penelitian Ali Chamidun dengan judul “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Umkm Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syari'ah (Studi Kasus Di BMT Barokah Magelang)*”. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen yaitu pelayanan, reputasi dan prosedur secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif secara bersama-sama antara variabel pelayanan, reputasi, dan prosedur terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada lembaga keuangan syari'ah. Dari koefisien determinasi diketahui bahwa 95.4% terhadap minat nasabah UMKM mengajukan pembiayaan pada lembaga keuangan syari'ah dapat di jelaskan oleh faktor pelayanan, reputasi, dan prosedur

¹⁰ Wardatul. *Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Atas Tabungan Wadi'ah*. E-JRA Vol. 08 No. 02 Februari 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

sedangkan sisanya sebesar 4.6% dipengaruhi oleh faktor lain yang dalam hal ini tidak menjadi bahan penelitian penulis. Dari model regresi tersebut dapat diketahui bahwa prosedur merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi minat UMKM mengajukan pembiayaan pada lembaga keuangan syari'ah.¹¹ Adapun persamaan penelitian adalah penelitian terdahulu sama-sama membahas tentang minat nasabah. Perbedaan penelitian adalah penelitian terdahulu membahas minat menggunakan UMKM sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini dilakukan khusus pada minat menggunakan tabungan wadiah barokah

4. Penelitian Fauzi yang bertujuan untuk menguji "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk dan religius terhadap nasabah menabung di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dan observasi. Adapun persamaan penelitian adalah penelitian terdahulu sama-sama membahas tentang minat nasabah. Perbedaan penelitian adalah penelitian terdahulu membahas minat

¹¹ Ali Chamudin. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Umkm Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syari'ah (Studi Kasus Di Bmt Barokah Magelang)*. Skripsi Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga 2015

menabung sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini dilakukan khusus pada minat menggunakan tabungan wadiah barokah

5. Harisono, dengan judul “*Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Minat Pelanggan E-Commerce*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli pelanggan *e-commerce* bertempat tinggal di daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi di Indonesia. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kemudahan penggunaan, promosi / iklan, dan harga secara signifikan memengaruhi minat beli. Sementara itu, kenikmatan, pengalaman berbelanja, dan kepercayaan tidak mempengaruhi minat beli. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang ini yaitu perbedaan objek, tempat dan waktu menjadi perbedaan dalam penelitian.¹² Adapun persamaan penelitian adalah penelitian terdahulu sama-sama membahas tentang minat nasabah. Perbedaan penelitian adalah penelitian terdahulu membahas minat *e-commerce* sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini dilakukan khusus pada minat menggunakan tabungan wadiah barokah.
6. Martin Kweyu “*Factor Analysis Of Customers Perception Of Mobile Banking Services In Kenya*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan persepsi kemudahan

¹²Harisno. *The Analysis of Factors Affecting the Buying Interest of E-Commerce Customers*. CommIT (Communication & Information Technology) Journal 12(1), 13–18, 2018. *Journal of Economic Perspectives-Volume 16, Number 2- Spring 2002- Pages 175-195 Deposito Insurance Around the Globe: Where Does It work*

penggunaan dan risiko penggunaan antar gender dalam keputusan mengadopsi layanan *mobile banking* di pasar berkembang. Oleh karena itu, temuan studi kami akan memberikan pemahaman yang lebih baik kepada industri keuangan tentang faktor-faktor yang mendasari penggunaan layanan perbankan seluler oleh konsumen dan membantu mereka merumuskan strategi pemasaran dan promosi untuk layanan perbankan seluler.¹³ Adapun persamaan penelitian adalah penelitian terdahulu sama-sama membahas tentang minat nasabah. Perbedaan penelitian adalah penelitian terdahulu membahas penggunaan *mobile banking* sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini dilakukan khusus pada minat menggunakan tabungan wadiah barokah.

¹³ Martin Kweyu “*Factor Analysis Of Customers Perception Of Mobile Banking Services In Kenya*” *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*, Volume 5, Number 1, 1 February 2014, pp. 1-8(8)

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Minat

1. Pengertian Minat Nasabah

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, situasi maupun suatu soal tertentu yang menyangkut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.¹⁴

Minat berperilaku adalah keinginan (minat) seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut. Minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan. Jadi apabila seseorang berminat untuk memperhatikan suatu aktivitas dan melakukan aktivitas yang dilakukan pasti dengan dilandasi rasa senang dalam melakukannya. Jika menimbulkan rasa senang, maka seseorang di masa yang akan datang akan secara terus-menerus ingin menggunakannya.¹⁵

¹⁴ Agus Sujanto. *Psikologi Umum*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), h. 223

¹⁵ Abin Syamsudin. *Psikologi Kependidikan*. (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2009),

Fungsi minat sangat berhubungan erat dengan perasaan dan pikiran. Manusia akan memberikan suatu penilaian, menentukan sesudah memilih pilihan yang diinginkan dan secara langsung mengambil suatu keputusan. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang timbul karena kebutuhan, yang dirasa atau tidak dirasakan atau keinginan hal tertentu. Kenyataan yang sebenarnya, Minat dapat berubah-ubah sesuai dengan kehendak yang diinginkan suatu individu yang bersangkutan. Minat tidak hanya selalu bersifat tetap.

Semakin panjang lama waktunya, minat yang akan dialami akan terjadi perubahan yang semakin besar. Begitu juga sebaliknya, apabila lama waktu semakin kecil, terjadinya perubahan minat dapat diminimalisir. Sebagai usaha pemasar yang memicu konsumen untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan, dan menjual produk atau merek kepada penjual lainnya agar berminat menggunakan produk¹⁶.

Berbicara yang baik dianjurkan baik dalam kehidupan masyarakat maupun dalam pemasaran. QS. An-Nisa (5): (9), Allah berfirman :

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافَعَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka, yang mereka khawatirkan terhadap (kesejahteraannya) nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan hendaklah mereka

¹⁶Didik Harjadi, dan Fatmasari Dewi. *WOM Communication sebagai Alternatif Kreatif dalam Komunikasi Pemasaran*. (Yogyakarta: Medpress, 2008), h. 72

berbicara dengan tutur kata yang benar (qaulan sadida)”(QS.An Nisa ayat 9)¹⁷.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Minat adalah ketertarikan individu pada sesuatu yang sifatnya tetap agar lebih mengingat dan memperhatikan secara terus menerus yang diikuti dengan rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Seseorang akan lebih sering menggunakan teknologi, jika kepuasan yang dirasakan memiliki manfaatnya.

B. Minat Nasabah

1. Pengertian Minat Nasabah

Minat adalah keadaan emosi yang ditujukan kepada sesuatu. Dari kedua pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan minat ialah suatu kondisi kejiwaan seseorang untuk dapat menerima atau melakukan sesuatu objek atau kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan.¹⁸

Nasabah disini adalah nasabah debitur, yaitu nasabah yang memperoleh fasilitas pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau dipersamakan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Nasabah adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah

¹⁷ Al-Quran online diakses pada tanggal 12 September 2020

¹⁸Bob dan Anik Anwar, *Pedoman Pelaksanaan Menuju Pra Seleksi Murni*, (Bandung : Ganesa Exact, 2008) ,h.15

yang bersangkutan nasabah yang menempatkan dananya dibank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Nasabah yang diteliti adalah keseluruhan nasabah bank BNI Syariah cabang Bengkulu baik itu nasabah yang telah melakukan pembiayaan Griya iB Hasanah maupun tidak, dalam arti kata nasabah secara umum.

Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat, kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. Sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah motivasi nasabah untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan.¹⁹

Menurut Komarudin Minat Nasabah adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh, minat beli merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen ada beberapa tahap dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli yang umumnya dilakukan oleh

¹⁹*Alma*, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 120

seseorang yaitu pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen.²⁰

Minat dalam pandangan Islam yaitu Alquran dalam surat Al-Alaq ayat pertama yang berartikan “Bacalah” dimana memerintahkan agar kita membaca, maksudnya membaca bukan hanya membaca buku atau dalam artitekstual saja, akan tetapi juga semua aspek apakah itu untuk membaca cakrawala jasad yang merupakan tanda kekuasaannya kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat kita dalam hidup ini.²¹

Tiga indikator yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut:

- a. Ketertarikan (*Interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang,
- b. Keinginan (*desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki
- c. Keyakinan (*conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

Selain itu, ada beberapa factor yang mempengaruhi minat,²² yaitu:

1. Perbedaan pekerjaan artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan

²⁰Komarudin, *Kamus Perbankan*, (Jakarta:Grafindo, 2004), h.94

²¹Andi Mappiere, *Psikolog Orang Dewasa bagi Penyesuaian dan Pendidikan*, (Surabaya: UsahaOffsite Printing, 2004),h.275

²²Malayu Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta:BumiAksara,2008),h.205

yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.

2. Perbedaan sosial ekonomi artinya seseorang mempunyai sosial ekonomi artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya dari pada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
3. Perbedaan hobi/kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
4. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja.
5. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas, benda, dan seseorang.

2. Indikator Minat Nasabah

Tiga indikator yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut:²³

- d. Ketertarikan (*Interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
- e. Keinginan (*desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki.

