PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH DENGAN MINAT MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP TULUNGAGUNG

SKRIPSI

Oleh:

NAYA NURULITA

17540028

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG

2021

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH DENGAN MINAT MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP TULUNGAGUNG

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh

NAYA NURULITA
NIM : 17540028

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH DENGAN MINAT MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU TULUNGAGUNG

O l e h

NAYA NURULITA
NIM: 17540028

Telah Disetujui Pada Tanggal 09 Juni 2020

Dosen Pembimbing,

Dr. Siswanto, M.Si.

NIP 19750906 200604 1 001

Mengetahui:
Ketua Jurusan Perbankan Syariah,

Fayyis Sri Rahayu. SE., MM
NIP. 19770826 200801 2 011

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah Dengan Minat Masyarakat Sebagai Variabel *Intervening* Di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung

SKRIPSI

O l e h

NAYA NURULITA

NIM : 17540028

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada 26 November 2021

Susunan Dewan Penguji:	**Tanda Tangan**
1. Ketua	
Guntur Kusuma Wardana, SE., MM	( )
NIP. 19900615201802011194	
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris	
Dr. Siswanto, M.Si	( )
NIP. 197509062006041001	
3. Penguji Utama	
Irmayanti Hasan, ST., MM	( )
NIP. 197705062003122001	

Disahkan Oleh:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah (S1),

Yayuk Sri Rahayu, SE., MM

NIP. 19770826 200801 2 011

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Naya Nurulita
NIM	: 17540028
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH DENGAN MINAT MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU TULUNGAGUNG

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 16 November 2021
Hormat saya,

Naya Nurulita
NIM: 17540028

HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasa syukur saya ucapkan *alhamdulillah hirobbil `alamin* dengan selesainya karya yang saya persembahkan untuk Ayah dan Ibu saya yang telah mendidik dan selalu memotivasi hidup saya. Semua ini berkat doa yang selalu beliau panjatkan dan selalu meridhai jalan hidup yang saya pilih. Untuk teman-teman saya Fira, Wanda, Nadia, Tasya, Mumuk dan Buy yang selalu membantu dan meluangkan waktu meski sekedar menyapa dan mendengarkan keluh kesah saya.

HALAMAN MOTTO

“Jadilah orang yang baik sekali, sampai yang lain pun bingung mau membenci atas dasar alasan apa” -Ian Hugen-

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadhirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul "Pengaruh Karakteristik *Marketing* Syariah Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Malang Soetta". Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Kepada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, LC., M.EI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yayuk Sri Rahayu, M.M. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. Siswanto, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya dan sumbangan pemikiran guna memberi bimbingan, arahan, dan masukan dalam penelitian skripsi ini hingga penelitian ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Tiara Juliana Jaya, M.Si. selaku Wali Dosen selama saya menuntut ilmu di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Bapak dan Ibu dosen Perbankan Syariah yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama menempuh studi di Universitas ini, beserta seluruh staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Ayah dan Ibu yang sepenuh hati memberikan motivasi, dukungan dan do'a sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

8. Seluruh staff Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tulungagung yang telah mengizinkan untuk penelitian skripsi ini.
9. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi program studi S1 Perbankan Syariah angkatan kelima yang telah banyak membantu serta memberikan dukungan dan sumbangsih pemikiran dalam memperlancar penulisan penelitian ini.
10. Seluruh responden yang telah membantu dan meluangkan waktu dalam proses pengumpulan data.
11. *Last but not least, don't forget to thank you, self too. Thanks me.*

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. *Amin ya Robbal 'Alamin.*

Malang, 02 November 2021

Naya Nurulita

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN

HALAMAN JUDUL i

HALAM PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAM PERNYATAAN iv

HALAMAN PERSEMBAHAN v

HALAMAN MOTTO vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

ABSTRAK xv

***ABSTRACT* ..... xvi**

المستخاص **..... xvii**

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Manfaat Penelitian 8

BAB II KAJIAN TEORI 9

2.1 Penelitian Terdahulu 9

2.2 Kajian Teori 13

2.2.1Kualitas Pelayanan 13

2.2.2 Minat Masyarakat 18

2.2.3 Keputusan Memilih 23

2.3 Hubungan Antar Variabel 28

2.3.1 Hubungan KualitasPelayanan dan Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah 28

2.3.2 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Minat Masyarakat Memilih Produk Perbankan Syariah 29
2.3.3 Hubungan Minat Masyarakat dan Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah 30
2.4 Kerangka Konseptual 30
2.5 Hipotesis 31
BAB III METODE PENELITIAN 34
3.1 Jenis Pendekatan Penelitian 34
3.2 Lokasi Penelitian 34
3.3 Populasi dan Sampel 35
3.3.1 Populasi 35
3.3.2 Sampel 35
3.4 Data dan Jenis Data 35
3.4.1 Data Primer 35
3.5 Teknik Pengumpulan Data 36
3.6 Definisi Operasional Variabel 37
3.6.1 Variabel Bebas *(Independent)* 38
3.6.2 Variabel Terikat *(Dependent)* 38
3.6.3 Variabel Mediasi (*Intervening*) 38
3.6.4 Instrumen Penelitian 39
3.7 Analisis Data 42
3.7.1 Uji Kualitas Data 42
3.7.2 Uji Asumsi Klasik 43
3.7.3 Analisis Jalur (*Path Analysis*) 45
3.7.4 Uji Hipotesis 49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 51
4.1 Hasil Penelitian 51
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 51
4.1.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung 53
4.1.3 Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia 54
4.1.4 Gambaran Umum Responden 54
4.1.5 Hasil Analisis Deskriptif 56

4.1.6 Uji Kualitas Data 68
4.1.7 Uji Asumsi Klasik 71
4.1.8 Analisis Jalur (*Path Analysis*) 74
4.1.9 Perhitungan Pengaruh 77
4.1.10 Pemeriksaan Validitas Model 78
4.1.11 Interpretasi Hasil Analisis 78
4.1.10 Analisis Sobel 79
4.2 Pembahasan 81
4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah 81
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Memilih Produk Perbankan Syariah 83
4.2.3 Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah 84
BAB V PENUTUP 86
5.1 Kesimpulan 86
5.2 Saran 87
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Nasabah Di Indonesia.....2
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (Eks Bank Syariah Mandiri) Tahun 2015-2018.....3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan 9
Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Kuesioner.....37
Tabel 3.2 Instrumen Indikator Variabel.....39
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....55
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....55
Tabel 4.3 Klasifikasi Skor Responden.....57
Tabel 4.4 Tanggapan Variabel Kualitas Pelayanan 57
Tabel 4.5 Tanggapan Variabel Minat Masyarakat.....61
Tabel 4.6 Tanggapan Variabel Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah 64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas 69
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....70
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas 71
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....72
Tabel 4.11 Hasil Uji t (Uji Parsial) Regresi Model 1 Coefficients[a].....74
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi Regresi Model 1 Model Summary 75
Tabel 4.13 Hasil Uji t (Uji Parsial) Regresi Model 2 Coefficients[a].....75
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi Regresi Model 2 Model Summary 76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....30
Gambar 3.1 Diagram Jalur.....46
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah KCP Tulungagung.....53
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi 1.....73
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi 2.....73
Gambar 4.4 Model Analisis Jalur 79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Penelitian
Lampiran 3	Hasil Ouput SPSS
Lampiran 4	Hasil Cek Plagiarisme
Lampiran 5	Surat Keterangan Bebas Plagiarisme
Lampiran 6	Jurnal Bimbingan Tugas Akhir
Lampiran 7	Biodata Peneliti

ABSTRAK

Naya Nurulita, 2021, SKRIPSI. Judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah Dengan Minat Masyarakat Sebagai Variabel *Intervening* Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung"

Pembimbing : Dr. Siswanto, M.Si

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Keputusan Memilih, Minat Masyarakat

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah dengan minat masyarakat sebagai variable *intervening* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung menggunakan teknik pengambilan sampel *accindental sampling* dengan 112 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dan analisis uji parsial.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah, dimana nilai signifikan kualitas pelayanan menujukkan hasil lebih besar dari 0,05 yaitu 0,165. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat yang ditunjukkan dengan hasil nilai signifikan sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05 dan minat masyarakat berpengaruh terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah yang ditunjakkan dengan hasil signifikan sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05.

Dari hasil penelitian ini kualitas pelayanan sangat berguna untuk peningkatan minat masyarakat dengan keputusan memilih sebagai mediator di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung secara optimal.

ABSTRACT

Naya Nurulita, 2021, THESIS. Title: "The Influence of Service Quality on the Decision to Choose Sharia Banking Products With Public Interest as Intervening Variables In Bank Syariah Indonesia Branch Office Helper Tulungagung "

Advisor : Dr. Siswanto, M.Si

Keyword : Quality of Service, Decision to Choose, Public Interest

The purpose of this study is to find out the influence of service quality on the decision to choose Islamic banking products with public interest as variable *intervening* in Bank Syariah Indonesia Tulungagung Auxiliary Branch Office. The study was conducted at Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung using *accindental sampling* techniques with 112 respondents. The analytical methods used are*path analysis*and partial test analysis.

The result showed that the quality of service had no effect on the decision to choose islamic banking products, where thw significant value of service quality showed results greater than 0,05, which was 0.165. The quality of service affects the interest of the community which is shown with a significant value result of 0,000 which is smaller than 0.05 and public interest affects the decision to choose Islamic banking products that are raised with a significant result of 0,000 which is smaller than 0,05.

From the results of this research, the quality of service is very useful for increasing public interest with the decision to choose as a mediator at Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung optimally.

المستخاص

نايا نوروليتا، ٢٠٢١، البحث الجامعي. "أثر جودة الخدمة على قرار اختيار المنتجات المصرفية الإسلامية واهتمام المجتمع كمتغير متدخل في مكتب البنك الإسلامي الإندونيسي الفرعي المساعد تولونغاجونج

". المشرف: د. سيسوانطا، الماجستير.

الهدف من هذا البحث هو معرفة أثر جودة الخدمة على قرار اختيار المنتجات المصرفية الإسلامية و اهتمام المجتمع كمتغير متدخل في مكتب البنك الإسلامي الإندونيسي الفرعي المساعد تولونغاجونج. وقد أجري البحث في مكتب البنك الإسلامي الإندونيسي الفرعي المساعد تولونغاجونج باستخدام طريقة أخذ العينات التراكمية مع ١١٢ من المشاركين. طريقة التحليلية المستخدمة هي تحليل المسار وتحليل الاختبار الجزئي.

وأظهرت النتائج أن جودة الخدمة لم يكن لها أي أثر على قرار اختيار المنتجات المصرفية الإسلامية، حيث أظهرت القيمة الأهمية لجودة الخدمة أكبر من ٠.٠٥، وهي ٠.١٦٥. أثرت جودة الخدمة على اهتمام المجتمع حيث تظهر بنتيجة قيمة أهمية قدرها ٠.٠٠٠ وهو أقل من ٠.٠٥ وأثر اهتمام المجتمع على قرار اختيار المنتجات المصرفية الإسلامية التي يتم رفعها بقيمة أهمية قدرها ٠.٠٠٠ وهو أقل من ٠.٠٥.

من نتيجة هذا البحث، جودة الخدمة مفيدة جدا لرفع اهتمام المجتمع بقرار الاختيار كوسيط في البنك الإسلامي الإندونيسي المكتب الفرعي المساعد تولونغاجونج على النحو الأمثل.

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah di dalam operasionalnya. Di mana dalam operasionalnya terdiri dari tiga jenis kegiatan seperti penghimpunan dana dalam bentuk simpanan , penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan serta penawaran dalam bentuk jasa. Sebagai lembaga keuangan syariah, bank syariah memiliki tujuan untuk mewujudkan keadilan dan kesejahteraan hidup manusia secara umum. Keadilan yang dimaksud adalah menciptakan keseimbangan dalam bermuamalah, tidak mendholimi sesama demi mendapatkan hasil yang banyak dengan menggunakan cara yang bahil (Darmawan & Ridlwan, 2018).

Saat ini pertumbuhan ekonomi di Indnesia banyak dipengaruhi oleh konsumsi domestik yang cukup besar, industri yang berperan besar dalam perekonomian Indonesia yaitu perbankan syariah. Hingga saat ini perbankan syariah masih terus mempertahankan eksistensinya dalam industri keuangan dengan proses perkembangannya yang cukup menakjubkan (Alhamid, 2019). Berikut ini adalah perkembangan jumlah nasabah pembiayaan bank syariah di Indonesia dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2021 :

Tabel 1.1

Perkembangan Jumlah Nasabah Dana Pihak Ketiga (Simpanan Wadiah, Investasi Non Profit Sharing, Investasi Profit Sharing) Bank Syariah Di Indonesia Tahun 2016-2021 Per 30 Juni

Tahun	Jumlah Nasabah Dana Pihak Ketiga Bank Syariah	Kenaikan Jumlah Nasabah
2016	15.488.398	584.292
2017	17.955.556	2.467.158
2018	19.996.197	2.040.641
2019	22.120.609	2.124.412
2020	23.272.903	1.152.294
2021	31.193.964	7.921.061

Sumber : Statistik Perbankan Syariah, OJK (2016-2020)

Dari **Tabel 1.1** dapat dilihat jika jumlah nasabah perbankan syariah saat ini terus mengalami pertumbuhan, di mana hal ini sudah menunjukkan bahwa perbankan syariah berada dalam tren positif. Selain itu, saat ini kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah terus mengalami peningkatan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang tidak takut lagi menggunkan perbankan syariah dan merasa bank syariah tidak lebih buruk dari bank konvensional.

Pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda bersejarah bergabungnnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah. Tiga bank syariah yang dimiliki oleh bank BUMN bergabung untuk menyatukan kelebihan yang dimiliki oleh masing-masing bank tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan bank syariah kebanggan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas.

Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung merupakan lembaga keuangan yang diminati oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena rata-rata masyarakat Tulungagung beragama muslim. Dimana data yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik Tulungagung menyebutkan bahwa jumlah pemeluk agama islam di Tulungagung pada tahun 2018 berjumlah 1.140.760 orang. Faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih Bank Syariah Indonesia adalah kualitas pelayanan dari lembaga itu sendiri.