²³ Wijayanti, T. *Marketing Plan Dalam Bisnis*. (Jakarta: Kompas Gramedia, 2014), h. 143

- f. Keyakinan (*conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Ada lima faktor utama yang mempengaruhi minat konsumen, yaitu:²⁴

1. Produk

Faktor produk memiliki makna barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu. Produk adalah keseluruhan dari penawaran yang dilakukan secara normal oleh perusahaan kepada konsumen dalam memberikan pelayanan, letak toko, dan nama barang dagangnya.²⁵ Produk adalah sesuatu yang di perjualbelikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari sesuatu hasil kreativitas seseorang, tim marketing atau perusahaan. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut:²⁶

- a. Kualitas produk
- b. Keunggulan
- c. Manfaat dan fungsi produk

2. Promosi

Faktor promosi merupakan usaha dari pemasaran dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang lain sehingga tertarik untuk

²⁴ Kotler, P. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Milenium ed.). (Jakarta: Penerbit Indeks, 2005), h. 225

²⁵ Agesta, V. K. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Konsumen Pada Sanggar Bunga Mayang* (Bandar Lampung, 2008). *Skripsi*, 19

²⁶ Wijayanti, T. *Marketing Plan Dalam Bisnis*. (Jakarta: Kompas Gramedia, 2014), h. 34

melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya. Pada faktor promosi ini manager pemasaran memiliki tugas yaitu memberitahu pelanggan target tentang ketersediaan produk yang tepat pada tempat dan harga yang tepat pula. Apa yang dikomunikasikan manager pemasaran ditentukan oleh kebutuhan dan sikap pelanggan target. Bagaimana pesan itu disampaikan tergantung pada gabungan berbagai metode promosi yang dipilih manager pemasaran.²⁷

3. Pelayanan

Faktor Pelayanan konsumen sangat diperlukan bagi suatu produk. Pelayanan konsumen yang maksimal dan baik menunjukkan seberapa besar atau seberapa bagus kualitas dan mutu tersebut di mata target konsumen. pelayanan yang baik dan tanggap akan memberikan nilai yang positif atau memberikan citra yang bagus di mata konsumen. Apalagi jika setiap komplain konsumen ditangani dengan prima dan bagus. Jika ada satu saja konsumen yang merasa tidak puas terhadap suatu produk tertentu maka konsumen lain tidak akan berminat menggunakan produk, konsumen ini akan menyebarkan ketidakpuasannya kepada orang-orang terdekatnya.²⁸

Sementara itu, jika seorang konsumen merasa puas atas suatu produk tertentu, ia hanya akan menyampaikan kepuasannya ke orang lain

²⁷ Wijayanti, T. *Marketing Plan Dalam Bisnis*. (Jakarta: Kompas Gramedia, 2014), h. 29

²⁸ Kotler, P. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Milenium ed.). (Jakarta: Penerbit Indeks, 2005), h. 198

dengan jumlah yang lebih sedikit. Pelayanan konsumen yang prima memberikan penghargaan yang berarti bagi para konsumennya, sehingga akan menimbulkan minat. Konsumen yang puas terhadap pelayanan produk akan memberikan dampak yang positif bagi efek penjualan secara langsung, karena konsumen tersebut secara sukarela akan menjadi alat promosi yang sangat ampuh dan memberikan rekomendasi kepada konsumen lain untuk membeli produk. Konsep pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati dari calon nasabah baik dari masyarakat maupun dari bank syariah lainnya, jika masyarakat simpati akan menimbulkan kepercayaan, sehingga pemasaran produk pembiayaan.²⁹

4. Reputasi

Faktor reputasi merupakan persepsi para nasabah bank mengenai seberapa baik bank tersebut dibanding dengan bank-bank lain sebuah perusahaan harus memiliki kekuatan untuk menonjolkan nilai lebih yang dimiliki dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Kemudahan diingat menunjukkan persepsi para nasabah bank akan kemudahan nasabah untuk mengingat nama baik bank tersebut, jika nama sebuah perusahaan mudah diingat maka orang akan lebih mudah menemukan perusahaan kita di *search engine* atau dalam dunia nyata.³⁰

5. Prosedur

Faktor prosedur yang merupakan tahap kegiatan untuk menyelesaikan suatu aktivitas atau suatu metode langkah-langkah secara

²⁹Yamit. *Manajemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Liberty 2011), h. 120

³⁰Fombrun dalam Syaima. *Reputation: Realizing Value From Corporate*. (Image: Cambridge University, 2017), h. 6

pasti dalam memecahkan suatu masalah. Prosedur yang dilakukan dalam menggunakan produk perbankan pengajuan pembiayaan, analisis pembiayaan serta realisasi pembiayaan yang jika ketiganya sulit dilakukan maka akan membuat nasabah tidak berminat menggunakan produk.³¹

D. Perbankan Syariah

1. Pengertian Perbankan Syariah

Prinsip-prinsip Al-Quran dan hadits mengenai perbankan telah nampak dalam operasional Bank Syariah. Terutama dasar falsafah dan pertimbangan dalam pengembangan dan memformulasikan konsep perbankan yang islami. Karena ketaatan pada prinsip-prinsip qur'ani akan memberikan jaminan keadilan dan keseimbangan yang dibutuhkan perbankan serta akan menjaga aktivitas komersial pada jalur yang benar. Sehingga Islam benar-benar menjadi umat yang unggul. Seperti yang disinyalir Allah dalam surah Ali-Imran [3]: 110:

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا
لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إِكْرًا كَمَا
حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ
وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ
الْكَافِرِينَ ٢٨٦

Artinya: “Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman,

³¹Malayu Hasibuan. *Manajemen, Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta: Toko Gunung Agung, 2006), h. 110

*tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”.*³²

Berdasarkan prinsip tersebut di atas maka dalam perencanaan, pengorganisasian, penerapan dan pengawasan yang berhubungan dengan keuangan secara syari’ah adalah:³³

- a. Setiap upaya-upaya dalam memperoleh harta semestinya memperhatikan cara-cara yang sesuai dengan syari’ah seperti perniagaan/jual beli, pertanian, industri, atau jasa-jasa.
- b. Obyek yang diusahakan bukan sesuatu yang diharamkan.
- c. Harta yang diperoleh digunakan untuk hal-hal yang tidak dilarang/mubah seperti membeli barang konsumtif, rekreasi dan sebagainya. Digunakan untuk hal-hal yang dianjurkan/sunnah seperti infaq, waqaf, shadaqah. Digunakan untuk hal-hal yang diwajibkan seperti zakat.
- d. Dalam menginvestasikan uang, juga harus memperhatikan prinsip “uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan”, dapat dilakukan secara langsung atau melalui lembaga intermediasi seperti bank syari’ah dan pasar modal syari’ah.

2. Ruang Lingkup Perbankan Syari’ah

Manajemen keuangan syari’ah adalah suatu pengelolaan untuk memperoleh hasil optimal yang bemuara pada keridhaan Allah SWT. Oleh sebab itu, maka segala langkah yang diambil dalam menjalankan manajemen tersebut

³² Departemen Agama RI, *Al-Quran Terjemahan*, (Bandung: CV Darus Sunnah, 2015)

³³ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan...*, h. 7

harus berdasarkan aturan-aturan Allah SWT. Aturan-aturan itu tertuang dalam Al-Quran dan Al-Hadist. Ruang lingkup manajemen keuangan syari'ah sesungguhnya sangatlah luas, antara lain mencakup tentang:³⁴

a. Lembaga Keuangan Bank

Keuangan bank merupakan lembaga yang memberikan jasa keuangan yang lengkap, lembaga keuangan bank secara operasional dibina atau diawasi oleh bank indonesia sebagai bank central diindonesia. Sedangkan pembinaan dan pengawasan dari sisi pemenuhan prinsip-prinsip syariah dilakukan oleh dewan syariah nasional MUI. Lembaga keuangan bank terdiri dari :

1. Bank Umum Syariah. Bank umum merupakan bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
2. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank pembiayaan syariah berfungsi sebagai pelaksana sebagian fungsi bank umum, tetapi ditingkat regional dengan berlandaskan kepada prinsip-prinsip syariah. Pada sistem konvensional dikenal dengan bank perkreditan rakyat. Bank pembiayaan rakyat syariah merupakan bank yang khusus melayani masyarakat kecil dikecamatan dan pedesaan.

b. Lembaga Keuangan Non-bank

Lembaga keuangan non-bank merupakan lembaga keuangan yang lebih banyak jenisnya dari lembaga keuangan bank. Pembinaan dan pengawasan dari sisi pemenuhan prinsip-prinsip syariah dilakukan oleh

³⁴Yusuf Ayus Ahmad Dan Abdul Aziz, *Manajemen Operasional Bank Syariah*, (Cirebon: STAIN Press, 2009), h. 68

dewan syariah nasional MUI. Lembaga keuangan syariah non-bank antara lain sebagai berikut.³⁵

1. Pasar Modal

Pasar modal merupakan tempat pertemuan dan melakukan transaksi antara pencari dana (emiten) dengan para penanam modal (investor). Dalam pasar modal yang diperjual belikan adalah efek-efek seperti saham dan obligasi dimana jika diukur dari waktunya modal yang diperjual belikan adalah modal jangka panjang. Pasar modal mencakup *underwriter, broken, dealer, guarantor, trustee, custodian*, jasa penunjang. Pasar modal Indonesia juga diramaikan dengan pasar modal syariah yang diresmikan pada tanggal 14 Maret 2003 dengan berbagai aturan pelaksanaan yang secara operasional diawasi oleh Bapepam-LK, sedangkan pemenuhan prinsip syariahnya diatur oleh DSN-MUI.

2. Pasar Uang

Pasar uang sam halnya dengan pasar modal, yaitu pasar tempat memperoleh dana dan investasi dana. Hanya bedanya modal yang ditawarkan di pasar uang adalah berjangka waktu pendek dan di pasar modal berjangka waktu panjang. Dalam pasar uang transaksi lebih banyak dilakukan dengan media elektronika, sehingga nasabah tidak perlu datang secara langsung. Pasar uang melayani banyak pihak, baik pemerintah, bank, perusahaan asuransi, dan lembaga keuangan

³⁵ Yusuf Ayus Ahmad Dan Abdul Aziz, *Manajemen Operasional Bank ...*, h. 68

lainnya. Pasar uang syariah juga telah hadir melalui kebijakan Operasi Moneter Syariah dengan instrumen antara lain Sertifikat Bank Indonesia Syariah (SBIS), Pasar Uang Antar bank Syariah (PUAS) dengan instrumen antara lain Sertifikat Investasi *Mudharabah* Antar bank (IMA) yang operasionalnya diatur oleh BI sedangkan pemenuhan prinsip syariahnya diatur oleh DSN MUI.³⁶

3. Perusahaan Asuransi

Asuransi syariah (*ta'min, takaful, atau tadhmun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong diantara sejumlah pihak/orang melalui investasi dalam bentuk aset/atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah akad, yang sesuai dengan syariah yang dimaksud adalah yang tidak mengandung *gharar* (penipuan), *maysir* (prjudian), *riba, zhulm* (penganiayaan), *risywah* (suap), barang haram dan maksiat. Perusahaan asuransi syariah, reasuransi syariah dan *broken* asuransi dan reasuransi syariah juga telah ikut memarakkan usaha pransuran di Indonesia.³⁷

4. Dana Pensiun

Dana pensiun merupakan perusahaan yang kegiataanya mengelola dana pensiun dari perusahaan pemberi kerja atau perusahaan itu sendiri. Penghimpunan dana pensiun melalui iuran yang dipotong dari gaji karyawan. Kemudian dana yang terkumpul oleh dana pensiun

³⁶ Pandji Anoraga dan Prakarti, *Pengantar Pasar Modal. Edisi Revisi*, (Jakarta: Rienika Cipta, 2001), h. 98

³⁷ Pandji Anoraga dan Prakarti, *Pengantar Pasar Modal...*, h. 98

dusahakan lagi dengan menginvestasikannya ke berbagai sektor yang menguntungkan. Perusahaan yang mengelola dana pensiun dapat dilakukan oleh bank atau perusahaan lainnya. Dana pensiun syariah di Indonesia, baru hadir dalam bentuk Dana Pensiun Lembaga Keuangan yang diselenggarakan oleh beberapa DPLK bank dan asuransi syariah.

5. Perusahaan Modal *Venture*

Perusahaan modal *venture* merupakan pembiayaan oleh perusahaan-perusahaan yang usahanya mengandung risiko tinggi. Perusahaan jenis ini relatif masih baru di Indonesia. Usahanya lebih banyak memberikan pembiayaan tanpa jaminan yang umumnya tidak dilayani oleh lembaga keuangan lainnya. Perusahaan modal *venture* syariah menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

6. Lembaga Pembiayaan

Lembaga pembiayaan adalah badan usaha di luar bank dan lembaga keuangan bukan bank yang khusus didirikan untuk melakukan kegiatan yang termasuk dalam bidang usaha lembaga pembiayaan yang mencakup sebagai berikut:³⁸

- a. Lembaga Sewa Guna Usaha (*Leasing*). Sewa guna usaha (*leasing*) syariah adalah kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan barang modal baik secara sewa guna usaha dengan hak opsi (*finance lease*) maupun sewa guna usaha tanpa hak opsi (*operating lease*) untuk digunakan oleh penyewa guna usaha

³⁸ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 2002), h.

(*lessee*) selama jangka waktu tertentu berdasarkan embayaran secara angsuran sesuai dengan prinsip syariah.

- b. Perusahaan Anjak Piutang (*Factoring*). Anjak piutang syariah adalah kegiatan pengalihan piutang dagang jangka pendek suatu perusahaan berikut pengurusan atas piutang tersebut sesuai dengan prinsip syariah Anjak Piutang (*factoring*) dilakukan berdasarkan akad *wakalah bil ujarah*. *Wakalah bil ujarah* adalah pelimpahan kuasa oleh satu pihak (*al muwakkil*) kepada pihak lain (*al wakil*) dalam hal-hal yang boleh diwakilkan dengan pemberian keuntungan (*ujrah*).
- c. Perusahaan Kartu Plastik. Salah satu kegiatan sistem pembayaran yang saat ini telah berkembang pesat adalah alat pembayaran dengan menggunakan kartu (APMK) atau disebut pula dengan kartu plastik. Belakangan ini, alat pembayaran yang menggunakan kartu baik menggunakan kartu kredit, ATM, kartu debit, kartu Prabayar sebagai produk bank atau lembaga keuangan nonbank disebut juga dengan kartu plastik.
- d. Pembiayaan Konsumen (*Consumer Finance*). Pembiayaan konsumen syariah adalah kegiatan pembiayaan untuk mengadakan barang berdasarkan kebutuhan konsumen dengan pembayaran secara angsuran sesuai dengan prinsip syariah.³⁹

³⁹ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen...*, h. 65

e. Perusahaan Pegadaian. Perusahaan pegadaian merupakan lembaga keuangan yang menyediakan fasilitas pinjaman dengan jaminan tertentu. Jaminan nasabah tersebut digadaikan, kemudian ditaksir oleh pihak oleh pihak pegadaian untuk menilai besarnya nilai jaminan. Sementara ini usaha pegadaian secara resmi masih dilakukan pemerintah sedangkan pegadaian syariah dalam menjalankan operasionalnya berpegang pada prinsip syariah. Pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dilakukan dalam bentuk *rahn*. Pegadaian syariah hadir di Indonesia dalam bentuk kerja sama bank syariah dengan perum pegadaian membentuk Unit Layanan Gadai Syariah di beberapa kota di Indonesia. Disamping itu, ada pula bank syariah yang menjalankan kegiatan pegadaian syariah sendiri.

7. Lembaga Keuangan Syariah Mikro

- a. Lembaga Pengelola Zakat (BAZ dan LAZ). Melalui BAZ dan LAZ ini diharapkan agar harta zakat umat Islam bisa terkonsentrasi pada sebuah lembaga resmi dan dapat disalurkan secara lebih optimal.
- b. Lembaga Pengelola Wakaf. Peningkatan peran wakaf sebagai pranata keagamaan tidak hanya bertujuan menyediakan berbagai sarana ibadah dan sosial, tetapi juga memiliki kekuatan ekonomi yang berpotensi, antara lain untuk memajukan kesejahteraan umum,

sehingga perlu dikembangkan pemanfaatannya sesuai dengan prinsip syariah.⁴⁰

- c. BMT. BMT merupakan kependekan kata Balai Usaha Mandiri Terpadu atau *Baitul mal wat Tamwil*, yaitu lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah *Baitul mal wat Tamwil* (BMT) yaitu balai usaha terpadu yang isinya berintikan *bayt almal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.

3. Prinsip Perbankan Syariah

Prinsip-prinsip keuangan syariah yang diajarkan Al-Quran sebagai berikut:⁴¹

- a. Setiap perdagangan harus didasari sikap saling ridha atau atas dasar suka sama suka di antara dua pihak, sehingga para pihak tidak merasa dirugikan atau didzalimi.
- b. Penegakan prinsip keadilan (*justice*), baik dalam takaran, timbangan, ukuran mata uang (*kurs*), dan pembagian keuntungan.
- c. Kasih sayang, tolong menolong dan persaudaraan *universal*.

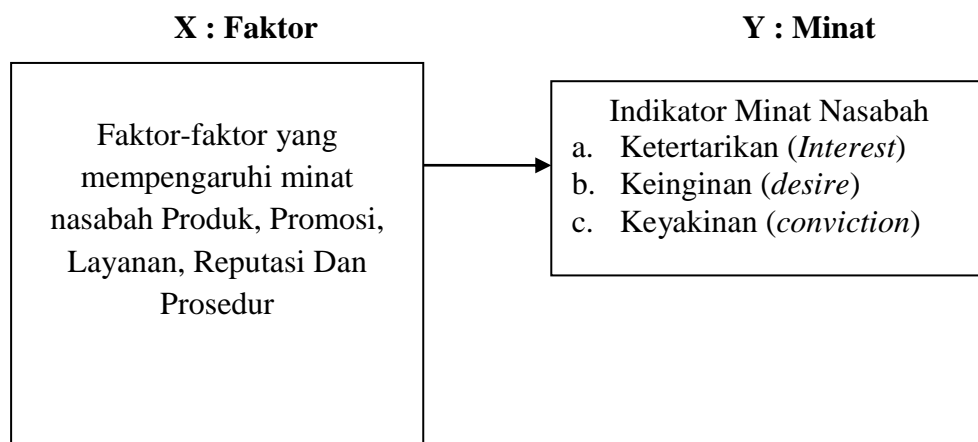
⁴⁰Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), h. 76

⁴¹Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 138

- d. Dalam kegiatan perdagangan tidak melakukan investasi pada usaha yang diharamkan seperti usaha yang merusak mental dan moral misalnya, narkoba dan poronografi. Demikian pula komoditas perdagangan haruslah produk yang halal dan baik.
- e. Prinsip larangan riba, serta perdagangan harus terhindar dari praktik *spekulasi, gharar, tadtis* dan *maysir*.
- f. Perdagangan tidak boleh melalaikan diri dari beribadah (shalat dan zakat) dan mengingat Allah.