Tabel 1.2

Perkembangan Jumlah Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (Eks Bank Syariah Mandiri) Tahun 2015-2018

Tahun	Jumlah Nasabah
2015	10.358
2016	11.245
2017	12.185
2018 (Oktober)	13.921

Sumber : Data Nasabah Bank Syariah Mandiri Tahun 2020

Berdasarkan **Tabel 2.1** membuktikan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Tulugagung memiliki nasabah yang terus meningkat setiap tahunnya dan merupakan bank syariah terbesar di Tulungagung memungkin jika semakin baik pelayanan dari Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung, maka semakin banyak masyarakat yang memutuskan untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia. Untuk menjaga eksistensinya Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung tidak terlepas dari problematika dalam pemuasan nasabah. Sama seperti bank pada umumnya, Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung berusaha menerapkan pelayanan yang terbaik dan bermutu dalam melayani nasabahnya. Kepuasan nasabah merupakan hal penting yang

tidak boleh diabaikan, karena hal tersebut merupakan aspek penting yang bermutu bagi masyarakat perlu ditingkatkan.

Dengan banyak melihat perkembangan dan dengan bukti bahwa pada awal beroperasi Bank Syariah Indonesia sudah mampu menjadi magnet pelaku usaha dan investor di bursa saham yang ditunjukkan dengan kenaikan nilai saham yang signifikan serta banyak berdirinya perbankan syariah di Indonesia kita dapat mengambil kesimpulan bahwa saat ini persaingan didalam dunia bisnis semakin ketat (Alhusain, 2021). Hal tersebut mewajibkan para pelaku bisnis untuk memperbaiki kinerja perusahaanya agar dapat ikut andil dalam persaingan dengan perusahaan yang sejenis. Salah satu usaha yang dilakukan untuk memperbaikinya yaitu dengan memaksimalkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan usaha yang paling penting dalam mempertahankan nasabahnya. Dengan memberikan pelayanan yang baik nasabah akan merasa puas dengan kinerja perbankan tersebut. Bagi perbankan syariah, kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting dan harus diperhatikan, karena pelayanan yang baik dapat membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan di era globalisasi saat ini (Yulianti, 2015).

Dalam industri perbankan syariah yang kompetitif ini, bank syariah wajib memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi. Selain pelayanan yang berkualitas tinggi, bank syariah juga harus mengenalkan produk yang dimiliki dengan cara yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabahnya. Karena pelayanan dan produk yang baik dan jelas bertujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. Karena semakin baik kualitas pelayanan dan semakin jelas produk yang ditawarkan, maka akan semakin besar pula keputusan nasabah dalam memilih dan menggunakan produk perbankan syariah tersebut (Hidayat & Akhmad, 2015).

Banyak penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nabasah dalam memilih produk perbankan syariah, di mana penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah, hasil ini disebabkan oleh penampilan karyawan perbankan syariah yang sangat santun dan ramah dalam melayani konsumen (Hastharita, 2020). Pada penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk mengambil keputusan menjadi nasabah di bank syariah tersebut (Wahyuni, 2018). Penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas yang terdapat pada pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BNI Syariah KC Surabaya (Firmansyah, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Bajga juga menujukkan hasil bahwa semakin tinggi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk mengambil keputusan menjadi nasabah di bank syariah tersebut dan minat menjadi nasabah juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah (Sumantri, 2014). Adapun penelitian lainnya juga menujukkan hasil bahwa tersapat pengaruh positif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BNI Syariah KC Surabaya. Pada penelitian lainnya juga menujukkan hasil bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan, loyalitas dan keputusan memilih dan melakukan transaksi ulang pada di Bank Mandiri Syariah (Hidayat & Akhmad, 2015). Penelitian lainnya menujukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial

terhadap keputusan menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri di Kota Medan (Daulay, 2011.)

Selain kualitas pelayanan, minat masyarakat juga memiliki peran penting dalam menghadapi persaingan perbankan syariah yang semakin ketat. Untuk dapat menarik minat masyarakat, maka setiap perbankan syariah harus mengetahui apa saja keinginan dan kebutuhan terhadap produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan yang ditawarkan. Sebagai lembaga keuangan, bank syariah perlu mengonsumsikan setiap produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat luas mengetahui serta memahami fasilitas dan jenis-jenis produk perbankan syariah, sehingga menarik minat masyarakat untuk membeli manfaat dari produk dan jasa bank syariah. Produk dan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat (Hutagalung, 2014).

Dengan adanya minat masyarakat, maka akan ada keputusan memilih produk perbankan syariah. Di mana keputusan memilih produk perbankan syariah merupakan seleksi yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih pilihan dan memilih salah satu diantaranya yang kuat hubungannya dengan kerakter personal dan pengambilan keputusan (Hamzah & Purwati, 2019).

Melihat bahwa secara umum nasabah Bank Syariah Indonesia KCP tidak sepenuhnya menjadi nasabah karena faktor religiusitas, maka perlu kiranya ada faktor lain atau pengaruh lain yang dapat ikut menentukan keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Dengan melihat jumlah penduduk Kota Tulungagung dan rata-rata beragama muslim dan Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung merupakan bank syariah terbesar di

Tulungagung dan memiliki banyak nasabah saya menjadi Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sebagai temapt penelitian saya.

Dari latar belakang semua pembahasan di atas, penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai latar belakang kualitas pelayanan dan minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah Dengan Minat Masyarakat Sebagai Variabel *Intervening* Di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Apakah kuliatas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
3. Apakah minat masyarakat yang menjadi nasabah BSI KCP Tulungagung berpengaruh terhadap keputusan memilih produk Bank Syariah Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.
2. Untuk menganalisi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam memilih dan menggunakan produk Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung secara bersama-sama
3. Untuk menganalisis bagaimana minat masyarakat khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung bisa berpengaruh terhadap memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

1. Bagi akademis, penulis berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk menambah informasi mengenai hal-hal yang melatar belakangi kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung dan minat masyarakat terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah.
2. Bagi penulis, penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengalaman dibidang penelitian mengenai pengaruh kualitas dan faktor yang memengaruhi minat masyarakat terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.
3. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan mengenai pelayanan dan produk yang diberikan oleh perbankan Syariah

BAB II
KAJIAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah kumpulan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu yang mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, minat masyarakat dan keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah. Penelitian terdahulu digunakan sebagai penunjang adanya perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian selanjutnya. Penelitian terdahulu yang dijadikan referensi pada penelitian ini yaitu :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian,	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Hastharita R (2020), "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Jasa Bank Syariah di Makassar",	Lingkungan, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Nasabah	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bawa **faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif** dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah, hasil ini disebabkan oleh penampilan karyawan perbankan syariah yang sangat santun dan ramah dalam melayani konsumen (Hukum et al., 2020).
2.	Firmanasyah A. F. (2019), "Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan	Pengetahun Nasabah, Kualitas Pelayanan,	Pendekatan *Probability Sampling* Dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa **terdapat pengaruh positif kualitas**

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian,	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah"	Keputusan Menjadi Nasabah.	Teknik *Simpel Random.*	**pelayanan terhadap keputusan** menjadi nasabah di Bank BNI Syariah KC Surabaya.
3.	Syed Faraz Ali dan Muhammad Naeem (2019) "*Does service quality increase the level of banks performance Comparative analysis between conventional and Islamic banks*" *conventional and Islamic banking.*	*Service quality, Islamic banks, Conventional banks, Comparatie study, Banks performane*	uji regresi berganda dan uji t sampel independen	tingkat layanan pelanggan dan kualitas layanan yang tinggi **dapat meningkatkan** level bank kinerja, persepsi positif pelanggan, ulasan layanan, keterlibatan layanan, sosial pengaruh, dari mulut ke mulut dan loyalitas pelanggan (Ali & Naeem, 2019).
4.	Sony Setiawan, (2019) "Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Kota Salatiga Menggunakan Jasa Pembiayaan Di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening".	*Brand Image*, Persepsi Kualitas Pelayanan, Minat, Keputusan	Analisis ini meliputi uji validita, uji reliabilitas, koefisien determinan (R2), uji F test, uji statistik T test, uji asumsi klasik dan path analysis	*Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Persepsi kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat. Minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. Variabel minat mampu memediasi pengaruh *brand image* terhadap keputusan. Namun variabel minat **tidak mampu memediasi pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap keputusan** masyarakat kota Salatiga

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian,	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				menggunakan jasa pembiayaan di bank syariah (Setiawan, 2019).
5.	Wahyuni S (2018), "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah"	Persepsi, Kualitas Pelayanan, Bagi Hasil, Minat Masyarakat	Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa **semakin baik kualitas pelayanan bank syariah dapat menimbulkan persepsi yang baik** yang pada akhirnya dapat menimbulkan minat pada diri seseorang menjadi nasabah bank syariah.
6.	Hutagalung (2017), "Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Minat Masyarakat Pada Bank Syariah"	Kualitas Pelayanan, Bagi Hasil, Minat Masyarakat, Nasabah Bank Syariah	Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa **kualitas pelayanan dapat memengaruhi minat seseorang**. Kualitas pelayanan mencerminkan suatu kinerja dari jasa yang diberikan. Semakin baik kualitas pelayanan bank syariah dapat menimbulkan persepsi yang baik yang pada akhirnya dapat menimbulkan minat pada diri seseorang menjadi nasabah bank syariah (Hutagalung, 2014).
5.	Yulianti R (2015), "Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh"	*Religious Motives, Services Quality*	Regresi Linear Berganda	Hasil dari penelitian tersebut menujukkan bahwa **minat (motif religious) berpengaruh secara positif terhadap variable pertimbangan nasabah dalam memutuskan** memilih produk bank syariah (Yulianti, 2015).

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian,	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
6.	Sumantri B (2014), "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah diBank Syariah"	Kualitas Pelayanan, Produk Pembiayaan, Bank Syariah	Analisis Jalur	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa **semakin tinggi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk mengambil keputusan menjadi nasabah di bank syariah tersebut.** Selain itu minat menjadi nasabah juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah (Sumantri, 2014).
7.	Astuti T dan Mustikawati R (2013), "Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah"	Persepsi Nasabah, Tingkat Suku Bunga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Menabung	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa **kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung** nasabah (Astuti & Mustikawati, 2013).
8.	Asma Abdul Rehman (2012) "*Customer satisfaction and service quality in Islamic banking A comparative study in Pakistan, United Arab Emirates and United Kingdom*" .	*Pakistan, United Kingdom, United Arab Emirates, Banks, Islam, Customer satisfaction, Service quality, Islamic banks*	*Descriptive statistics and regression analysis has been applied to analyze the data.*	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa **pelanggan perbankan Islam Pakistan dan Inggris mempertimbangkan jaminan, keandalan, dan empati sebagai faktor signifikan untuk kepuasan pelanggan, sedangkan UEA pelanggan menganggap jaminan dan berwujud**

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian,	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				sebagai dimensi kepuasan yang signifikan (Abdul Rehman, 2012)**.**

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan pada *gap research* tersebut dalam tabel 2.1 menunjukkan perbedaan hasil penelitian pada uji pengaruh mediasi, maka penulis memutuskan untuk menguji kembali variabel-variabel terkait dalam hipotesis penilitian ini untuk mendapatkan hasil pengujian terbaru yang lebih relevan.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Kualitas Pelayanan

A. Pengertian Kualitas

Menurut Tjiptono dalam (Wahab, 2017) kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan prosuk jasa, manusia, proses dan lingkungan nyang memenuhi atau melebihi harapan.

Maksud dari pengertian diatas dapat diringkas sebagai berikut: Apabila barang atau jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas barang dan jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika barang atau jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitasnnya dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknnya kualitas barang atau jasa tergantung pada kemampuan penyedia dalam hal ini produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Adapun faktor yang

mempengaruhi kuliatas: fungsi suatu produk, wujud luar, biaya barang/penyedia jasa.

B. Pengertian Pelayanan

Bagi suatu perusahaan, pelayanan memiliki peran penting dalam usaha bisnis, dikarenakan keberhasilan suatu produk sangat ditentukan baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Pelayanan merupakan setiap kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan agar terpenuhi keinginan dan kebutuhannya. Dimensi kualitas pelayanan menurut Zeithaml et.al dalam (Wahab, 2017) dari hasil penelitian pada 12 fokus grup di Amerika, menghasilkan adanya 10 dimensi kualitas pelayanan dan selanjutnya disederhanakan menjadi 5 dimensi:

1. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang semestinya dengan cepat.
2. Ketanggapan (*Responsiveness*) adalah keinginan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan sesuai harga.
3. Empati (*Empathy*) adalah memiliki rasa memperhatikan dan memelihara pada masing-masing nasabah/pelanggan.
4. Kepastian (*Assurance*) adalah pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuannya untuk memberi kesan dapat dipercaya dan penuh keyakinan.
5. Keberwujudan (*Tangible*) adalah penampilan fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personil dan perlengkapan-perlengkapan komunikasi.

C. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi manajemen pemasaran yang dominan terhadap keberhasilan suatu perusahaan. Pengembangan kualitas pelayanan sangat didorong oleh kemajuan teknologi, kondisi persaingan antar perusahaan, tahap perekonomian dan sosial budaya yang ada pada masyarakat. Kualitas pelayanan yang dilakukan perusahaan menjadi suatu keharusan untuk mendapatkan kepercayaan para pelanggan.

Menurut Kolter (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan .apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan,maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan .kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantikan akan menjadi pelanggan setia. Menurut Goesth dan Davis (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa ,manusia, proses,lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen.

Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan penilaian pada tingkat pelayanan perusahaan terhadap pemenuhan kebutuhan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan para pelanggan secara maksimal.

Dalam berbisnis dilandasi dua hal pokok kepribadian yang amanah dan tepercaya, serta mengetahui keterampilan yang berkualitas. Dalam islam mengajarkan kepada umatnya, apabila ingin memberikan hasil usaha baik

berupa barang atau jasa maka harus dilakukan sesuai dengan ketepatan waktu serta pelayanan untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan dan tidak memberikan sesuatu yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267 :

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنَ الْاَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّآ اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاعْلَمُوْٓا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ (٢٦٧)

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman! Infakanlah sebagian dari usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji". (Q.S Al-Baqarah : 267)

Ayat tersebut menegaskan bahwa konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah untuk nasabah harus benar-benar diperhatikan hal ini berkaitan dengan harapan masyarakat, mereka ingin mendapatkan pelayanan yang baik oleh bank syariah.