E. Kerangka Berpikir

Agar lebih memperjelas arah penelitian, maka disajikan kerangka analisis sebagai berikut:



Gambar 1.
Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka analisis di atas, dapat dijelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan tabungan wadiah barokah adalah produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur.

F. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan konsep teoritis dan kerangka pemikiran tersebut di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 = “Diduga produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam”

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *asosiatif* yaitu penelitian definisi yang menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan tabungan wadiah barokah.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian *asosiatif*. Sugiyono menyatakan hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab-akibat. Korelasi hubungan kausal merupakan korelasi antara dua variabel, variabel yang satu mempengaruhi variabel yang lain. Terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).⁴² Dalam statistik istilah “korelasi” ini mengandung pengertian sebagai “hubungan antara dua variabel atau lebih”. Hubungan antara dua variabel disebut *Bivariate Corelation* (dua variabel).⁴³ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor terhadap minat nasabah menggunakan tabungan wadiah barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 59.

⁴³ Zen Amiruddin, *Statistik Pendidikan*, (Yogyakarta: Teras, 2010), h. 9.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Adapun penelitian ini dimulai dari Januari 2020 sampai dengan 20 Januari 2021.

2. Tempat Penelitian

Sedangkan lokasi penelitian ini dilakukan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Kota Bengkulu Jl. Pangeran Natadirja No. 244, Gading Cempaka, Kota Bengkulu.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.⁴⁴ Populasi adalah kelompok yang dipilih dan digunakan oleh peneliti karena kelompok itu akan memberikan hasil penelitian yang dapat digeneralisasikan.⁴⁵ Maka yang dimaksud dengan populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah simpanan Wadiah Barokah bank syariah Adam Bengkulu, dengan jumlah nasabah 30 orang.

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi, maka jumlah populasi adalah 30 orang.

D.Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis akan mengumpulkan data dengan memperoleh dua sumber data yaitu:

⁴⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Asdi Mahasatya, 2013), h. 173.

⁴⁵ Sutanto Leo, *Kiat Jitu Menulis Skripsi, Tesis, dan Desertasi*, (Jakarta: Erlangga, 2013), h. 102.

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer pada penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner tertutup kepada responden yaitu komitmen organisasi, kepribadian dan kepuasan kerja. Adapun data primer pada penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berasal dari Bank Syariah Adam Bengkulu dan juga buku dan jurnal pendukung. Data yang dibutuhkan adalah data profil Bank Adam Bengkulu.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Survei

Dalam hal ini peneliti mengadakan penelitian dengan cara mengumpulkan data secara langsung, melalui pengamatan di lapangan terhadap aktivitas yang akan di lakukan untuk mendapatkan data tertulis yang di anggap relevan.

b. Studi Kepustakaan

Peneliti memperoleh bahan-bahan dan informasi yang relevan untuk dikumpulkan, dibaca dan dikaji, dicatat dan dimanfaatkan sehingga peneliti akan dengan mudah menemukan apa yang diperlukan. Adapun bentuk informasinya berupa teori-teori yang ada.

c. Kuesioner Tertutup

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian yang akan diteliti. Agar mempermudah responden dalam memberikan jawaban, kuesioner dirancang sebagai kuesioner tertutup, dimana pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner disertakan pilihan-pilihan jawaban yang dapat dipilih oleh responden.

E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Minat Nasabah (Y) adalah motivasi nasabah untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan.

F. Instrumen Penelitian

1. Kuesioner Tertutup

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian yang akan diteliti.⁴⁶ Agar mempermudah responden dalam memberikan jawaban, kuesioner dirancang sebagai kuesioner tertutup, di mana pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner disertakan pilihan-pilihan jawaban yang dapat dipilih oleh responden. Adapun skala yang digunakan adalah sebagai berikut untuk ketiga variabel. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Adapun kategori yang digunakan penulis adalah yang terlihat pada tabel di bawah ini:

⁴⁶Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olahan Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2012), h. 178

Tabel 3.1
Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Zulkarnaen, 2017)⁴⁷

2. Dokumentasi

Penggunaan teknik dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan melihat dan mengamati data atau dokumen yang berkaitan dengan catatan-catatan, buku-buku, dan literatur. Dalam penelitian ini dokumen yang diperlukan adalah yang berhubungan dengan lahan penelitian yang bersumber dari Bank Adam Bengkulu seperti profil perusahaan dan sumber lainnya yang bersifat data.

G. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Kualitas data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Uji yang digunakan untuk mengetahui ketepatan suatu alat ukur, sehingga dapat mengungkapkan data dari Variabel. Jika nilai *corrected*

⁴⁷ Zulkarnaen .*Pengaruh Religiusitas dan Etika Kerja Islam Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening* (Studi Kasus pada Rumah Sakit IPHI Pedan. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2017)

total $item\ correlation > corrected$ total item C maka butir kuesioner valid dan jika $sig < \alpha$, maka kuesioner tidak valid.⁴⁸

b. Uji Realibilitas

Untuk mengetahui reliabilitas suatu alat ukur, instrumen yang dikatakan reliable adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dikatakan reliable jika *Alpha Cronbach* $> 0,50$.⁴⁹

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Pembuktian data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya. Uji normalitas data dilakukan untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.

Untuk mengujinya digunakan *Skewness*. Untuk menentukan normalitas digunakan pedoman sebagai berikut:⁵⁰

- 1) Jika $skewness < 2$ dan < -2 sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- 2) Jika $skewness > 2$ dan > -2 , maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

⁴⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung, Alfabeta, 2013), h. 24

⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, ..., h. 25

⁵⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, ..., h. 29

b. Homogenitas

Uji homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak. Untuk menguji sampel sama atau tidak menggunakan *Levene test* yaitu *Homogeneity of variance Test* dengan pedoman sebagai berikut:⁵¹

- 1) Signifikansi uji (α) = 0,05
- 2) Jika $\text{Sig} > \alpha$, maka variansi setiap sampel sama (homogen)⁵²
- 3) Jika $\text{Sig} < \alpha$, maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen).

3. Uji Analisis Faktor

Analisis faktor bertujuan untuk menjelaskan struktur hubungan diantara banyak variabel atau dalam bentuk faktor/variabel, bahkan antar responden. Faktor merupakan besaran acak yang sebelumnya tidak dapat diamati atau diukur. Analisis faktor dimulai dari menyusun suatu kelompok variabel baru berdasarkan hubungan sebagaimana ditunjukkan matriks korelasi. Analisis faktor digunakan untuk mereduksi data atau meringkas dari variabel yang banyak diubah menjadi variabel yang jumlahnya sedikit. Dalam penelitian ini analisis faktor yang digunakan untuk mengungkapkan faktor terhadap minat nasabah menggunakan tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu. Untuk perhitungan analisis faktor digunakan program SPSS dan dilakukan dengan teknik analisis *Bartlett's*

⁵¹Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen, ...*, h. 32

⁵²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Jakarta: Alfabeta, 2016) h.45

Test of Sphericity. Untuk menemukan faktor terhadap minat nasabah menggunakan tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu, digunakan alat *statistic analisis interependences multivariate*, berupa analisis faktor. Analisis faktor dilakukan menggunakan bantuan *software* SPSS yang dilakukan dengan tahap-tahap sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi variabel minat nasabah menggunakan tabungn waiah barokah
2. Menguji variabel yang telah diidentifikasi agar dianggap layak sebagai variabel minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan wadiah barokah dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Kriteria penilaian variabel yang dianggap layak untuk dimasukkan dalam analisis selanjutnya berdasarkan metode *Bartlett's Test of Sphericity* adalah KMO dan *Bartlett's Test*. Jika nilai KMO *Bartlett's Test* $> 0,5$ maka variabel yang ada sudah bisa dianalisis lebih lanjut, namun jika nilai KMO *Bartlett's Test* $< 0,5$ maka variabel yang ada tidak bisa dianalisis lebih lanjut.

3. Melakukan proses *factoring* atau ekstraksi terhadap variabel-variabel yang dianalisis sehingga dibentuk satu atau lebih faktor yang dianggap bisa mewakili variabel yang ada.

Proses *factoring* dapat dilakukan dengan metode *Principal component method analysis*. Sebuah faktor yang dianggap mewakili variabel yang ada jika nilai *factors loadingnya*. Jika dari proses *factoring* menghasilkan lebih dari satu faktor maka perlu dilakukan

proses rotasi karena rotasi lebih memperjelas variabel mana yang masuk faktor mana. Namun jika dari proses *factoring* menghasilkan satu faktor maka tidak perlu dilakukan proses rotasi.

4. Proses rotasi dilakukan dengan menggunakan metode *principal component Methode Analysis* model Varimak.

Menurut Santoso (2003), untuk menentukan variabel mana yang masuk faktor mana dapat dilihat dari nilai *factor loading* yang paling benar dalam tabel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

1. Sejarah Singkat PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu berdiri berdasarkan izin OJK dengan nomor Kep/69/D.03/2017 tanggal 3 April 2017.

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu Resmi beroperasi tanggal 21 April 2017.

2. Visi dan Misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu

Visi:

Menjadi lembaga usaha perbankan yang professional dan mampu menolong peningkatan taraf hidup masyarakat, serta mampu bersaing dengan menguasai pasar di daerahnya.