Mengenai kualitas pelayanan juga dijelaskan dalam salah satu hadist, Rasulullah bersabda :

عن جابربن عبد الله رضى الله عنهما انَّرسول الله صلَّى الله عليه وسلَّم قال رحم الله رجلا سمحا اذا باع واذا اشترى واذا قتضى)رواه البخارى(

Artinya: "Dari Jabir bin Abdullah ra, bahwasannya Rasulullah saw bersabda: Allah menyayangi seseorang yang bermurah hati ketika menjual, ketika membeli dan ketika mengadakan penagihan." (HR. Bukhari)

Dari hadist tersebut menerangkan bahwa pelayanan dalam pekerjaan atau perusahaan yang berdasarkan pada agama islam, pelaku pembisnis muslim diharuskan untuk berperilaku dalam bisnis mereka sesuai yang dianjurkan Al-Qur'an dan Sunnah. Sopan santun adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku, dan ia juga merupakan basic dari jiwa melayani dalam bisnis atau perusahaan. Sehingga pemilik atau karyawan bank syariah juga harus melakukan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dianjurkan oleh Al-Qur'an dan Sunnah.

D. Manfaat Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik pula untuk perusahaan. Menurut Kottler, Hayes dan Bloom (2016) pelayanan merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan, maka ini dapat memberikan keuntungan tersendiri dari perusahaan seperti:

1. Pelanggan akan setia

   Pelanggan atau konsumen akan setia kepada perusahaan karena konsumen merasa pelayanan perusahaan sangat baik, pelanggan bisa jadi akan menjadi pelanggan tetap perusahaan tersebut.

2. Pelanggan bisa menjadi media iklan

   Pelanggan bisa menjadi media iklan gratis dengan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan, pelanggan bisa saja menyebarkan mengenai hal tersebut kepada rekan rekan atau tetangganya sehingga perusahaan bisa menjadi lebih dikenal.

3. Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin

Dengan semakin banyaknya pelangggan tetap perusahaan, maka perusahaan tidak perlu khawatir tidak akan mendapatkan pelanggan, karena sudah adanya para pelanggan tetap tersebut.

4. Pelanggan tidak akan mempermasalahkan mengenai harga karena rasa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, maka pelanggan tidak akan mempermasalahkan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan.
5. Pelanggan merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi

   Kebutuhan pelanggan bukan hanya dari kualitas produk, melainkanjuga dari segi kualitas pelayanan perusahaan. Dengan pelayanan yang baik, maka pelanggan akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan.
6. Nama baik perusahaan meningkat

   Hal ini dikarenakan semakin banyaknya pelanggan yang merasa puas dan menjadi pelanggan yang setia sehingga nama baik perusahaan meningkat di mata semua pelanggan.
7. Unggul dalam persaingan bisnis

   Perusahaan bisa dikatakan satu langkah didepan perusahaan lainnya dalam bersaing karena pelanggan telah mempercayai baik dari segi pelayanan maupun kualitas produk perusahaan tersebut.

2.2.2 Minat Masyarakat

A. Pengertian Minat

Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut (Astuti

& Mustikawati, 2013) minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatankegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki (Fetrizen & Aziz, 2019).

Dalam dunia perbankan yang dimaksud dengan konsumen atau pelanggan adalah nasabah. Menurut undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan pasal 1, “Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan”.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa minat menabung nasabah adalah keinginan yang datang dari diri nasabah untuk menggunakan produk atau jasa bank atau melakukan penyimpanan atas uang mereka di bank dengan tujuan tertentu. Dalam Al-Qur’an surat Al-Isra’ ayat 84 dijelaskan :

قُلْ كُلٌّ يَّعْمَلُ عَلٰى شَاكِلَتِهٖۗ فَرَبُّكُمْ اَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ اَهْدٰى سَبِيْلًا ع

Artinya: “Katakanlah (Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing.” Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya”.

Dari ayat Al-Qur’an di atas dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu proses kejiwaan yang bersifat abstrak yang dinyatakan oleh seluruh keadaan

aktivitas, ada objek yang dianggap bernilai sehingga diketahui dan diinginkan. Sehingga proses jiwa menimbulkan kecenderungan perasaan terhadap sesuatu, gairah atau keinginan terhadap sesuatu. Bisa dikatakan pula bahwa minat menimbulkan keinginan yang kuat terhadap sesuatu. Perkembangan minat masyarakat terhadap perbankan syariah semakin, dalam hal ini pemahaman masyarakat tentang syariat islam di sektor perbankan syariah menjadi lebih efektif. Sehingga diperlukan informasi yang lebih lengkap mengenai bank syariah tersebut agar menimbulkan minat yang lebih kuat.

B. Fungsi Minat

Minat merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi usaha seseorang dalam mencapai sesuatu. Minat yang tinggi akan menjadikan seseorang serius dan gigih dalam berusaha guna mencapai tujuan yang ingin dicapai. Minat sangat berfungi bagi manusia karena dapat mengarahkan seseorang untuk mencapai tujuan hidupnya, sehingga dapat membawa manusia pada hal-hal yang dianggap tidak perlu menjadi sesuatu yang bermanfaat dalam dirinya, karena timbulnya kesadaran untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa membebani orang lain.

Selain itu minat juga memberikan pandangan hidup seseorang atau seluruh pendaharaan seseorang (Whiterington, 1999:136) Pendapat tersebut mengemukakan bahwa minat berfungsi untuk mendorong serta mengarahkan seseorang pada cita-cita yang diinginkan karena adanya kesadaran untuk menjadi lebih baik dengan menjdaikan dirinya sendiri.

Dalam fungsi minat ini terdapat hubungan antara motif dengan minat, seperti yang dikemukakan oleh Purwanto (2010:56) bahwa minat

mengarahkan perbuatan kepada suatu tujuan dan merupakan dorongan bagi perbuatan itu. Pendapat tersebut dapat diartikan bahawa dalam diri manusia menggunakan motif untuk berinteraksi dengan dunialuar. Dari motif tersebut akan timbul minat terhadap sesuatu. Objek yang menarik minat seseorang, akan memotivasi untuk berbuat lebih giat dan lebih baik.

C. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), faktor merupakan suatu hal (keadaan atau peristiwa) yang dapat memengaruhi atau menyebabkan terjadinya sesuatu. Faktor-faktor yang memengaruhi minat, yaitu :

1. Faktor Budaya

   Faktor budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar untuk mendapatkan nilai, persepsi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor ini berpengaruh paling luas terhadap tingkah laku konsumen.

2. Faktor Sosial

   Faktor sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hieraksisi serta anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. Kelas sosial ditentukan oleh faktor pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variable lain. Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh sosial seperti kelompok acuan, keluarga dan peran serta status.

3. Faktor Kepribadian

Faktor kepribadian dapat diartikan sebagai karakteristik yang dimiliki seseorang yang berbeda dengan orang lain dan menyebabkan tanggapan yang konsisten serta bertahan lama terhadap lingkungan. Keputusan dalam hal membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, seperti usia dan tingkatan kehidupan, jabatan, keadaan perekonomian dan gaya hidup.

4. Faktor Psikologis

Dalam hal ini pilihan pembelian konsumen dipengaruhi oleh 4 faktor, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan keyakinan atau sikap.

D. Indikator Minat Masyarakat

1. Dorongan dari dalam

Menurut Sadirman (2001:87) dalam minat terdapat faktor intrinsik yaitu motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Dalam hal ini terdapat alasan tersendiri mengapa masyarakat terdorong memilih menggunakan produk bank syariah.

2. Motif sosial

Motif sosial disajikan beberapa definisi menurut para ahli, Menurut Heckhausen (1980) berpendapat bahwa motif sosial adalah motif yang menunjukan bahwa tujuan yang ingin dicapai mempunyai interaksi dengan orang lain. Menurut Barkowist (1969) motif sosial adalah motif yang mendasari aktivitas individu dalam mereaksikan orang lain. Max Crimon dan Messick (1976) mengatakan bahwa seseorang yang menunjukkan

motif sosial, jika ia dalam membuat pilihan memperhitungkan akibatnya bagi orang lain. Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa definisi motif sosial adalah motif yang timbul untuk memenuhi kebutuhan individu dalam hubungannya dengan lingkungan sosialnya

3. Faktor emosional

   Emosional didasarkan pada perasaan atau sikap seseorang dalam bereaksi pada suatu kondisi. Emosional adalah suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis, psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Pada suatu perbankan syariah sangat dibutuhkan yang namanya faktor emosional terhadap nasabahnya. Nasabah yang bersifat emosional, dimana mereka lebih mengedepankan aspek religius atau rohani seperti begitu sukarela menggunakan perbankan syariah dalam segala transaksi tanpa ada dorongan atau pengaruh pemasaran perbankan.

4. Realisasi minat nasabah

   Definisi realisasi adalah tindakan untuk mencapai sesuatu yang direncanakan atau diharapkan. Dalam hal ini pihak bank ingin merealisasikan atau mewujudkan apa yang menjadi minat nasabah dalam memilih menggunakan bank syariah.

2.2.3 Keputusan Memilih

A. Pengertian Keputusan Memilih

Kehidupan manusia adalah kehidupan yang selalu diisi oleh peristiwa pengambilan keputusan atau memilih keputusan. Kita dapat mengatakan “tiada hari tanpa memilih keputusan”. Adanya asumsi bahwa segala tindakannya merupakan pencerminan hasil proses pengambilan keputusan

dalam pikirannya, sehingga sebenarnya manusia sudah sangat terbiasa dalam membuat keputusan. Sejak proses identifikasi masalah sampai pemilihan solusi terbaik inilah yang disebut proses memilih keputusan. Keputusan memilih dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental dan kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan diantaranya beberapa alternatif yang tersedia. Menurut (Narti et al., 2019) Pada dasarnya pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan sistematis pada hakekat suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta, penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi, dan pengambilan tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat. Pembuat keputusan kerap kali dihadapkan dengan kerumitan dalam lingkup pengambilan keputusan dengan data yang banyak. Untuk suatu kepentingan sebagian besar pembuat keputusan dengan mempertimbangkan manfaat yang dihadapkan pada suatu keharusan untuk mengandalkan seperangkat sistem yang mampu memecahkan masalah efisien dan efektif.

Dalam islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam ayat al-Qur’an yang bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktivitas. Dalam al-Qur’an dijelaskan ayat tentang sikap hati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam al-Qur’an surat Al-Hujarah ayat 6 yang berbunyi:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنْ جَآءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْٓا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًاۢ بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ(٦)

Artinya :"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu". (Q.S Al-Hujarah : 6)

Dari ayat di atas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima sesuatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya kita periksa dan teliti terlebih dahulu sebelum akhirnya menyesal dikemudian hari. Ayat ini juga dapa disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat suatu keputusan untuk dikonsumsi atau menggunakan suatu produk. Sehingga sebelum memutuskan memilih meggunakan produk perbankan syariah hendaknya nasabah mengetahui terlebih dahulu kebutuhan atau masalah yang dihadapinya.

Selain berhati-hati dalam memilih keputusan, hendaknya juga meninggalkan keraguan dalam memilih, seperti yang dijelaskan dalam hadist yang diriwayatkan oleh At-Tirmidzi dan An-Nasa'i At-Tirmidzi sebagai berikut :

حفظه الله عَنْ أَبِي مُحَمَّدٍ الْحَسَنِ بْنِ عَلِيّ بْنِ أَبِي طَالِبٍ سِبْطِ رَسُولِ اللَّهِ صلى الله عليه و سلم وَرَيْحَانَتِهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، قَالَ: حَفِظْت مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صلى الله عليه و سلم "دَعْ مَا يُرِيبُك إلَى مَا لَا يُرِيبُك رَوَاهُ التِّرْمِذِيُّ وَالنَّسَائِيُّ، وَقَالَ التِّرْمِذِيُّ : حَدِيْثٌ حَسَنٌ صَحِيْحٌ

Artinya : "Dari Abu Muhammad al-Hasan bin 'Ali bin Abi Thalib, cucu Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam dan kesayangannya Radhiyallahu 'anhuma, ia berkata: "Aku telah hafal dari Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam : 'Tinggalkan apa yang meragukanmu kepada apa yang tidak meragukanmu'."

Dari hadist di atas mengajarkan bahwa sudah menjadi kewajaran bahwa kadang kala manusia bisa merasa ragu. Akan tetapi, atas setiap

keraguan pasti ada rasa yakin di baliknya. Karena itu, pada saat rasa ragu muncul, akan lebih baik jika keraguan tersebut ditinggalkan dan hanya mengambil atau melakukan sesuatu yang diyakini saja. Seperti dalam hal memilih memutuskan memilih menggunakan produk bank syariah hendaknya menghilangkan keraguan karena dengan adanya identifikasi masalah dan berhati-hati dalam menerima informasi rasa ragu tersebut akan hilang.

B. Tujuan Pengambilan Keputusan

Tujuan atas pengambilan keputusan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai berikut (Syamsi, hal:7) :

a. Tujuan yang bersifat tunggal

   Tujuan ini terjadi apabila keputusan yang dihasilkan hanya menyangkut satu masalah, artinya bahwa sekali diputuskan, tidak ada kaitannya dengan masalah lain.

b. Tujuan yang bersifat ganda

   Tujuan ini terjadi apabila keputusan yang dihasilkan itu menyangkut lebih dari satu masalah, artinya satu keputusan yang diambil sekaligus memecahkan dua masalah atau lebih yang sifatnya kontradiktif atau tidak bersifat kontradiktif.

C. Indikator Keputusan Memilih

Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2009) proses pengambil keputusan adalah sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap, yaitu :

1. Pengenalan masalah

Indikator atau proses mengambil keputusan memilih dimulai dengan pengenalan masalah yang didefinisikan sebagai perbedaan atau ketidaksesuaian antara keadaan yang diingikan dengan keadaan yang sebenarnya, yang akan membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan. Proses mengambil keputusan diawali dengan adanya kebutuhan. Kebutuhan timbul karena adanya perbedaan antara keadaan yang sesungguhnya dengan keadaan yang diinginkan. Pengenalan masalah pada hakikatnya tergantung pada banyak ketidaksesuaian antara keadaan aktual dengan keadaan yang diingikan. Jika ketidaksesuaian melebihi tingkat atau ambang tertentu masalah pun akan dikenali sehingga kebutuhan juga akan dikenali. Hasil pemecahan masalah jika masalah dan kebutuhan yang dikenali cukup penting dan pemecahan kebutuhan tersebut dalam batas kemampuannya.

2. Pencarian informasi

   Setelah masalah dikenali, selanjutnya adalah pencarian internal ke memori untuk menentukan solusi yang memungkinkan. Jika pemecahan tidak diperoleh melalui pencarian internal, maka proses pencarian difokuskan pada stimuli eksternal yang relevan dalam menyelesaikan masalah (pencarian eksternal). Pencarian informasi ditentukam oleh situasi, produk, jasa dan karakteristik konsumen (pengetahuan, keterlibatan, kepercayaan dan sikap serta karakteristik demografi).

3. Evaluasi berbgai alternatif

   Setelah konsumen mengumpulkan informasi tentang jawaban alternatif terhadap suatu kebutuhan yang dikenali, maka konsumen mengevaluasi

beberapa pilihan serta menyempitkan pilihan pada alternatif yang sesuai dengan keinginannya.

4. Keputusan memilih

   Setelah konsumen melakukan untuk memutuskan pilihan yang nyata berdasarkan alternatif yang dipilih sesuai keinginannya atau sesuai kebutuhannya. Pemilihan meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dipilih, keputusan memilih atau tidak, waktu pemilihan, dimana dan bagaimana cara transaksinya.

5. Perilaku setelah memilih

   Proses keputusan memilih tidak berhentu pada pengkonsumsian atau keputusan memilih, melainkan berlanjut ke evaluasi setelah memilih, yang mengarah pada respon puas atau tidak puas. Setelah melakukan pemilihan, konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan sesudah digunakan atau dipilih.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah. Ketika masyarakat telah memiliki informasi mengenai suatu perbankan syariah yang ada, maka disitulah kualitas pelayanan mendapatkan peran. Dengan tindakan pelayanan dan komunikasi yang baik, masyarakat akan menngetahui apa saja yang akan diberikan oleh pihak bank syariah kepada nasabahnya, sehingga hal tersebut dapat menambah minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah. Perbankan syariah harus

bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan persepsi yang dimiliki oleh nasabahnya, bahkan harus bisa lebih baik (Munawar et al., 2020). Tetapi terdapat penelitian yang memiliki hasil bahwa kualitas pelayanan tidak terlalu dibutuhkan asalkan produk yang ditawarkan lengkap dan harga terjangkau, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan keputusan untuk memilih melakukan transaksi di perusahaan tersebut (Lianardi & Chandra, 2019).

2.3.2 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Minat Masyarakat Memilih Produk Perbankan Syariah

Kualitas pelayanan sangat dibutuhkan oleh perbankan syariah untuk menarik minat nasabah, karena kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan sebuah usaha. Pada umumnya nasabah bank syariah mempunyai perasaan senang apabila dilayani secara baik oleh petugas bank syariah, misalnya keramahtamahan sikap yang diberikan kepada petugas bank syariah, kecepatan bank syariah dalam melayani pembiayaan, misalnya syarat-syarat yang tidak sulit dan cepat mengakses pengajuan pembiayaan. Maka seperti hal-hal tersebut dijadikan salah satu sarana bank syariah untuk menarik minat nasabah (Faqih, 2020). Akan tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh Risal dan Alexander suatu perusahaan membiarkan konsumen menunggu tanpa ada suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi negatif pada kualitas pelayanan, sehingga berpengaruh negatif juga pada minat konsumen atau nasabah (*91-128-1-PB*, n.d.).

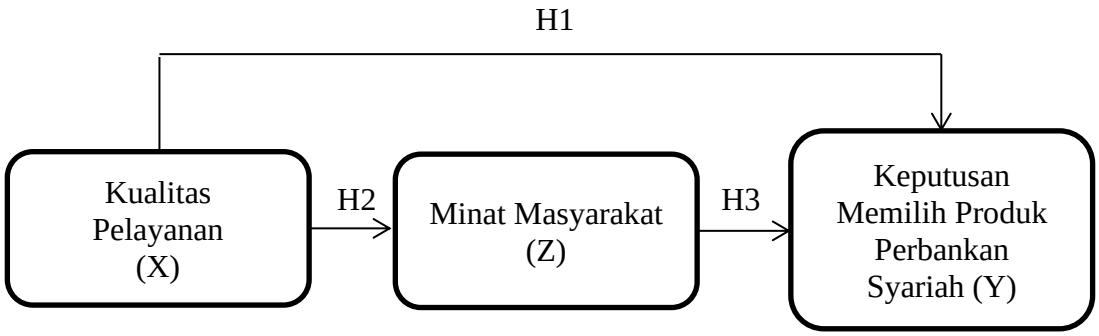
2.3.3 Hubungan Minat Masyarakat dan Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah

Untuk menarik minat masyarakat, maka setiap perbankan syariah harus mengetahui apa saja keinginan dan kebutuhan terhadap produk maupun jasa yang yang sesuai dengan kebutuhan yang ditawarkan. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat luas mengetahui serta memahami apa saja fasilitas dan jenis-jenis produk perbankan syariah, sehingga hal tersebut dapat menarik minat masyarakat untuk memilih produk perbankan syariah. Produk dan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat (Masykuroh, n.d.). Akan tetapi terdapat penelitian yang membuahkan hasil bahwa minat konsumen atau minat nasabah tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian atau pemilihan (Montjai et al., 2014).

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian kajian teori di atas, maka kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Keterangan :

X : Variabel *independent* (Kualitas Pelayanan)

Y : Variabel *dependent* (Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah)

Z : Variabel *intervening* (Minat Masyarakat)

2.5 Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus di uji secara empiris. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah

   Penelitian yang dilakukan oleh Hastharita mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah, hasil ini disebabkan oleh penampilan karyawan perbankan syariah yang santun dan ramah dalam melayani konsumen(Hukum et al., 2020).

   Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Sumatri mendapatkan hasil bahwa semakin tinggi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk mengambil keputusan menjadi nasabah di bank syariah tersebut (Sumantri, 2014).

   H1 = Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Memilih Produk Perbankan Syariah

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni mendapatkan hasil bahwa semakin baik kualitas pelayanan bank syariah dapat menimbulkan persepsi yang baik yang pada akhirnya dapat menimbulkan minat pada diri seseorang menjadi nasabah bank syariah(Wahyuni, 2018).

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Astuti dan Mustikawati mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah (Astuti & Mustikawati, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Hutagalung juga mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan dapat memengaruhi minat seseorang. Kualitas pelayanan mencerminkan suatu kinerja dari jasa yang diberikan. Semakin baik kualitas pelayanan bank syariah dapat menimbulkan persepsi yang baik yang akhirnya dapat menimbulakn minat pada diri seseorang menjadi nasabah bank syariah (Hutagalung, 2014).

H2 = Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Minat Masyarakat Memilih Produk Perbankan Syariah

3. Pengaruh Minat Masyarakat Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah

Penelitian yang dilakukan oleh Yulianti mendapatkan hasil bahwa minat berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah untuk mempertimbangkan dalam memilih produk bank syariah (Yulianti, 2015).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sumatri juga mendapatkan hasil bahwa minat nasabah juga berperan dan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah (Sumantri, 2014).

H3 = Minat Berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian dan analisis datanya menggunakan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun pendekatan penelitian dengan menggunakan pendekatan deskriptif dimana hasil penelitiannya dapat disajikan dalam bentuk deskriptif menggunakan angka-angka statistik. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner, tes dan wawancara tidak terstruktur (Sugiyono, 2016).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang akan digunakan sebagai area penelitian untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dan berkaitan dengan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada Bank Syariah Indonesia yaitu Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung yang terletak di Jalan Panglima Sudirman No. 51, Kepatihan, Kecamatan Tulungagung , Tulungagung, Jawa Timur, karena Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung merupakan bank syariah terbesar di Tulungagung dan memiliki banyak nasabah saya menjadi Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sebagai temapt penelitian saya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Bawono (2006:28) populasi adalah keseluruhan wilayah objek dan subjek penelitian yang ditetapkan untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan oleh peneliti. Totalitas dari objek dan subjek penelitian yang digunakan peneliti, tentunya yang memiliki hubungan atau memenuhi syarat-syarat tertentu dengan masalah yang akan dipecahkan. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah yang masih aktif melakuakan transaksi dan pegawai yang masih aktif bekerja di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah objek atau subjek penelitian yang dipilih guna mewakili keseluruhan dari populasi (Bawono, 2006:28). Sampel membantu peneliti dalam penelitian karena populasi yang besar sebab terbatasnya dana, tenaga dan waktu. Oleh karena itu sampel harus valid dan mewakili populasi.

Dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti jumlah populasi *(accidental sampling)* maka dalam penarikan jumlah ukuran sampel dapat menggunakan teori Malhotra (2006) yang menyatakan bahwa paling sedikit harus empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Dalam penelitian ini terdapat 28 pertanyaan, sehingga dapat diketahui jumlah sampel yang diambil sebanyak 112 sampel (28 item pertanyaan x 4).

3.4 Data dan Jenis Data

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan

menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci (Indriantoro dan Supono, 2010:79).

Pada penelitian ini, sumber data utama berasal dari kuesioner yang disebarkan kepada responden yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan yang sangat penting dalam suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kreadibilitas tinggi dan sebaliknya. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*-nya, data dapat dikumpulkan pada *setiing* alamiah *(natural setting)*, pada laboratorium dengan metode eksperimen, dengan berbagai responden, seminar, diskusi dan lain lain (Sugiyono, 2016:137). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau bahkan terbuka sehingga

dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui media online atau bahkan internet.

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner atau pertanyaan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung yang menjadi responden, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai alat dalam menyusun item-item pertanyaan. Setiap item pertanyaan menggunakan skala *likert* yang menunjukkan hasil positif dan negatif. Pengukuran skala *likert* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Alternatif Jawaban Kuesioner

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Definisi Operasional Variabel

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum memulai pengumpulan data. Definisi variabel penelitian yaitu variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehigga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016 : 38). Adapun variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga variabel, yaitu variabel bebas *(independent)*, variabel terikat *(dependent)* dan variabel intervening.

3.6.1 Variabel Bebas *(Independent)*

Variabel bebas adalah variabel yang sering disebut dengan variabel stimulus, prediktor dan antessenden. Variabel bebas memiliki arti memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2013 : 39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan (X). Pemilihan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas karena variabel bebas adalah salah satu yang mempengaruhi variabel terikat, baik pengaruh positif dan negatif. Selain itu pemilihan variabel bebas untuk mengetahui apakah secara dominan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat dan keputusan memilih produk perbankan syariah.

3.6.2 Variabel Terikat *(Dependent)*

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau sebagai akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013:39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan memilih produk perbankan syariah (Y). Alasan menggunakan keputusan memilih produk perbankan syariah sebagai variabel terikat karena dengan melakukan analisis variabel terikat merupakan hal yang sangat mungkin untuk menemukan atau mendapatkan jawaban atau solusi masalah penelitian.

3.6.3 Variabel Mediasi (*Intervening*)

Variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis memengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel mediasi juga merupakan variabel penyela atau antara yang terletak di antara variable bebas

dan variabel terikat, sehingga variabel bebas tidak langsung memengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2012:61). Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah minat masyarakat (Z). Penggunaan minat masyarakat sebagai variabel mediasi membantu untuk membuat konsep dan menjelaskan pengaruh variabel independen berupa kualitas pelayanan dan terhadap variabel dependen berupa keputusan memilih produk perbankan syariah.

3.6.4 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk melakukan kegiatan penelitian terutama sebagai pengukuran dan pengumpulan data berupa angket, seperangkat soal tes, lembar observasi, dan sebagianya. Adapun instrumen penelitian dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 2
Instrumen Indikator Variabel

No.	Variabel	Indikator	Item Penelitian	Sumber
1.	Kualitas Pelayanan (X)	a. Bukti fisik b. Empati c. Daya tanggap d. Kehandalan e. Jaminan	a. - Tingkat penampilan pegawai yang rapi dan bersih - Kelengkapan fasilitas yang dimiliki oleh bank b. - Tingkat kepedulian dan perhatian pegawai terhadap keinginan dan kebutuhan nasabah - Tingkat keramahan pegawai terhadap nasabah c. - Tingkat kecepatan	Purba (2020)

No.	Variabel	Indikator	Item Penelitian	Sumber
			daya tanggap pegawai dalam melayani nasabah - Tingkat kecepatan pegawai dalam menyelesaikan masalah nasabah d. - Tingkat kemampuan pegawai dalam melayani nasabah - BSI KCP Tulungagung mampu merealisasikan apa yang telah dijanjikan e. - Tingkat jaminan pengetahuan pegawai - Sikap sopan yang dilakukan pegawai terhadap nasabah	
2.	Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah (Y)	a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi berbagai alternative d. Keputusan memilih e. Perilaku setelah memilih	a. - Nasabah memiliki alasan tersendiri ketika memilih produk di BSI - Nasabah memiliki tujuan tersendiri ketika memilih produk BSI b. - Nasabah mencari informasi sebanyak mungkin terkait produk dan fasilitas yang dimiliki BSI - Nasabah mencari informasi melalui nasabah lain c. - Nasabah memiliki berbagai pilihan dan alternatif untuk menyelesaikan masalah - Nasabah mempertimbangkan atribut-atribut dalam memilih produk BSI d. - Nasabah	Kotler (2013)

No.	Variabel	Indikator	Item Penelitian	Sumber
			menentukan pilihan berdasarkan alternatif yang ada - Nasabah memiliki beberapa pertimbangann sebelum memutuskan memilih produk BSI e. - Nasabah merasakan apakah mereka telah mendapatkn solusi atas masalahnya sesuai dengan keinginan - Nasabah merasa tidak puas dengan keputusannya	
3.	Minat Masyarakat (Z)	a. Dorongan dari dalam b. Motif social c. Faktor emosional d. Realisasi minat nasabah	a. - Terdorong memilih produk bank syariah karena informasi yang menarik - Nasabah berminat memilih karena citra merek yang bagus b. - Mengetahui keunggulan produk bank syariah dan mengetahui macam-macam produk bank syariah - BSI memiiliki peranan yang penting bagi nasabah c. - Senang dengan pelayanan bank syariah sehingga terdapat minat memilih produk bank syariah - Senang dengan keuntungan produk yang dipilih d. - Nasabah lebih mengutamakan rekening bank syariah	Schiffman & Kanuk Sari (2017:185)

No.	Variabel	Indikator	Item Penelitian	Sumber
			- Nasabah selalu mengutamakan memilih produk perbankan Syariah dari pada produk bank konvensional	

Sumber: Data diolah, 2021

3.7 Analisis Data

Menurut Sani & Maharani (2013 : 61) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul (dalam penelitian kuantitatif). Pada penelitian ini metode analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur *(path analysis).* Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan di antara variabel. Analisis ini dibantu dengan bantuan software SPSS 16, dengan ketentuan uji F pada Alpha = 0,05 atau $p \leq 0,05$ sebagai taraf signifikan F (sig. F) sedangkan uji T taraf signifikan Alpha = 0,05 atau $p \leq 0,05$ yang dimunculkan kode (sig. T) di mana hal tersebut digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh tidak langsung dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.7.1 Uji Kualitas Data

A. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan kuisioner. Penelitian dianggap valid apabila item pertanyaan pada kuisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner. Untuk mengetahui hasil dari uji validitas dapat diketahui dari kolom *Correlated Item- Total Correlation*. Sebuah kuisioner dinyatakan valid dapat dilihat dari hasil r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan taraf siginfikan (alpha)

sebesar 5% atau 0,05. Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid, dapat diketahui dengan melihat hasil dari r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka pertanyaan dalam kuisioner dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka pertanyaan dalam kuisioner dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2016).