Misi:

- a. Mampu menyediakan kebutuhan pemodalan usaha mikro kecil dan memberi bimbingan untuk mengembangkan usaha mereka.
- b. Memberikan keputusan pelayanan yang tinggi melalui SDM dan teknologi.

- c. Memberikan jasa produk yang bersaing dan berimbang.

3. Produk-Produk PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu

a. Produk Penghimpunan Dan ⁴ 4

1. Tabungan *wadiah* mitra Adam: diperuntukkan untuk masyarakat umum dengan setoran min. Rp. 10.000,-
2. Tabungan pelajar Bank Adam: tabungan yang diperuntukkan bagi para pelajar di kota Bengkulu dengan setoran min. Rp. 10.000,-
3. Tabunga haji dan umroh: tabungan ini diperuntukkan bagi masyarakat yang mempunyai keinginan untuk menunaikan ibadah haji dan umroh.
4. *Deposito Mudharabah*: adalah salah satu cara berinvestasi berjangka yang merupakan solusi dalam merencanakan keuangan anda yang sesuai dengan prinsip syariah, dengan bagi hasil yang menarik dan setoran awal Rp. 1.000.000,-

b. Keunggulan menabung dan deposito PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu

1. Aman karena dijamin LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) sampai dengan 2 milyar.
2. Bebas biaya administrasi bulanan.
3. Batas nominal yang di tabungkan tidak ditentukan jumlahnya.
4. Fasilitas antar jemput dengan transaksi minimal 5 juta.
5. Diberikan bagi hasil yang menarik dan menguntungkan.

6. Lebih berkah karena dikelola dengan prinsip-prinsip syariah.
 7. Proses pembukaan rekening yang mudah, tidak berbelit-belit dan bebas antrian. Dengan syarat untuk pembukaan rekening cukup membawa foto copy KTP/SIM yang masih berlaku dan mengisi formulir yang tersedia.
- c. Produk pembiayaan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu
1. *Murabahah*: yaitu pembiayaan dengan skema jual beli.
 2. Pembiayaan warung mikro: pembiayaan ini diperuntukkan untuk para pemilik warung mikro yang ada di Kota Bengkulu, dalam pembiayaan ini nasabah akan mendapatkan barang dagangan sesuai dengan kebutuhan, dimana pembiayaan sampai 5 juta jaminan berupa barang dagangan di atas 5 juta harus disertai dengan agunan.
 3. Pembiayaan konsumtif: pembiayaan ini diperuntukkan bagi nasabah yang ingin menggunakan untuk keperluan konsumtif, contoh: pembelian laptop, motor, rumah dll.
 4. Pembiayaan untuk UMKM: pembiayaan ini diperuntukkan bagi masyarakat yang mempunyai usaha kecil dan industri rumah tangga. Contoh: pembuatan kerupuk, ternak itik dll.
 5. *Mudharabah/Musyarakah*: yaitu pembiayaan dengan sistem bagi hasil sesuai dengan kesepakatan antara pihak bank dan nasabah. Contoh: untuk proyek pemerintah dan swasta.

6. *Qord*: yaitu pembiayaan yang diberikan bersifat kebajikan. Contoh: untuk biaya berobat.
7. *Ijarah* Multi Jasa: yaitu pembiayaan yang diperuntukkan berdasarkan atas manfaat yang didapat. Contoh: pembiayaan haji, umroh, pendidikan dll.

d. Syarat permohonan pembiayaan

1. Mengisi formulir pembiayaan.
2. Pas photo 3×4 suami istri (2 lembar).
3. Foto copy KTP suami istri (2 lembar).
4. Foto copy KK dan buku nikah (2 lembar).
5. Foto copy anggunan (sertifikat dan BPKB) disertai dengan pajak NJOP.
6. Surat keterangan usaha.
7. NPWP (untuk diatas 50 juta).
8. Daftar kebutuhan barang (untuk *murabahah*)

e. Alamat BPRS Adam Kota Bengkulu

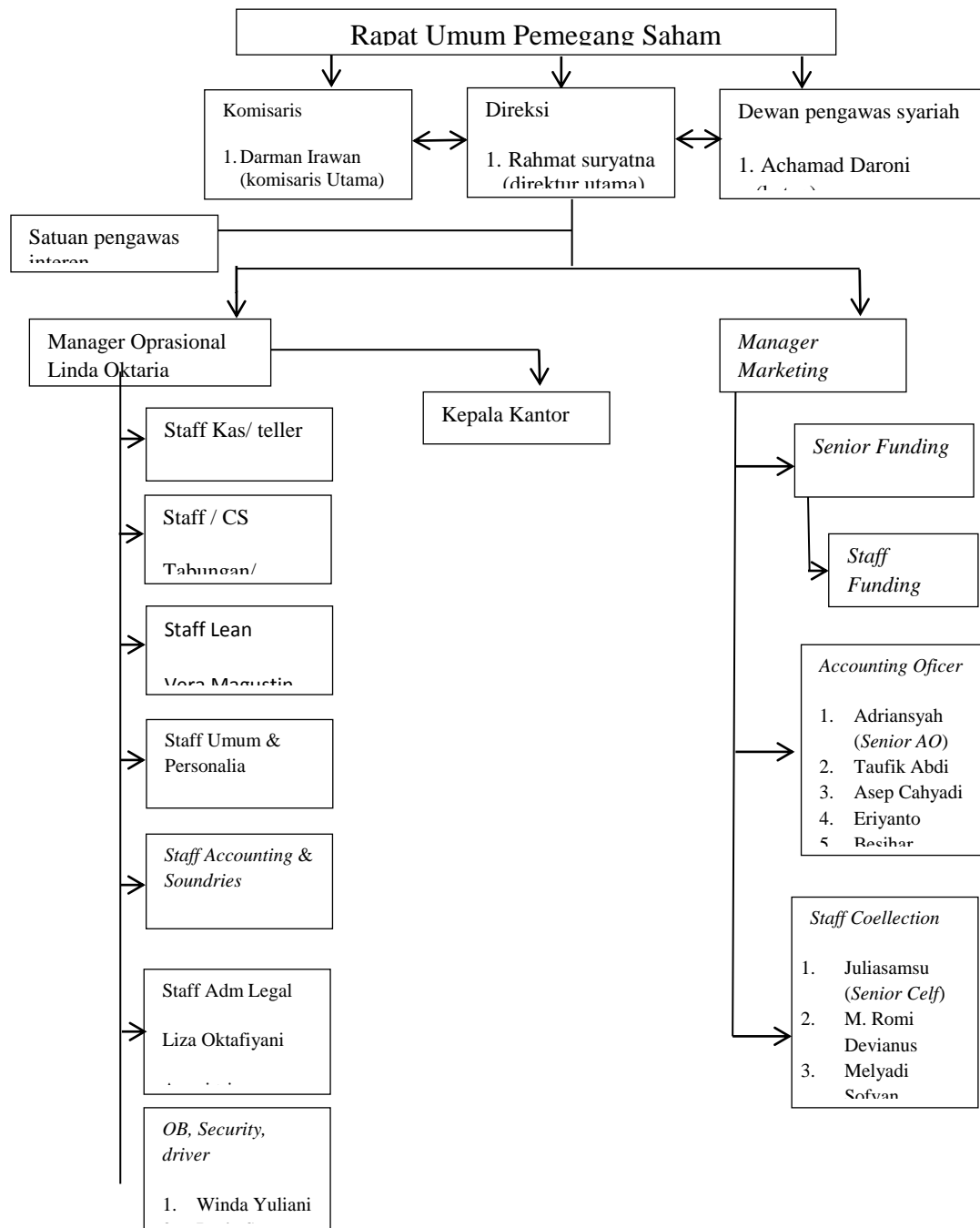
1. Nama

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Kota Bengkulu.

2. Alamat Kantor Pusat

Jl. Pangeran Natadirja KM.6,5 No.29 RT 02 RW 01, Jalan Gedang,
Kota Bengkulu Kode pos 38223 Telpon: (0736) 7313477.

3. Struktur Organisasi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu



Sumber: Profil PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

B. Karakteristik Data Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada nasabah PT. Bank Syariah Adam sebagai responden, maka dapat diketahui karakteristik data setiap responden sebagai berikut:

a. Karakteristik Data Responden Menurut Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	11	36,67
Perempuan	19	63,33
Total	30	100

Sumber: Hasil Kuesioner, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak. Jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 11 orang dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 19 orang

b. Karakteristik Data Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.2

Karakteristik Data Responden Berdasarkan Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	2	6,67

SMP	5	16,67
SMA	13	43,33
Perguruan Tinggi	10	33,33
Total	30	100

Sumber: Hasil Kuesioner, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden berasal dari tingkat pendidikan yang berbeda tetapi yang paling dominan berpendidikan SMA dan perguruan tinggi.

c. Karakteristik Data Responden Berdasarkan umur

Tabel 4.3

Karakteristik Data Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Presentase
< 20 tahun	-	-
20-30 tahun	5	16,67
31-50 tahun	15	50
>50 tahun	10	33,33
Total	30	100

Sumber: Hasil Kuesioner, 2021

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa responden yang memiliki umur 31-50 tahun adalah responden yang paling dominan. Artinya bahwa responden yang berkepentingan untuk menggunakan produk rata-rata adalah orang dewasa.