B. Uji Reliabilitas

Menurut Sani & Mashuri (2010:250) reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa sesuatu dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Oleh karena itu apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* (α) ≥ 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliable, dan sebaliknya jika *cronbach's alpha* (α) ≤ 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliable.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Berikut ini merupakan beberapa uji asumsi klasik :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data telah terdistribusi dengan normal atau tidak (Priyatno, 2010). Dalam penelitian ini menurut

Ghozali (2016) uji normalitas menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan kriteria :

- Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) ≥ 0,05 maka data berdistribusi normal.
- Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) ≤ 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel independen satu dengan variabel independen lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel independen. Adanya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak ada gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, dengan mengambil keputusan untuk uji heteroroskedastisitas dilakukan dengan melihat penyebaran *variance* residual yang terpancar dan tidak menjadi pola. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Adapun cara pendeteksian dengan uji glejser, dimana signifikansi hasil

korelasi lebih kecil 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan jika signifikansi hasil korelasi lebih besar 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas.

3.7.3 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis jalur *(path analysis).* Metode ini digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara variabel. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat (Sani & Maharani, 2013:74).

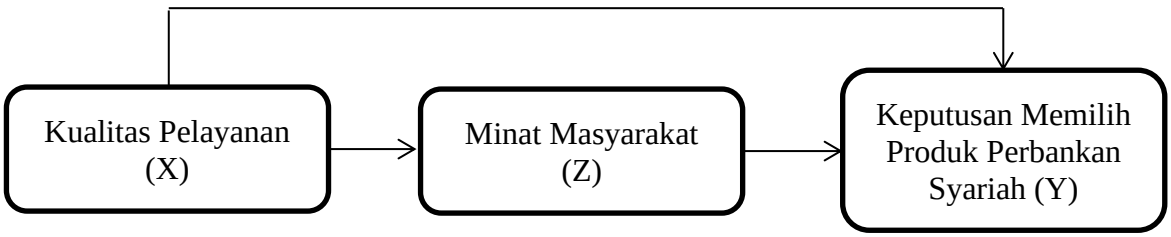
Koefisien jalur *(path)* adalah koefisien regresi yang distandartkan, yaitu koefisien regresi yang dihitung dari basis data yang telah diset dalam angka baku (Z-score). Analisis ini dibantu dengan bantuan software SPSS v16, dengan ketentuan uji F pada Alpha = 0,05 atau ppada Alpha = 0,05 atau $p \leq 0,05$ sebagai taraf signifikansi F (sig. F) sedangkan uji T taraf signifikansi Alpha = 0,05 atau $p \leq 0,05$ yang dimunculkan kode (sig. T) di mana hal tersebut digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh tidak langsung dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Sani & Maharani, 2013:74).

Tahapan dalam melakukan analisis menggunakan analisis jalur *(path analysis)* adalah sebagai berikut :

1. Merancang model berdasarkan konsep dan teori pada diagram jalur, digunakan dua macam anak panah yaitu :

a. Anak panah satu arah yang menyatakan pengaruh langsung dari variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan memilih produk perbankan syariah).
b. Anak panah yang menyatakan pengaruh tidak langsung antar variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan memilih produk perbankan syariah) melalui variabel intervening (minat masyarakat).

Gambar 3. 1
Diagram Jalur



Berdasarkan gambar di atas setiap nilai P menggambarkan jalur dan koefisien jalur antar variabel. Dari diagram jalur di atas pula didapatkan persamaan strukturalnya yaitu terdapat dua kali pengujian regresi sebagai berikut :

a. Pengaruh langsung : $Y = B_1X + B_2Z$
b. Pengaruh tidak langsung : $Z = B_1X$

Keterangan :

Y : Variabel terikat yaitu keputusan memilih produk perbankan syariah

Z : Variabel mediasi yaitu minat masyarakat

B_1 : Koefisien regresi

X : Variabel bebas yaitu kualitas pelayanan

2. Pemeriksaan terhadap asumsi yang mendasari asumsi *path* adalah sebagai berikut :
   a. Hubungan antar variable bersifat linier dan adaptif (mudah menyesuaikan diri).
   b. Hanya model rekursif yang dapat dipertimbangkan yaitu hanya sistem aliran kausal. Sedangkan pada model yang mengandung casual resiprokal tidak dapat dilakukan analisis jalur.
   c. Variabel endogen setidaknya dalam ukuran interval.
   d. *Observed variable* diukur tanpa kesalahan (instrument pengukur valid dan reliabel).
   e. Model yang dianalisis dispesifikasikan dengan benar berdasarkan teori-teori dan konsep-konsep yang relevan.
3. Untuk pengujian model menggunakan *trimming,* baik untuk uji relibilitas yang sudah ada ataupun uji pengembangan konsep baru :
   a. P2 = Pengaruh secara langsung kualitas pelayanan ke keputusan memilih produk perbankan syariah
   b. P1 x P3 = Pengaruh secara tidak langsung kualitas pelayanan ke minat masyarakat ke keputusan memilih produk perbankan syariah
   c. P2 + (P1 x P2) = Total pengaruh (kualitas pelayanan ke minat masyarakat ke keputusan memilih produk perbankan syariah)

   Pengaruh secara langsung terjadi apabila suatu variable memengaruhi variable lainnya tanpa ada variable ketiga yang

memediasi hubungan kedua variable. Pengaruh tidak langsung terjadi jika ada variable ketiga yang memediasi variable ini.

4. Dalam pemeriksa validitas model terhadap beberapa karakteristik, yaitu :
   a. Menghitung koefisien determinan total

      Total keragaman data yang dpat dijelaskan oleh model diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$R_m^2 = 1 - x_{ei}^2 \, x_{e2}^e \ldots\ldots\ldots x_{ex}^2$$

   b. Model *trimming* adalah model yang digunakan untuk memperbaiki suatu model struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model variable eksogen yang koefisien jalurnya (Ridwan, 2007:127). Cara menggunakan model *trimming* yaitu menghitung ulang koefisien jalur atau lebih variable yang tidak signifikan, peneliti perlu memperbaiki model struktur analisis jalur yang telah dihipotesiskan. Uji validsi koefisien *path* pada setiap jalur untuk pengaruh langsung adalah sama pada regresi, menggunakan nilai p dari uji t, yaitu pengujian koefisien regresi variable dilakukan secara parsial. Berdasarkan teori *trimming*, maka jalur-jalur yang non signifikan dibuang sehingga diperoleh model yang didukung oleh data empirik.
5. Interpretasi hasil analisis dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :
   - Dengan memperhatikan hasil validitas model.
   - Menghitung pengaruh total dari setiap variable yang mempunyai pengaruh kasual ke variable endogen.

3.7.4 Uji Hipotesis

1. Uji T (T-test)

   Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%. Dalam hal ini adapun kriterianya yaitu apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka ada pengaruh antara variabel bebas dan terikat dan demikian sebaliknya. Sedangkan untuk signifikansi, jika nilai signifikan ≤ 0,05 maka adanya pengaruh antara variabel bebas dan terikat dan demikian sebaliknya (Sarwono, 2007:167).

2. *Standardized* Koefisien Beta

   Pengujian ini digunakan untuk membandingkan koefisien regresi dari persamaan lainnya dengan satuan (unit) yang berbeda. Persamaan regresi dengan nilai beta yang lebih besarberarti menunjukkan pengaruh yang leih besar terhadap variabel independent yaitu sebesar 1 unit (Aisyah, 2010:71)

3. Nilai R^2 (Koefisien Determinasi)

   Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi di penelitian ini dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pada koefisien ini, nilai koefisien determinasinya adalah $0 \leq R^2 \leq 1$. Bila model regresi diaplikasikan dan diestimasi dengan baik, maka makin tinggi nilai R^2, makin besar kekuatan dari persamaan regresi, dengan demikian diprediksi dari variabel kriterion

semakin baik (Sani & Maharani, 2013:65). Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\boxed{Kd = r^2}$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Detereminasi

r^2 = Koefisien Korelasi

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Perbankan syariah di Indonesia memiliki peran penting sebagai fasilitator pada aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Perbankan syariah sendiri mengalami peningkatan dan pengembangan dalam hal inivasi produk, sistem layanan yang meningkat, dan perkembangan jaringan yang meningkat positif dari tahun ke tahun. Pada awalnya, Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada tanggal 12 Oktober 2020 mengumumkan secara resmi memproses penggabungan tiga bank syariah anak usaha bank BUMN dan menargetkan akan selesai pada bulan Februari 2021. Menteri BUMN, Erick Tohir menyampaikan pertimbangan yang mendorong proses penggabungan adalah pemerintah melihat bahwa penetrasi perbankan syariah di Indonesia sangat jauh ketinggalan dibandingkan dengan bank konvensional. Pemerintah melihat peluang bahwa penggabungan ini dapat membuktikan bahwa Indonesia dengan negara yang mayoritas beragama Islam memiliki bank syariah yang kuat secara fundamental.

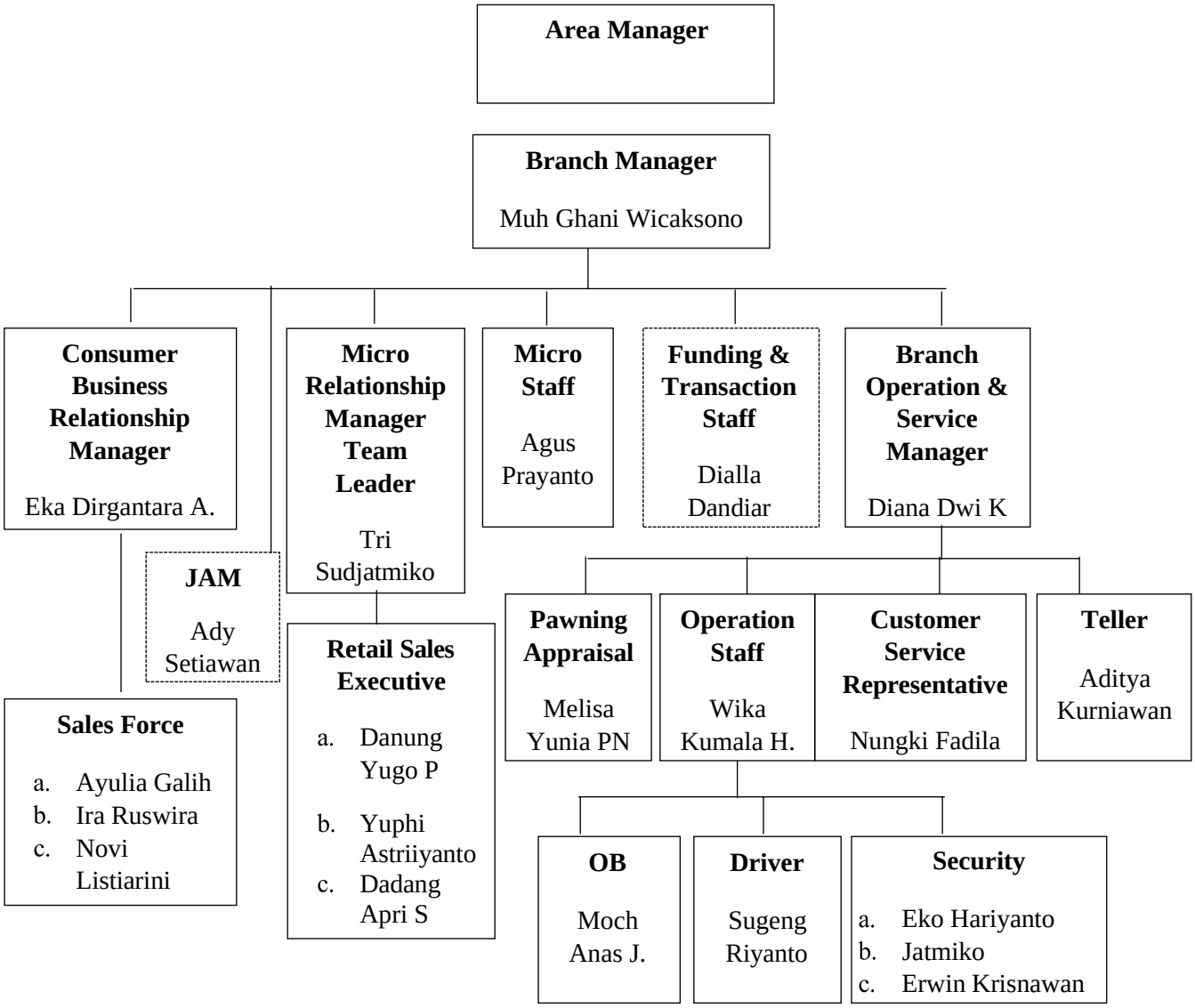
PT Bank Syariah Indonesia Tbk dan/atau BSI yang resmi beroperasi pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan penggabungan tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Dalam

mendorong perekonomian nasional, pemerintah membuat terobosan kebijakan untuk melakukan penggabungan tiga bank syariah tersebut. Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo juga mempertegas bahwa salah stau upaya pemerintah untuk memperkuat industri keuangan syariah di Indonesia adalah membentuk bank syariah. Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. BSI memiliki visi yaitu menciptakan bank syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun kedepan. Dengan misi yang dilakukan yaitu memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia, menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham, dan menjadi perusahaan pilihan kebanggan para talenta terbaik Indonesia.

4.1.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Bank Syariah KCP Tulungagung



Sumber : Papan Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman

4.1.3 Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia

1. Visi

Top 10 Global Islamic Bank : Menciptakan Bank Syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan.

2. Misi

a. Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia. Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

b. Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE18%) dan valuasi kuat (PB>2).

c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4.1.4 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik jenis kelamin. Adapun gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin dan usia yaitu:

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan pada tabel 4.1 di bawah ini:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	Laki-laki	55	49,1	49,1	49,1
	Perempuan	57	50,9	50,9	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah, 2021

Dilihat dari tabel 4.1 yaitu karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 55 responden dengan persentase 49,1% , sedangkan responden perempuan berjumlah 57 responden dengan persentase 50,9%. Hal ini menunjukkan bahwa dari total 112 responden sebagian besar jumlah responden berjenis kelamin perempuan.

2. Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia ditampilkan pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	Usia 15-25	31	29,1	29,1	29,1
	Usia 25-35	36	30,9	30,9	30,9
	Usia 35-45	33	29,8	29,8	29,8
	Usia 45-55	12	10,2	10,2	10,2
	Total	112	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah, 2021

Dilihat dari tabel 4.2 yaitu karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden berusia 15-25 tahun berjumlah 31 respoonden dengan presentase 29,1%. Untuk responden berusia 25-35 tahun berjumlah 36 responden dengan presentase 30,9%. Sedangkan untuk usia 35-45 tahun berjumlah 33 responden dengan presentase 29,8. Dan untuk usia 45-55 tahun

berjumlah 12 responden dengan presentase sebesar 10,2%. %. Hal ini menunjukkan bahwa dari total 112 responden terbanyak berusia 25-35 tahun dan responden paling sedikit berusia 45-55 tahun.

4.1.5 Hasil Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif merupakan gambaran umum berdasarkan tanggapan responden dari hasil skor yang diperoleh dari masing-masing indikator variabel yaitu keputusan memilih produk perbankan syariah (Y) yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X) dan minat masyarakat (Z). Berdasarkan hasil analisis deskriptif terdapat klasifikasi skor yang digunakan untuk menilai tanggapan dari responden yang dibagi menjadi beberapa skor (Riduwan & Kuncoro, 2012) yaitu:

Tabel 4.3
Klasifikasi Skor Responden

Nilai Klasifikasi Skor	Keterangan
1,00-1,80	Sangat tidak baik/ sangat tidak setuju
1,81-2,61	Tidak baik/ tidak setuju
2,62-3,42	Cukup baik/ kurang setuju
3,43-4,23	Baik/ setuju
4,24-5,00	Sangat baik/ sangat setuju

Sumber: Riduwan dan Kuncoro, 2012

Klasifikasi skor responden memiliki nilai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju dengan memiliki rentang dari 1,00 sampai 5,00. Berikut merupakan hasil tanggapan responden dari pertanyaan berdasarkan variabel yang digunakan yakni:

4.1.5.1 Kualitas Pelayanan

Variabel kualitas pelayanan diukur dengan sepuluh pertanyaan yang ditanggapi oleh 112 responden. Berikut merupakan hasil dari variabel kualitas layanan, yakni:

Tabel 4.4
Tanggapan Variabel Kualitas Pelayanan

Jawaban Responden											
Item	**STS**		**TS**		**N**		**S**		**SS**		**Rata-rata**
	F	**(%)**	**F**	**(%)**	**F**	**(%)**	**F**	**(%)**	**F**	**(%)**	
X1	1	0,9%	0	0%	1	0,9%	22	19,6%	88	78,6%	4,75
X2	1	0,9%	0	0%	1	0,9%	48	42,9%	62	55,4%	4,52
X3	1	0,9%	0	0%	0	0%	33	29,5%	78	69,6%	4,67
X4	1	0,9%	0	0%	0	0%	33	29,5%	78	69,6%	4,67
X5	0	0%	1	0,9%	1	0,9%	41	36,6%	69	61,6%	4,59
X6	0	0%	1	0,9%	0	0%	43	38,4%	68	60,7%	4,59
X7	0	0%	0	0%	2	1,8%	37	33,0%	73	65,2%	4,63
X8	1	0,9%	0	0%	2	1,8%	37	33,0%	72	64,3%	4,60
X9	1	0,9%	0	0%	0	0%	35	31,3%	76	67,9%	4,65
X10	1	0,9%	0	0%	0	0%	20	17,9%	91	81,3%	4,79
Rata-rata = 4,64											

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menghasilkan bahwa tanggapan responden dari variabel kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata 4,64 yang berarti responden sangat setuju dari sepuluh pertanyaan sebagai berikut:

1. Pegawai BSI KCP Tulungangung berpenampilan rapi dan bersih

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,75 yang artinya responden sangat setuju bahwa pegawai BSI KCP Tulungangung berpenampilan rapi dan bersih, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada yang menyatakan tidak setuju, 1 responden menyatakan

netral, 22 responden menyatakan setuju dan 88 responden menyatakan sangat setuju.

2. Fasilitas yang dimiliki BSI KCP Tulungagung cukup lengkap

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,52 yang artinya responden sangat setuju bahwa fasilitas yang dimiliki BSI KCP Tulungagung cukup lengkap, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, 1 responden menyatakan netral, 48 responden menyatakan setuju dan 62 responden menyatakan sangat setuju.

3. Pegawai BSI KCP Tulungagung peduli dan perhatian terhadap keinginan dan kebutuhan nasabah

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,67 yang artinya responden sangat setuju bahwa pegawai BSI KCP Tulungagung peduli dan perhatian terhadap keinginan dan kebutuhan nasabah, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan netral, 33 responden menyatakan setuju dan 78 responden menyatakan sangat setuju.

4. Pegawai BSI KCP Tulungagung ramah

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,67 yang artinya responden sangat setuju bahwa pegawai BSI KCP Tulungagung ramah, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, tidak ada responden yang

menyatakan netral, 33 responden menyatakan setuju dan 78 responden menyatakan sangat setuju.

5. Pegawai BSI KCP Tulungagung cepat dan tanggap dalam melayani nasabah

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,59 yang artinya responden sangat setuju bahwa pegawai BSI KCP Tulungagung cepat dan tanggap dalam melayani nasabah, dilihat dari hasil tanggapan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju, 1 responden menyatakan netral, 41 responden menyatakan setuju dan 69 responden menyatakan sangat setuju.

6. Pegawai BSI KCP Tulungagung cepat dalam menyelesaikan masalah nasabah

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,59 yang artinya responden sangat setuju bahwa pegawai BSI KCP Tulungagung cepat dalam menyelesaikan masalah nasabah, dilihat dari hasil tanggapan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan netral, 43 responden menyatakan setuju dan 68 responden menyatakan sangat setuju

7. Pegawai BSI KCP Tulungagung tepat dalam melayani nasabah

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,63 yang artinya responden sangat setuju bahwa pegawai BSI KCP Tulungagung tepat dalam melayani nasabah, dilihat dari hasil tanggapan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, 2

responden yang menyatakan netral, 37 responden menyatakan setuju dan 73 responden menyatakan sangat setuju.

8. BSI KCP Tulungagung merealisasikan janjinya

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,60 yang artinya responden sangat setuju bahwa BSI KCP Tulungagung merealisasikan janjinya, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, 2 responden yang menyatakan netral, 37 responden menyatakan setuju dan 72 responden menyatakan sangat setuju.

9. Pegawai BSI KCP Tulungagung mampu menjawab pertanyaan nasabah terkait produk dan fasilitas yang dimiliki

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,65 yang artinya responden sangat setuju bahwa pegawai BSI KCP Tulungagung mampu menjawab pertanyaan nasabah terkait produk dan fasilitas yang dimiliki, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan netral, 35 responden menyatakan setuju dan 76 responden menyatakan sangat setuju.

10. Karyawan BSI KC Tulungagung bersikap sopan

    Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,79 yang artinya responden sangat setuju bahwa karyawan BSI KCP Tulungagung bersikap sopan, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, tidak ada responden yang

menyatakan netral, 20 responden menyatakan setuju dan 91 responden menyatakan sangat setuju.

4.1.5.2 Minat Masyarakat

Variabel minat masyarakat diukur dengan delapan pertanyaan yang ditanggapi oleh 112 responden. Berikut merupakan hasil dari variabel minat masyarakat, yakni:

Tabel 4.5

Tanggapan Variabel Minat Masyarakat

Jawaban Responden											
Item	**STS**		**TS**		**N**		**S**		**SS**		**Rata-rata**
	F	**(%)**	**F**	**(%)**	**F**	**(%)**	**F**	**(%)**	**F**	**(%)**	
Z1	1	0,9%	0	0%	1	0,9%	16	14,3%	94	83,9%	4,80
Z2	0	0%	1	0,9%	1	0,9%	43	38,4%	67	59,8%	4,57
Z3	1	0,9%	0	0%	1	0,9%	36	32,1%	74	66,1%	4,63
Z4	1	0,9%	0	0%	2	1,8%	38	33,9%	71	63,4%	4,59
Z5	0	0%	1	0,9%	2	1,8%	35	31,3%	74	66,1%	4,63
Z6	0	0%	0	0%	3	2,7%	38	33,9%	71	63,4%	4,61
Z7	0	0%	1	0,9%	3	2,7%	30	26,8%	78	69,6%	4,65
Z8	0	0%	1	0,9%	3	2,7%	24	21,4%	84	75,0%	4,71
Rata-rata = 4,64											

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menghasilkan bahwa tanggapan responden dari variabel minat masyarakat memiliki nilai rata-rata 4,64 yang berarti responden sangat setuju dari sepuluh pertanyaan sebagai berikut:

1. Saya berminat memilih produk di BSI KCP Tulungagung karena informasi yang saya dapatkan cukup menarik

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,80 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden berminat memilih produk di BSI KCP Tulungagung karena informasi yang didapatkan cukup menarik, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada

responden yang menyatakan tidak setuju, 1 responden menyatakan netral, 16 responden menyatakan setuju dan 94 responden menyatakan sangat setuju.

2. Saya berminat memilih BSI KCP Tulungagung karena citra merek yang bagus

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,57 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden berminat memilih BSI KCP Tulungagung karena citra merek yang bagus, dilihat dari hasil tanggapan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju, 1 responden menyatakan netral, 43 responden menyatakan setuju dan 67 responden menyatakan sangat setuju.

3. Saya mengetahui produk BSI dan keunggulannya sehingga saya berminat memilih BSI KCP Tulungagung

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,63 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden mengetahui produk BSI dan keunggulannya sehingga berminat memilih BSI KCP Tulungagung, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, 1 responden menyatakan netral, 36 responden menyatakan setuju dan 74 responden menyatakan sangat setuju.

4. BSI KCP Tulungagung memiliki peran penting bagi saya

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,59 yang artinya responden sangat setuju bahwa BSI KCP Tulungagung memiliki peran penting bagi responden, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat

tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, 2 responden menyatakan netral, 38 responden menyatakan setuju dan 71 responden menyatakan sangat setuju.

5. Saya merasa senang dengan pelayanan BSI KCP Tulungagung sehingga saya berminat

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,63 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden merasa senang dengan pelayanan BSI KCP Tulungagung sehingga responden berminat, dilihat dari hasil tanggapan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju, 2 responden menyatakan netral, 35 responden menyatakan setuju dan 74 responden menyatakan sangat setuju.

6. Saya merasa senang dengan keuntungan produk yang saya pilih di BSI KCP Tulungagung

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,61 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden merasa senang dengan keuntungan produk yang dipilih di BSI KCP Tulungagung, dilihat dari hasil tanggapan tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, 1 responden menyatakan netral, 38 responden menyatakan setuju dan 71 responden menyatakan sangat setuju.

7. Saya lebih mengutamakan bank syariah dari pada bank konvensional

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,65 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden lebih mengutamakan bank syariah dari pada bank konvensional, dilihat dari hasil tanggapan tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju, 3 responden

menyatakan netral, 30 responden menyatakan setuju dan 78 responden menyatakan sangat setuju.

8. Saya lebih berminat mengutamakan memilih dan menggunakan produk di bank syariah dari pada bank konvensional

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,71 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden lebih berminat mengutamakan memilih dan menggunakan produk di bank syariah dari pada bank konvensional, dilihat dari hasil tanggapan tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju, 3 responden menyatakan netral, 24 responden menyatakan setuju dan 84 responden menyatakan sangat setuju

4.1.5.3 Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah

Variabel keputusan memilih produk perbankan syariah diukur dengan sepuluh pertanyaan yang ditanggapi oleh 112 responden. Berikut merupakan hasil dari variabel keputusan memilih produk perbankan syariah, yakni

Tabel 4.6

Tanggapan Variabel Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah

Jawaban Responden											
Item	**STS**		**TS**		**N**		**S**		**SS**		**Rata-rata**
	F	**(%)**	**F**	**(%)**	**F**	**(%)**	**F**	**(%)**	**F**	**(%)**	
Y1	0	0%	1	0,9%	2	1,8%	28	25,0%	81	72,3%	4,69
Y2	1	0,9%	0	0%	2	1,8%	37	33,0%	72	64,3%	4,60
Y3	0	0%	0	0%	3	2,7%	39	34,8%	70	62,5%	4,60
Y4	1	0,9%	1	0,9%	1	0,9%	47	42,0%	62	55,4%	4,50
Y5	1	0,9%	2	1,8%	2	1,8%	46	41,1%	61	54,5%	4,46
Y6	2	1,8%	0	0%	2	1,8%	36	32,1%	72	64,3%	4,57
Y7	0	0%	1	0,9%	0	0%	27	24,1%	84	75,0%	4,73
Y8	0	0%	1	0,9%	1	0,9%	34	30,4%	76	67,9%	4,65
Y9	1	0,9%	0	0%	0	0%	30	26,8%	81	72,3%	4,70
Y10	54	48,2%	53	47,3%	0	0%	1	0,9%	4	3,6%	1,64
Rata-rata = 4,31											

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menghasilkan bahwa tanggapan responden dari variabel keputusan memilih produk perbankan syariah memiliki nilai rata-rata 4,31 yang berarti responden sangat setuju dari sepuluh pertanyaan sebagai berikut:

1. Saya memilih produk BSI KCP Tulungagung karena memiliki alasan tersendiri

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,69 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden memilih produk BSI KCP Tulungagung karena memiliki alasan tersendiri, dilihat dari hasil tanggapan tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju, 2 responden menyatakan netral, 28 responden menyatakan setuju dan 81 responden menyatakan sangat setuju.
2. Saya memilih produk BSI KCP Tulungagung karena memiliki tujuan tersendiri

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,60 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden memilih produk BSI KCP Tulungagung karena memiliki tujuan tersendiri, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, 2 responden menyatakan netral, 37 responden menyatakan setuju dan 72 responden menyatakan sangat setuju.
3. Saya mencari informasi sebanyak mungkin mengenai produk dan fasilitas yang dimiliki BSI KCP Tulungagung

Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,60 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden mencari informasi sebanyak mungkin mengenai produk dan fasilitas yang dimiliki BSI KCP Tulungagung, dilihat dari hasil tanggapan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, 3 responden menyatakan netral, 39 responden menyatakan setuju dan 70 responden menyatakan sangat setuju.

4. Saya mencari informasi mengenai BSI KCP Tulungagung dari nasabah lain

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,50 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden mencari informasi mengenai BSI KCP Tulungagung dari nasabah lain, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju, 1 responden menyatakan netral, 47 responden menyatakan setuju dan 62 responden menyatakan sangat setuju.

5. Saya membandingkan produk yang dimiliki BSI KCP Tulungagung dengan produk pada bank lain

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,46 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden membandingkan produk yang dimiliki BSI KCP Tulungagung dengan produk pada bank lain, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, 2 responden menyatakan tidak setuju, 2 responden menyatakan netral, 46 responden menyatakan setuju dan 61 responden menyatakan sangat setuju.

6. Saya mempertimbangkan banyak hal dalam memilih produk BSI KCP Tulungagung

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,57 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden mempertimbangkan banyak hal dalam memilih produk BSI KCP Tulungagung, dilihat dari hasil tanggapan 2 responden menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, 2 responden menyatakan netral, 36 responden menyatakan setuju dan 72 responden menyatakan sangat setuju.

7. Saya memutuskan memilih produk BSI KCP Tulungagung karena sesuai dengan apa yang saya harapkan dan inginkan

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,73 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden memutuskan memilih produk BSI KCP Tulungagung karena sesuai dengan apa yang diharapkan dan inginkan, dilihat dari hasil tanggapan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan netral, 27 responden menyatakan setuju dan 84 responden menyatakan sangat setuju.

8. Saya memutuskan memilih produk BSI KCP Tulumgagung karena sesuai dengan pertimbangan saya

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,63 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden memutuskan memilih produk BSI KCP Tulumgagung karena sesuai dengan pertimbangan, dilihat dari hasil tanggapan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju, 1 responden menyatakan netral, 34

responden menyatakan setuju dan 76 responden menyatakan sangat setuju.

9. Saya merasa puas memilih produk di BSI KCP Tulungagung

   Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 4,70 yang artinya responden sangat setuju bahwa responden merasa puas memilih produk di BSI KCP Tulungagung, dilihat dari hasil tanggapan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan netral, 30 responden menyatakan setuju dan 81 responden menyatakan sangat setuju.

10. Saya merasa tidak puas memilih produk di BSI KCP Tulungagung

    Pertanyaan ini menghasilkan rata-rata 1,64 yang artinya responden sangat tidak setuju bahwa responden merasa tidak puas memilih produk di BSI KCP Tulungagung sehingga responden merasa puas memilih produk di BSI KCP Tulungaggung, dilihat dari hasil tanggapan 54 responden menyatakan sangat tidak setuju, 53 responden menyatakan tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan netral, 1 responden menyatakan setuju dan 4 responden menyatakan sangat setuju.

4.1.6 Uji Kualitas Data

4.1.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan kuisioner. Penelitian dianggap valid apabila item pertanyaan pada kuisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner. Sebuah kuisioner dinyatakan valid apabila hasil r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan taraf siginfikan sebesar 5% atau 0,05 (Ghozali, 2016). Uji validitas

pada penelitian ini dihitung berdasarkan 112 responden dari taraf signifikan sebesar 0,05 diperoleh nilai df= 112-2 = 100, sehingga nilai r_{tabel} sebesar 0,1638. Yang berarti, item pertanyaan dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,1638. Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	X.1	0.704	0,1638	Valid
	X.2	0.679	0,1638	Valid
	X.3	0.649	0,1638	Valid
	X.4	0.610	0,1638	Valid
	X.5	0.581	0,1638	Valid
	X.6	0.562	0,1638	Valid
	X.7	0.518	0,1638	Valid
	X.8	0.691	0,1638	Valid
	X.9	0.690	0,1638	Valid
	X.10	0.699	0,1638	Valid
Minat Masyarakat (Z)	Z.1	0.737	0,1638	Valid
	Z.2	0.680	0,1638	Valid
	Z.3	0.695	0,1638	Valid
	Z.4	0.711	0,1638	Valid
	Z.5	0.702	0,1638	Valid
	Z.6	0.573	0,1638	Valid
	Z.7	0.684	0,1638	Valid
	Z.8	0.719	0,1638	Valid
Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah (Y)	Y.1	0.595	0,1638	Valid
	Y.2	0.703	0,1638	Valid
	Y.3	0.543	0,1638	Valid
	Y.4	0.682	0,1638	Valid
	Y.5	0.610	0,1638	Valid
	Y.6	0.732	0,1638	Valid
	Y.7	0.584	0,1638	Valid
	Y.8	0.621	0,1638	Valid
	Y.9	0.576	0,1638	Valid
	Y.10	0.254	0,1638	Valid

Sumber:Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuisoner dikatakan valid. Dapat dilihat dari seluruh item pertanyaan

memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,1638 dengan taraf signifikan 5%.

4.1.6.2 Uji Reliabilitas

Hasil dalam penelitian dapat dikatakan reliabel apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* (α) ≥ 60% (0,60) dan sebaliknya jika *cronbach's alpha* (α) ≤ 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	**Nilai *Cronbach's Alpha***	**Standar Nilai**	**Keterangan**
Kualitas Pelayanan (X)	0,839	0,6	Reliabel
Minat Masyarakat (Z)	0,774	0,6	Reliabel
Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah (Y)	0,841	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 yang menunjukkan hasil uji reliabilitas dari masing-masing variabel. Dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6. Sehingga variabel kulitas pelayanan, minat masyarakat, dan keputusan memilih produk bank syariah adalah reliabel.

4.1.7 Uji Asumsi Klasik

4.1.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data telah terdistribusi dengan normal atau tidak (Priyatno, 2010). Dalam penelitian ini menurut Ghozali (2016) uji normalitas menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan pengambilan keputusan apabila nilai *Asymp. Sig*. (2-*tailed*) lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai *Asymp. Sig.* (2-*tailed*) lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas dilihat dari tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas

Model	***Kolmogorov-Smirnov Z***	***Asymp. Sig. (2-tailed)***	**Keterangan**
Regresi 1 (X dan Z– Y)	1,098	,180	Terdistribusi Normal
Regresi 2 (X–Z)	1,098	,180	Terdistribusi Normal

Sumber: Data diolah, 2021

Dilihat dari tabel 4.8 di atas dapat diketahui hasil dari uji normalitas yang menunjukkan bahwa regresi 1 memiliki nilai signifikan sebesar 0,066 dan regresi 2 sebesar 0,180. Yang artinya 0,066 lebih besar dari 0,05 dan 0,180 lebih besar dari 0,05. Sehingga model regresi 1 dan model regresi 2 memiliki distribusi normal dan uji normalitas terpenuhi.

4.1.7.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel independen satu dengan variabel independen lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel independen. Adanya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak ada gejala multikolinearitas (Ghozali, 2016). Adapun hasil dari uji multikolinieritas dilihat dari tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	***Collinearity Statistics***				**Keterangan**
	Regresi Model 1		**Regresi Model 2**		
	Tolerance	**VIF**	***Tolerance***	**VIF**	
Kualitas Pelayanan (X)	1,000	1,000	,350	2,854	Tidak ada gejala multikolinieritas
Minat Masyarakat (Z)			,350	2,854	Tidak ada gejala multikolinieritas

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari tabel 4.9 di atas menunjukkan regresi model 1 memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka pada regresi model 1 tidak ada gejala multikolinearitas. Pada regresi model 2 juga memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka pada regresi model 2 tidak ada gejala multikolinearitas.

4.1.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke

pengamatan lain, dengan mengambil keputusan untuk uji heteroroskedastisitas dilakukan dengan melihat penyebaran *variance* residual yang terpancar dan tidak menjadi pola. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Adapun grafik hasil uji heterokedastisitas model rgresi 1 dan model regresi 2, sebagai berikut:

Gambar 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi 1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.628	1.787		.911	.364
	X	.079	.064	.200	1.248	.215
	Z	-.104	.073	-.228	-1.423	.158

Sumber: Data diolah, 2021

Dilihat dari gambar 4.1 nilai signifikan (sig.) antara variabel independen dengan variabel residual lebih dari 0.05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi 2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.248	1.538		2.112	.037
	X	-.041	.033	-.116	-1.228	.222

a. Dependent Variable: Abs_Res1

Dilihat dari gambar 4.2 nilai signifikansi (sig.) antara variabel independent dengan variabel residual lebih dari 0.05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.1.8 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara variabel. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat (Sani & Maharani, 2013 : 74). Koefisien jalur *(path)* adalah koefisien regresi yang distandartkan, yaitu koefisien regresi yang dihitung dari basis data yang telah diset dalam angka baku (*Z-score*).

4.1.8.1 Hasil Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah

Tabel 4.11

Hasil Uji t (Uji Parsial) Regresi

Model 1 Coefficients[a]

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,285	2,548		2,467	,015
	X	,127	,091	,127	1,399	,165
	Z	,833	,105	,723	7,968	,000
Dependent Variable: Y						

Sumber: Data diolah, 2021

Pada tabel 4.10 uji parsial di atas menghasilkan persamaan regresi yaitu variabel kepuasan pelayanan (X) menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 1,399 dan nilai signifikan 0,165. Artinya nilai t_{hitung} = 1,399 < nilai t_{tabel} = 1,982 serta nilai

signifikan 0,165 > 0,05. Nilai koefisien beta untuk variabel kepuasan layanan (X) adalah 0,127. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, maka kualitas pelayanan (X) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah (Y). Sedangkan hasil analisis koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi di penelitian ini dalam menjelaskan variabel dependen.:

Tabel 4.12

Hasil Koefisien Determinasi Regresi Model 1

Model Summary

Model	R	*R Square*	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	,828[a]	,686	,680	2,056

a. Predictors: (Constant), Z, X
b. Dependent Variable: Y
Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 di atas maka nilai dari R *Square* sebesar 0.686 atau 68,6% artinya kemampuan variabel kepuasan pelayanan dan minat masyarakat untuk menjelaskan variable keputusan memilih produk perbankan syariah sebesar 68,6%, sedangkan 31,4% lainnya dijelaskan oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam model regresi penelitian ini.

4.1.8.2 Hasil Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Memilih Produk Perbankan Syariah

Tabel 4.13

Hasil Uji t (Uji Parsial) Regresi Model 2

Coefficients[a]

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	t	Sig.
		B	**Std. Error**	**Beta**		
1	(Constant)	4,721	2,280		2,071	,041
	X	,699	,049	,806	14,281	,000
Dependent Variable: Z						

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan nilai signifikan pada tabel 4.10 di atas, hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel kepuasan pelayanan (X) menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 14,281 dan nilai signifikan 0,000. Artinya nilai t_{hitung} = 14,281 ≥ nilai t_{tabel} = 1,982 serta nilai signifikan 0,000 < 0,05. Nilai koefisien beta untuk variabel kepuasan layanan (X) adalah 0,806. Sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak, maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat masyarakat. Sedangkan hasil analisis koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi di penelitian ini dalam menjelaskan variabel dependen :

Tabel 4.14
Hasil Koefisien Determinasi Regresi Model 2
Model Summary

Model	R	*R Square*	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	,806[a]	,650	,646	1,876

a. *Predictors: (Constant), X*
b. *Dependent Variable: Z*
Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 di atas maka nilai dari R *Square* sebesar 0.650 atau 65% artinya kemampuan variabel kepuasan pelayanan untuk menjelaskan

variabel minat masyarakat sebesar 65%, sedangkan 35% lainnya dijelaskan oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam model regresi penelitian ini.

4.1.8.3 Hasil Analisis Minat Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil uji parsial pad tabel 4.10 mendapatkan hasil bahwa variabel minat masyarakat (Z) menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 7,968 dan nilai signifikan 0,000. Artinya nilai t_{hitung} = 7,968 ≥ nilai t_{tabel} = 1,982 serta nilai signifikan 0,000 < 0,05. Nilai koefisien beta untuk variabel minat masyarakat (Z) adalah 0,723. Sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak, maka minat masyarakat (Z) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah (Y).

4.1.9 Perhitungan Pengaruh

1. Pengaruh Langsung

   d. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah

      X – Y = 0,127

   e. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat

      X – Z = 0,806

   f. Pengaruh variabel minat masyarakat terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah

      Z – Y = 0,732

2. Pengaruh Tidak Langsung

   Pengaruh Tidak langsung kualitas pelayanan ke minat masyarakat ke keputusan memilih produk perbankan syariah

X – Z – Y = (0,806) × (0,723) = 0,582

3. Pengaruh Total

Dalam menghitung pengaruh total, berikut merupakan perhitungan yang digunakan:

X – Z – Y = (0,806) + (0,723) = 1,589

4.1.10 Pemeriksaan Validitas Model

Pada tabel 4.11 dan 4.13 akan dilakukan pemeriksaan validitas model dengan menggunakan indikator koefisien determinasi total yang digunakan untuk menyusun model lintasan pengaruh yaitu analisis *path*. Pengaruh *error* pada persamaan satu dan persamaan dua sebagai berikut:

$Pe = \sqrt{1 - R^2}$ $\qquad$ $Rm^2 = 1 - Pe_1^2\ Pe_2^2$

$Pe_1 = \sqrt{1 - 0{,}650} = 0{,}591$ $\qquad$ $Rm^2 = 1 - ((0{,}59)^2.(0{,}560)^2)$

$Pe_2 = \sqrt{1 - 0{,}686} = 0{,}560$ $\qquad$ $e_1 = 0{,}8904$

Hasil dari pemeriksaan validitas modal melalui koefisien determinasi total (Rm^2) menunjukkan nilai sebesar 89%. Sehingga total keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model regresi sebesar 89%.