C. Hasil Penelitian

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Adapun hasil uji coba validitas yang telah dilakukan oleh peneliti sebelum melakukan penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	R hitung	R tabel	Ket
X1			
1	0,669	0,444	Valid
2	0,514	0,444	Valid
3	0,700	0,444	Valid
4	0,684	0,444	Valid
5	0,705	0,444	Valid
6	0,597	0,444	Valid
7	0,647	0,444	Valid
8	0,578	0,444	Valid
9	0,666	0,444	Valid
10	0,669	0,444	Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa semuanya valid untuk variabel (X) karena nilai r hitung lebih besar dari nilai $r_{\text{tabel}} = 0,444$

(Terlampir).

b. Uji Realibilitas

Uji Realibilitas dengan menggunakan rumus di atas dan dengan bantuan SPSS diperoleh hasil uji validitas kuesioner pada tabel Rekapitulasi item reliabilitas kuesioner sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Relabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Alpha	Keterangan
1	Y	0,736	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa variabel pengamatan yang dilakukan uji reliabilitas menunjukkan hasil yang reliable dikarenakan nilai reliabilitas di atas nilai Alpha Cronbach.

2. Uji Asumsi Dasar

1) Uji Normalitas Data

Pengujian Normalitas data dengan tujuan melihat apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak secara statistik. Uji normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test*. Dan dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikan

dari pengujian *Kolmogov-Smirnov Test* > 0,05 (5%).⁵³ Data hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Y
N		35
Normal Parameters ^a	Mean	20.91
	Std. Deviation	3.776
Most Extreme Differences	Absolute	.204
	Positive	.140
	Negative	-.204
Kolmogorov-Smirnov Z		1.209
Asymp. Sig. (2-tailed)		.108
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data di olah 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari pengujian *Kolmogov-Smirnov Test*. Pada hasil Uji Normalitas dengan menggunakan *Kolmogov-Smirnov Test* hanya dengan melihat nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* pada output SPSS. Dapat terlihat bahwa data terdistribusi secara normal karena nilai signifikansi > 0,05 (5%) pada

⁵³Sufren Yonathan Natanael. *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), h. 99

variabel yaitu 0,108 sedangkan nilai *output* lainnya tidak digunakan karena hanya mengikuti *output* saja.

b. Uji Homogenitas

Tabel 4.7
Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Y	.423	5	22	.521

Sumber :Data primer diolah, 2020

Dari hasil di atas dapat diketahui signifikansi masing-masing variabel di atas 0,05. Karena signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tidak mempunyai varian sama. Angka *Levene Statistic* menunjukkan semakin kecil nilainya maka semakin besar homogenitasnya

3. Uji Analisis Faktor

Menentukan faktor yang dianalisis dalam penelitian adalah sebanyak 5 faktor, yang pada tahap sebelumnya telah lulus uji validitas dan reliabilitas. Untuk itu maka keempat faktor akan diuji dengan analisis faktor. Hasil pengujian kelayakan kelima faktor penelitian secara bersama-sama menggunakan metode *Bartlett Test of Sphericity* terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8
KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.666
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	110.442
	df	10
	Sig.	.007

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan semua variabel dianggap layak sebagai variabel yang menyebabkan minat nasabah dalam menggunakan tabungan wadiah barokah Nilai KMO dan Bartlett Test f di atas 0,5 yaitu 0,666 dan signifikansi penelitian adalah $< 0,05$ yaitu sebesar 0,007. Hasil pengujian secara individu dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Anti-image Matrices

Anti-image Matrices

		F1	F2	F3	F4	F5
Anti-image Covariance	F1	.826	.121	-.054	-.161	.275
	F2	.121	.949	.088	-.049	-.079
	F3	-.054	.088	.973	.029	.069
	F4	-.161	-.049	.029	.962	.007
	F5	.275	-.079	.069	.007	.860
Anti-image Correlation	F1	.559^a	.136	-.061	-.181	.326
	F2	.136	.649^a	.092	-.051	-.087
	F3	-.061	.092	.673^a	.030	.075
	F4	-.181	-.051	.030	.520^a	.008
	F5	.326	-.087	.075	.008	.583^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dari 5 faktor yang dianggap sebagai variabel penentu minat nasabah pada tabungan wadiah barokah maka semua memiliki nilai MSA di bawah 0,05. Untuk nilai MMA pada faktor pertama yaitu faktor produk memiliki nilai MSA > 0,5 yaitu 0,559, untuk faktor promosi memiliki nilai MSA > 0,5 yaitu 0,649, Untuk faktor pelayanan

memiliki nilai MSA > 0,5 yaitu 0,673, faktor reputasi memiliki nilai MSA > 0,5 yaitu 0,520 dan faktor prosedur memiliki nilai MSA juga > 0,05 yaitu 0,583.

Selanjutnya adalah melakukan factoring atau ekstraksi terhadap 5 variabel penelitian . proses factoring ke 5 variabel dilakukan dengan tujuan mengekstraksi ke lima variabel penelitian menjadi satu variabel yang mewakili dari ke lima variabel tersebut. Proses dilakukan dengan menggunakan metode Principal Component Method Analysis. Nilai komunitas merupakan jumlah varians dari setiap variabel yang dapat dijelaskan oleh faktor. Semakin besar nilainya maka semakin besar hubungannya dengan faktor yang terbentuk. Nilai komunitas yang dihasilkan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Communalities

	Initial	Extraction
F1	1.000	.631
F2	1.000	.636
F3	1.000	.700
F4	1.000	.570
F5	1.000	.512

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat angka yang menunjukkan nilai komunitas yang paling tinggi adalah faktor yang keempat yaitu faktor pelayanan dimana nilai komunitas sebesar 0,700 (70%). Kemudian di urutan kedua ada faktor promosi sebesar 63,6% dan faktor produk sebesar 63,1%.

Tabel 4.10
Total Variance Explained

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.574	31.478	31.478	1.574	31.478	31.478	1.443	28.861	28.861
2	1.075	21.493	52.971	1.075	21.493	52.971	1.206	24.110	52.971
3	1.896	17.919	70.890						
4	.838	16.758	87.648						
5	.618	12.352	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat 5 faktor yang dianalisis. Pada tabel di atas, terlihat bahwa hanya terdapat 3 faktor yang terbentuk karena hanya terdapat 3 faktor yang memiliki angka Eigenvalues di atas 1.

Tabel 4.11
Component Matrix

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
F1	.565	.213
F2	.693	.440
F3	.377	.708
F4	.304	.360
F5	-.715	-.020

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Proses penentuan variabel mana yang masuk ke faktor mana, dilakukan dengan melakukan perbandingan besar korelasi pada setiap baris.

- 1) Korelasi Faktor 1 yaitu produk adalah 0,565 (aman, karena di atas 0,5)
- 2) Korelasi faktor 2 yaitu promosi adalah 0,693 (aman, karena di atas 0,5)
- 3) Korelasi faktor 3 yaitu promosi adalah 0,708 (aman, karena di atas 0,5)

Tabel 4.12

Rotated Component Matrix

Rotated Component Matrix^a

	Component	
	1	2
F1	.666	-.208
F2	.198	.630
F3	.064	.729
F4	.650	.497
F5	-.625	.349

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with

Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Component matrix hasil proses rotasi memperlihatkan hasil distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Terlihat bahwa faktor loading yang dulunya kecil semakin diperkecil dan faktor loading besar diperbesar.

1. Faktor produk dengan nilai 0,666, hal itu berarti faktor promosi berada pada faktor 1
2. Faktor promosi dengan nilai 0,630 hal itu berarti faktor promosi berada pada faktor 1
3. Faktor pelayanan adalah 0,729, hal itu berarti faktor promosi berada pada faktor 1

Tabel 4.13
Component Transformation Matrix

Component Transformation Matrix

Component	1	2
1	.859	-.512
2	.512	.859

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with
Kaiser Normalization.

Dari tabel di atas, dijelaskann bahwa diagonal faktor komponen (0,859 dan 0,859). Berdasarkan terbentuknya faktor yang semuanya di atas 0,5 maka sudah dinyatakan mewakili setiap faktor.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil perthitungan total *varians explained* dapat dilihat bahwa terdapat 5 faktor yang dianalisis. Terlihat bahwa hanya terdapat 3 faktor yang terbenutu karena hanya terdapat 3 faktor yang memiliki angka *Eigenvalues* di atas 1.

1. Faktor Produk Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil penelitian bahwa f aktor produk dengan nilai 0,666, hal itu berarti faktor promosi berada pada faktor 1. Hal ini sesuai dengan apa yang terjadi pada Bank Syariah Adam Kota Bengkulu yang memberikan kepada calon nasabah dengan besarnya angsuran yang ditawarkan beragam dan tidak memberatkan karena marginnya pun rendah serta dapat memberikan manfaat dan keuntungan kepada nasabahnya. Hasil temuan penelitian ini konsisten dengan hasil dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muh Abdul Aziz bahwa Uji Ftest menunjukkan pengetahuan, promosi, produk dan reputasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung remaja masjid di Kecamatan Getasan dengan pengaruh sebesar 51,3% sisanya 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model ini. Untuk nilai MMA pada faktor produk memiliki nilai $MSA > 0,5$ yaitu 0,559

2. Faktor Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu

Faktor promosi dengan nilai 0,630 hal itu berarti faktor promosi berada pada faktor 1. Faktor promosi merupakan usaha dari pemasaran dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya. Pada faktor promosi ini manager pemasaran memiliki tugas yaitu memberitahu pelanggan target tentang ketersediaan produk yang tepat pada tempat dan harga yang tepat pula. Apa yang dikomunikasikan manager pemasaran ditentukan oleh kebutuhan dan sikap pelanggan target. Untuk nilai MMA pada faktor promosi memiliki nilai $MSA > 0,5$ yaitu 0,649.

3. Faktor Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor pelayanan adalah 0,729, hal itu berarti faktor promosi berada pada faktor 1. Menurut Pasuraman yang dialih bahasakan oleh Novitasari mengatakan bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut memenuhi keinginan nasabah. Tjiptono juga menjelaskan bahwa apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

Variabel faktor pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menggunakan tabungan wadiah barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu, karyawan pada Bank Syariah Adam Kota Bengkulu

memiliki sikap ramah serta kemampuan baik dalam melayani dan menyampaikan informasi, mampu memberikan respon yang cepat dan tepat dalam melayani permintaan nasabah dan selalu mengucapkan salam saat memulai transaksi sehingga membuat para nasabah merasa nyaman dan tentram dan juga fasilitas yang disediakan oleh bank lengkap sehingga nasabah nyaman ketika berada di bank.

Berdasarkan penjelasan secara teori dan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Adam dapat mempengaruhi minat nasabah. Untuk nilai MMA pada faktor pelayanan memiliki nilai MSA $> 0,5$ yaitu 0,673. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ali Chamidun (2015) yang menyatakan bahwa faktor pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} ($2,345 > 1,9830$) dan nilai signifikan $0,021 < 0,05$.

4. Faktor Reputasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu

Faktor prosedur yang merupakan tahap kegiatan untuk menyelesaikan suatu aktivitas atau suatu metode langkah-langkah secara pasti dalam memecahkan suatu masalah. Prosedur yang dilakukan dalam menggunakan produk perbankan pengajuan pembiayaan, analisis pembiayaan serta realisasi pembiayaan yang jika ketiganya sulit dilakukan maka akan membuat nasabah

tidak berminat menggunakan produk. Untuk nilai MMA pada faktor prosedur memiliki nilai MSA juga $> 0,05$ yaitu 0,583.

5. Faktor Prosedur Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu

Faktor reputasi merupakan persepsi para nasabah bank mengenai seberapa baik bank tersebut dibanding dengan bank-bank lain sebuah perusahaan harus memiliki kekuatan untuk menonjolkan nilai lebih yang dimiliki dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Kemudahan diingat menunjukkan persepsi para nasabah bank akan kemudahan nasabah untuk mengingat nama baik bank tersebut, jika nama sebuah perusahaan mudah diingat maka orang akan lebih mudah menemukan perusahaan kita di *search engine* atau dalam dunia nyata. Untuk nilai MMA pada faktor reputasi memiliki nilai MSA $> 0,5$ yaitu 0,520.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Hasil pengujian kelayakan terhadap 5 variabel sebagai faktor yang mempengaruhi minat nasabah, dengan menggunakan analisis *Bartlett Test of Sphericity methode* dan *measure of sampling adequency (MSA)* diketahui 5 faktor yaitu faktor produk, promosi, pelayanan, reputasi dan prosedur yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan Tabungan Wadiah Barokah di Bank Syariah Adam. Untuk nilai MMA pada faktor pertama yaitu faktor produk memiliki nilai $MSA > 0,5$ yaitu 0,559, untuk faktor promosi memiliki nilai $MSA > 0,5$ yaitu 0,649, Untuk faktor pelayanan memiliki nilai $MSA > 0,5$ yaitu 0,673, faktor reputasi memiliki nilai $MSA > 0,5$ yaitu 0,520 dan faktor prosedur memiliki nilai MSA juga $> 0,05$ yaitu 0,583.

5.2 Saran

Hasil penelitian mengenai faktor terhadap minat nasabah menggunakan tabungan wadiah barokah di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu, maka disarankan sebagai berikut:

1. PT. Bank Syariah Adam Kota Bengkulu harus lebih memperhatikan keinginan dan kebutuhan nasabah. Dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan nasabah, maka nasabah akan merasa lebih berminat menggunakan produk tabungan wadiah barokah.
2. PT. Bank Syariah Aam Kota Bengkulu harus meningkatkan kualitas produk, promosi dan pelayanan kepada nasabah karena merupakan faktor yang mempengaruhi minat nasabah.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang faktor-faktor minat nasabah menggunakan produk tabungan Wadiah Barokah, maka diharapkan dapat menambah variabel lain. Semoga skripsi ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti yang akan meneliti skripsi serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Burhanuddin. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2012.
- Adrian, Sutedi. *Perbankan Syariah*. Bogor: Galia Indonesia. 2009.
- Amiruddin, Zen. *Statistik Pendidikan*. Yogyakarta: Teras. 2010.
- Amrullah, Haji Abdulmalik Abdulkarim. *Tafsir Al-Azhar jilid 2*, (Singapura: Pustaka Nasional PTE LTD. 2001.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Asdi Mahasatya. 2013.
- Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Terj. Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an. Semarang: PT. Karya Toha Putra. 2002.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Ragagrafindo Persada. 2015.
- Fauzi, Yayan. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung diperbankan Syariah*. Yogyakarta: Skripsi UIN. 2010.
- Gusmansyah, Wery. *Hukum perbankan Syariah*. Jakarta: 2016.
- Hermansyah. *Hukum Perbankan Nasional Indonsia*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2005.
- Journal of Economic Perspectives-Volume 16, Number 2- Spring 2002- Pages 175-195 Deposito Insurance Around the Globe: Where Does It work*
- Karim, Adiwarmam. *Bank Islam: Analisis Fiqh & keuangan*, Edisi 4, cet 7, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada. 2010.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Presada. 2004.

- Leo, Sutanto. *Kiat Jitu Menulis Skripsi, Tesis, dan Desertasi*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Mamuaja, Juanda. *Fungsi Lembaga Penjamin Simpanan Dalam Rangka Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Perbankan di Indonesia*, Jurnal Nasional Volume 3 No. 1 2015.
- Manilet, Aisa. *Kedudukan Mashlahah Untility Dalam Konsumsi (Mashlahah versus untility)*, Volume XI No1 Tahun 2015.
- Minarto. *Administrasi Bank*. Surabaya: Erlangga. 2013.
- Muhammad, Djumah. *Hukum Perbankan di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti. 2006.
- Mulyadi. *Prilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Muslich, Ahmad Wardi . *Fiqih Muamalat*. Jakarta: Amzah. 2010.
- Priyatno, Duwi. *Belajar Cepat Olahan Data Statistic dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi. 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung, Alfabeta. 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta. 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Yahya, Subchan. *Analisis Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Jasa Bank Syariah*. Jakarta: Skripsi UIN. 2010.
- Zulkarnaen. *Pengaruh Religiusitas dan Etika Kerja Islam Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Rumah Sakit IPHI Pedan)*. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta. 2017.

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS FAKTOR TERHADAP MINAT NASABAH MENGUNAKAN TABUNGAN WADIAH BAROKAH DI BANK SYARIAH ADAM KOTA BENGKULU

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang sedang berjalan saya memerlukan beberapa informasi untuk mendukung dan menyusun penelitian yang terkait dengan judul diatas. Saya memohon kesediaan saudara/i untuk jawaban meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuisisioner ini. Saya berharap semua jawaban yang saudara/i berikan sesuai dengan pengalaman saudara/i.

Semua jawaban yang diberikan murni digunakan hanya untuk kepentingan peneliti. Untuk itu, mohon semua pertanyaan dijawab dan semua data identitas saudara/i akan dijamin kerahasiaanya. Atas kesungguhan, keikhlasan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Bengkulu, Desember 2020

Menyetujui,

Pembimbing 1

Pembimbing II

Andang Sunarto, Ph. D
NIP. 19761124006041002

Lucy Auditya, M.Akt
NIDN. 2006018202

1. PETUNJUK PENGISIAN

- a. Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang paling benar
- b. Ada lima alternative jawaban, yaitu :
 1. STS : Sangat Tidak Setuju
 2. TS : Tidak Setuju
 3. KS : Kurang Setuju
 4. S : Setuju
 5. SS : Sangat Setuju

2. IDENTITAS RESPONDEN

- Untuk pertanyaan dibawah ini, silahkan isi pada tempat yang tersedia.

Nama :

Umur :

Alamat :

Jenis Kelamin :

- Untuk selanjutnya, Anda cukup memilih satu jawaban dengan member tanda cek (√).

3. DAFTAR PERTANYAAN

Minat Nasabah

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	RR (3)	STS (2)	S (1)
1.	Saya menabung di bank Adam karena fasilitas yang memadai					
2.	Kesopanan karyawan bank Adam mendorong saya untuk menabung di bank Adam					
3.	Karyawan bank Adam memberikan saya informasi produk yang jelas dan mudah dimengerti					
4.	Karyawan bank Adam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah					
5.	Saya menabung di bank Adam karena produk tabungannya lebih unggul dari bank konvensional					
6.	Bank Adam memiliki banyak mesin ATM yang memudahkan saya					

7.	Lokasi kantor cabang/kas yang ada memudahkan akses saya menabung di bank Adam					
8.	Kinerja Bank Adam sudah sesuai dengan prinsip-prinsip agama (syari'ah) yang ada					
9.	Keuntungan yang saya dapat di bank Adam lebih besar dibandingkan bank lainnya					
10.	Keuntungan yang diperoleh Bank Adam berpengaruh terhadap pembagian bagi hasil yang akan saya terima.					

Sumber: Muh. Abdul Azis, "*Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang)*", Skripsi PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SALATIGA 2019

Lampiran Uji Validitas

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	total
item1	Pearson Correlation	1	-.328	-.097	-.037	-.164	-.410	.343	.331	-.034	-.118	.669
	Sig. (2-tailed)		.157	.685	.878	.490	.073	.139	.154	.888	.620	.774
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
item2	Pearson Correlation	-.328	1	.326	-.103	.380	.277	.213	.103	.252	-.221	.514*
	Sig. (2-tailed)	.157		.161	.667	.098	.237	.366	.665	.283	.349	.021
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
item3	Pearson Correlation	-.097	.326	1	-.024	.628**	.131	.477*	-.337	-.282	.315	.700**
	Sig. (2-tailed)	.685	.161		.922	.003	.583	.034	.147	.228	.177	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
item4	Pearson Correlation	-.037	-.103	-.024	1	-.101	.187	-.275	.111	.000	.000	.684
	Sig. (2-tailed)	.878	.667	.922		.671	.429	.241	.642	1.000	1.000	.439
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
item5	Pearson Correlation	-.164	.380	.628**	-.101	1	.132	.683**	-.304	-.280	.264	.705**
	Sig. (2-tailed)	.490	.098	.003	.671		.580	.001	.192	.232	.261	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
item6	Pearson Correlation	-.410	.277	.131	.187	.132	1	-.083	-.282	.173	.111	.597
	Sig. (2-tailed)	.073	.237	.583	.429	.580		.727	.228	.467	.641	.083
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
item7	Pearson Correlation	.343	.213	.477*	-.275	.683**	-.083	1	-.086	-.317	.158	.647**
	Sig. (2-tailed)	.139	.366	.034	.241	.001	.727		.718	.173	.505	.002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
item8	Pearson Correlation	.331	.103	-.337	.111	-.304	-.282	-.086	1	.408	-.612**	.578
	Sig. (2-tailed)	.154	.665	.147	.642	.192	.228	.718		.074	.004	.743
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
item9	Pearson Correlation	-.034	.252	-.282	.000	-.280	.173	-.317	.408	1	-.250	.666
	Sig. (2-tailed)	.888	.283	.228	1.000	.232	.467	.173	.074		.288	.782
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
item10	Pearson Correlation	-.118	-.221	.315	.000	.264	.111	.158	-.612**	-.250	1	.669
	Sig. (2-tailed)	.620	.349	.177	1.000	.261	.641	.505	.004	.288		.252
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
total	Pearson Correlation	.669	.514*	.700**	.684	.705**	.597	.647**	.578	.666	.669	1
	Sig. (2-tailed)	.774	.021	.001	.439	.001	.083	.002	.743	.782	.252	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	10

lampiran 2. Tabulasi data tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah

Responden	Hasil Jawaban Pertanyaan					Rata-rata	Jumlah
	Minat						
	1	2	3	4	5		
1	4	4	4	4	4	4	20
2	4	4	5	3	5	4.2	21
3	2	5	3	4	5	3.8	19
4	4	4	5	2	4	3.8	19
5	5	4	4	4	5	4.4	22
6	2	5	5	4	4	4	20
7	4	4	4	3	4	3.8	19
8	4	5	2	4	5	4	20
9	5	4	3	4	4	4	20
10	5	4	3	2	4	3.6	18
11	4	5	5	5	3	4.4	22
12	4	3	4	4	5	4	20
13	2	4	3	3	5	3.4	17
14	2	4	5	2	4	3.4	17
15	4	5	3	4	3	3.8	19
16	4	4	4	3	5	4	20
17	2	3	5	4	4	3.6	18
18	2	5	3	2	4	3.2	16
19	4	4	4	4	3	3.8	19
20	2	4	3	3	5	3.4	17
21	4	5	5	4	5	4.6	23
22	4	3	3	5	4	3.8	19
23	5	4	4	4	3	4	20
24	1	5	3	4	5	3.6	18
25	4	5	5	4	4	4.4	22
26	1	4	3	3	5	3.2	16
27	4	4	4	2	2	3.2	16
28	4	3	5	4	3	3.8	19
29	4	5	3	4	3	3.8	19
30	4	3	3	4	2	3.2	16
Jumlah	104	125	115	106	121		

Your trial period for SPSS for Windows will expire in 14 days.

```

FACTOR
/VARIABLES F1 F2 F3 F4 F5
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS F1 F2 F3 F4 F5
/PRINT INITIAL KMO AIC EXTRACTION ROTATION
/PLOT EIGEN
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/CRITERIA ITERATE(25)
/ROTATION VARIMAX
/SAVE REG(ALL)
/METHOD=CORRELATION.

```

Factor Analysis

[DataSet0]

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.581
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	110.442
	df	10
	Sig.	.007

Anti-image Matrices

		F1	F2	F3	F4	F5
Anti-image Covariance	F1	.826	.121	-.054	-.161	.275
	F2	.121	.949	.088	-.049	-.079
	F3	-.054	.088	.973	.029	.069
	F4	-.161	-.049	.029	.962	.007
	F5	.275	-.079	.069	.007	.860
Anti-image Correlation	F1	.559 ^a	.136	-.061	-.181	.326
	F2	.136	.649 ^a	.092	-.051	-.087
	F3	-.061	.092	.673 ^a	.030	.075
	F4	-.181	-.051	.030	.520 ^a	.008
	F5	.326	-.087	.075	.008	.583 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
F1	1.000	.631
F2	1.000	.636
F3	1.000	.700
F4	1.000	.570
F5	1.000	.512

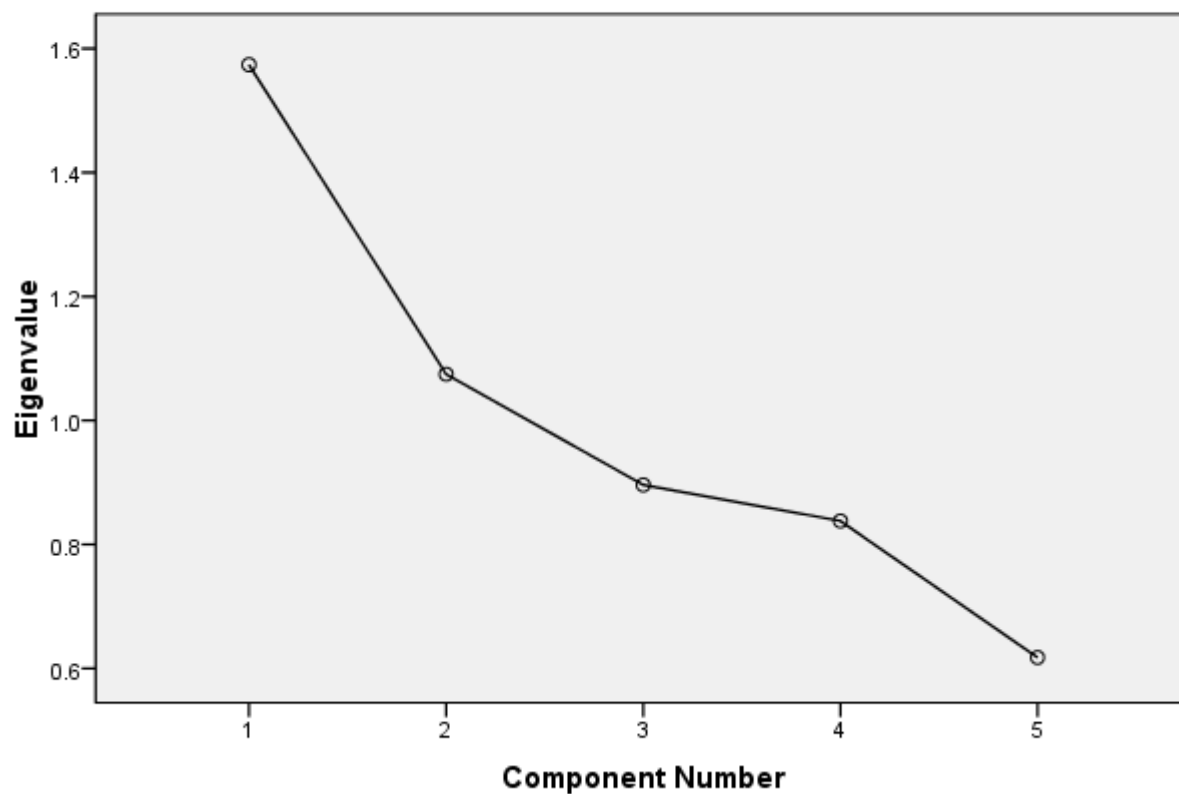
Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.574	31.478	31.478	1.574	31.478	31.478	1.443	28.861	28.861
2	1.075	21.493	52.971	1.075	21.493	52.971	1.206	24.110	52.971
3	1.896	17.919	70.890						
4	.838	16.758	87.648						
5	.618	12.352	100.000						

Extraction Method: Principal Component
Analysis.

Scree Plot

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
F1	.565	.213
F2	.693	.440
F3	.377	.708
F4	.304	.360
F5	-.715	-.020

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component	
	1	2
F1	.766	-.208
F2	-.198	.630
F3	.064	-.629
F4	.650	.497
F5	-.625	.349

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with

Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2
1	.859	-.512
2	.512	.859

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with

Kaiser Normalization.

Dokumentasi penelitian