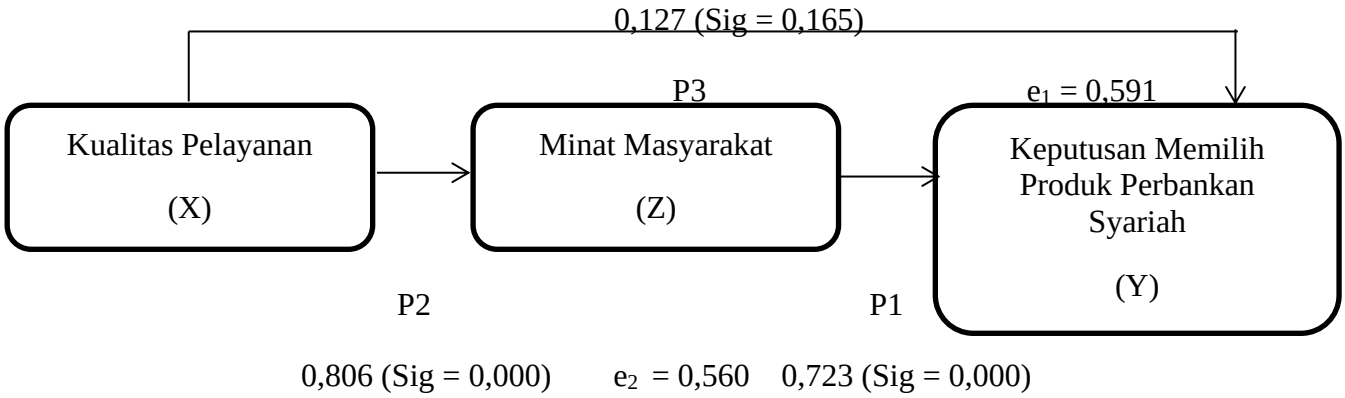
4.1.11 Interpretasi Hasil Analisis

4.1.11.1 Model Lintasan Pengaruh

Berdasarkan perhitungan regresi di atas, dapat dihitung pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah melalui minat masyarakat (Z). Berikut model diagram jalur :

Gambar 4.4

Model Analisis Jalur



Sumber: Data diolah, 2021

Konstanta persamaan kedua : 6,285

Dari gambar 4.1 di atas, model persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu:

Y= 6,285 + 0,127X + 0,833Z + 0,560

Z = 4,721 + 0,806 + 0,591

4.1.10 Analisis Sobel

Menurut Murti (2020) uji analisis sobel digunakan untuk mengetahui kekuatan variabel mediator dalam memengaruhi secara tidak langsung variabel independen melalui variabel intervening. Uji sobel digunakan untuk mengetahui kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z. Untuk mengetahui uji ini dapat dibuktikan dengan menggunakan standar error tidak

langsung (*indirect effect*) atau biasa disingkat dengan Sab, berikut rumus yang digunakan :

$$S_{ab} = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Dengan :

a = 0,699

b = 0,833

Sa = 0,049

Sb = 0,105

Sehingga :

$$Sab = \sqrt{b^2S_a^2 + a^2S_b^2 + S_a^2S_b^2}$$

$$= \sqrt{(0{,}833)^2(0{,}049)^2 + (0{,}699)^2(0{,}105)^2 + (0{,}049)^2(0{,}105)}$$

$$= 0{,}077$$

Dengan demikian untuk menguji pengaruh tidak langsung dalam uji ini dapat dihitung nilai z dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut:

$t = ab/Sab$

= 0,582267/0,077

= 7,497

Dari hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa signifikansi pengaruh tidak langsung sebesar 7,497 lebih besar dari 1,96 (nilai z mutlak), sehingga

dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi keputusan memilih terhadap kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis menggunakan uji t (uji parsial) menunjukkan hasil nilai signifikan sebesar 0,165 yang mana hasil tersebut lebih besar dari 0,05. Artinya apabila kualitas pelayanan rendah maka kemungkinan keputusan memilih produk di bank syariah menjadi berkurang.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sumantri (2014) dan Hardian (2015), di mana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan produk pembiayaan secara bersama berpengaruh positif signifikan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah dan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah.* Tetapi penelitian ini didukung oleh Lianardi & Chandra (2019) bahwa kualitas pelayanan tidak terlalu dibutuhkan asalkan produk yang ditawarkan lengkap dan harga terjangkau, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan keputusan untuk memilih melakukan transaksi di perusahaan tersebut. Selain itu hasil dari penelitian Majid (2020) mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan tidak menjadi faktor utama dalam membangun keputusan memilih perbankan syariah karena bagi masyarakat kualitas pelayanan yang diberikan perbankan syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional.

Terkait dengan keputusan memilih dapat dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Maaidah ayat 100 :

قُل لَّا يَسْتَوِى ٱلْخَبِيثُ وَٱلطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ ٱلْخَبِيثِ ۚ فَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ يَٰٓأُو۟لِى ٱلْأَلْبَٰبِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :"Katakanlah: tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang yang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan". (Q.S Al-maidah : 100)

Selain itu di dalam al-Qur'an dijelaskan pula ayat yang terkait tentang sikap hati-hati dalam menerima suatu informasi, seperti yang dijelaskan dalam surah Al-Hujurat ayat 6:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنْ جَاۤءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْٓا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًاۢ بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ

Artinya :"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu". (Q.S Al-Hujarah : 6)

Ayat ini menjelaskan sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima sesuatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya kita periksa dan teliti terlebih dahulu sebelum akhirnya menyesal dikemudian hari. Ayat ini juga dapa disandarkan denga sikap hati-hati umat islam dalam membuat suatu keputusan untuk dikonsumsi atau menggunakan suatu produk. Sehingga sebelum memutuskan memilih meggunakan produk perbankan syariah hendaknya nasabah mengetahui terlebih dahulu kebutuhan atau masalah yang dihadapinya. Selain itu dari ayat diatas dapat diketahui bahwa semua kegiatan yang dilakukan setiap perusahaan atau perbankan melalui pemasaran diharapkan dapat mempengaruhi

konsumen sehingga sampai pada pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan untuk menggunakan atau membeli produk dengan didasari oleh adanya niat untuk melakukan penggunaan dengan melalui beberapa tahap.

4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Memilih Produk Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat memilih produk perbankan syariah. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis menggunakan uji t (uji parsial) menunjukkan hasil nilai signifikan sebesar 0,000 yang mana hasil tersebut kurang dari dari 0,05. Artinya apabila semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka akan mempengaruhi minat masyarakat untuk memilih produk perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Hutagalung (2017) dan Wahyuni (2017) mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh persepsi tentang kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan bank syariah dapat menimbulkan persepsi yang baik yang akhirnya dapat menimbulkan minat seseorang untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah.

Terkait dengan kualitas pelayanan dapat dijelaskan dalam Al-Qur’an surat Al-Imran ayat 159:

عَنْهُمْ فَاعْفُ حَوْلِكَ مِنْ لَانْفَضُّوْا الْقَلْبِ غَلِيْظَ فَظًّا كُنْتَ وَلَوْ ۗلَهُمْ لِنْتَ اللهِ مِّنَ رَحْمَةٍ فَبِمَا
الْمُتَوَكِّلِيْنَ يُحِبُّ اللهَ اِنَّ ۗاللهِ عَلَى فَتَوَكَّلْ عَزَمْتَ فَاِذَا الْاَمْرِۚ فِى وَشَاوِرْهُمْ لَهُمْ وَاسْتَغْفِرْ

Artinya :" Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal". (Q.S Al-Imran : 159)

Ayat di atas menjelaskan bahwa Untuk menciptakan keinginan dan harapan nasabah maka kualitas pelayanan perlu ditingkatkan dengan baik. Ayat di atas juga menjelaskan bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana nasabah banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutannya maka nasabah akan berpidah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima

4.2.3 Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat berpengaruh terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis menggunakan uji t (uji parsial) menunjukkan hasil nilai signifikan sebesar 0,000 yang mana hasil tersebut lebih kecil dari 0,05. Artinya apabila seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang dikarenakan hal

tersebut datang dari dalam diri seseorang yang didasarkan rasa suka dan tidak adanya paksaan dari pihak luar untuk memilih produk perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Masykuroh bahwa terdapat pengaruh antara variable pengetahuan dengan minat masyarakat dalam memilih produk bank syariah secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh minat masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah.

Minat dalam pandangan Islam, dapat dijelaskan dalam QS. Al-Alaq ayat 3-5: QS.Al-‘Alaq ayat 3-5

اِقْرَاْ وَرَبُّكَ الْاَكْرَمُۙ الَّذِيْ عَلَّمَ بِالْقَلَمِۙ عَلَّمَ الْاِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْۗ

Artinya:“Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha Mulia, Yang mengajar (manusia) dengan pena. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.”

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah menjanjikan bahwa pada saat seseorang membaca dengan ikhlas karena Allah, maka Allah akan menganugerahkan kepadanya ilmu pengetahuan, pemahaman, wawasan baru walaupun yang dibaca adalah hal yang sama. Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT memberikan pengetahuan untuk dipelajari dan menggunakan pengetahuan tersebut dalam melakukan aktivitas yang bermanfaat dan melaksanakan kewajiban dalam agama. Minat seseorang dapat timbul dengan membaca. Bukan hanya sekedar membaca tetapi memahami setiap aspek. Sehingga manusia dapat mengetahui minat masing-masing dalam hal ini minat terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diatas mmengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah dengan minat masyarakat sebagai variabel *intervening* di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung dengan menggunakan metode analisis *path* (analisis jalur) dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil uji analisis data diatas, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah. Hal ini menunjukkan jika kualitas pelayanan rendah maka kemungkinan keputusan memilih produk di bank syariah menjadi berkurang.
2. Berdasarkan hasil uji analisis data diatas, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka akan mempengaruhi minat masyarakat untuk memilih produk perbankan syariah.
3. Berdasarkan hasil uji analisis data diatas, menunjukkan bahwa variabel minat masyarakat berpengaruh terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah. Dimana nasabah yang berminat terhadap Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung akan memperhatikan bank tersebut dengan rasa senang dikarenakan hal tersebut datang dari dalam diri seseorang yang didasarkan rasa suka dan tidak adanya paksaan dari pihak luar untuk memilih produk perbankan syariah.

5.2 Saran

1. Saran untuk Bank Syariah Indonesia KCP Tulugagung

   Adapun saran bagi Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung adalah terus menigkatkan kualitas pelayanan, hal ini dikarenakan kualitats pelayanan sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk memilih Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Selain itu fasilitas yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung harus ditingkatkan lagi. Selain kuallitas pelayanan dan fasilitas yang dimiliki harus ditingkatkan, produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung harus diperhatikan lagi, karena masyarakat Tulungagung membandingkan produk Bank Syariah Indonesia dengan bank lainnya.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya

   Untuk peneliti selanjutnya dapat menambah variabel dalam mengukur keputusan memilih produk perbankan syariah seperti kepuasan dan lain sebagainya. Diharapkan juga untuk lebih mengembangkan model penelitian atau dapat menambahkan faktor-faktor lain dalam melakukan penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Rehman, A. (2012). Customer satisfaction and service quality in Islamic banking: A comparative study in Pakistan, United Arab Emirates and United Kingdom. *Qualitative Research in Financial Markets*, *4*(2/3), 165–175. https://doi.org/10.1108/17554171211252501

Alhamid, T. (2019). *Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia (2009-2018) Dan Sumber Daya Manusianya*. *10*, 1–5.

https://doi.org/10.31227/osf.io/2yh9k

AlHusain, A. S. (2021). Bank Indonesia : Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional. *Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategi. Vol. XIII, No.3/I/Puslit/Februari/2021*

Ali, S. F., & Naeem, M. (2019). Does service quality increase the level of banks performance: Comparative analysis between conventional and Islamic banks. *Journal of Management Development*, *38*(6), 442–454. https://doi.org/10.1108/JMD-05-2018-0149

Astuti, T., & Mustikawati, Rr. I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *2*(1), 182-198. Universitas Negeri Yogyakarta.

Darmawan, Z. C., & Ridlwan, A. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Al-Tijary*, *3*(2), 107. Universitas Negeri Surabaya.

Daulay, R. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Di Kota Medan

Faqih, F. Al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, *11*(1), 22. https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.506

Fetrizen, & Aziz, N. (2019). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK AICOS PRODUKSI PT. BUMI SARIMAS INDONESIA* [Preprint]. Open Science Framework. https://doi.org/10.31219/osf.io/w6dt5

Firmansyah, A. F. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, *2*(3), 1-7. Universitas Negeri Surabaya.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Universitas Diponegoro.

Hamzah, Z., & Purwati, A. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*. *3*(1), 98-105. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Indones.

Hidayat, R., & Akhmad, S. (2015). *THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, RELIGIOUS COMMITMENT AND TRUST ON THE CUSTOMERS' SATISFACTION AND LOYALTY AND DECISION TO DO THE TRANSACTION IN MANDIRI SHARIA BANK OF JAWATIMUR* (Vol. 15).

Hukum, J., Syariah, E., Memengaruhi, F., Nasabah, K., Jasa, M., & Makassar, S. (2020). *J-HES*. *4*.

Hutagalung, M. A. K. (2014). Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Minat Masyarakat Pada Bank Syariah. *Jurnal Al-Qasd*, *1*(66), 407-418. Universitas Potensi Utama.

Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analysis of Service Quality, Product Completeness, and Price on Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, *4*(1), 45-58. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Indonesi.

Masykuroh, E. (n.d.). Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Prinsip Syariah Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Lingkungan Warga Dusun Blokagung RT 02/04 Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi). *Spss 16.0*.

Montjai, O., Tewal, B., Lengkong, V. P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi, J. (2014). MOTIVASI, SIKAP DAN MINAT BELI KONSMEN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA PT. HASJRAT ABADI SENTRAL YAMAHA MANADO. *Sikap Dan««« Jurnal EMBA*, *35*, 35–45.

Munawar, T., Suriyanti, Y., & Huda, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Pada BPD Ka-bar Syariah Cabang Sintang. *Jurnal Bisnis Dan Perbankan UMSIDA*, *6*(2), 100-115. STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. https://doi.org/10.21070/jbmp.v6i2.356

Narti, N.-, Sriyadi, S., Rahmayani, N., & Syarif, M. (2019). Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Dengan Metode AHP. *Jurnal Informatika*, *6*(1), 143–150. https://doi.org/10.31311/ji.v6i1.5552

Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2012). *Cara menggunakan Path Analysis* (Cetakan Ke). Bandung: ALFABETA.

Setiawan, S. (2019). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT KOTA SALATIGA MENGGUNAKAN JASA PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH DENGAN MINAT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. IAIN Salatiga.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Sumantri, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap. *Jurnal Economia*, *10*, 141–147.

Surahman, E., Satrio, A., & Sofyan, H. (2020). Kajian Teori Dalam Penelitian. *JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, *3*(1), 49–58. https://doi.org/10.17977/um038v3i12019p049

Volume, A. (2015). *Commitment and Trust on the Customers '*. *15*(1), 57–90.

Wahab, W. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH DI KOTA PEKANBARU*. 16.

Wahyuni, S. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'Ah. *At-Tawassuth*, *1*(1), 1–8.

Yulianti, R. (2015). Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, *2*(1), 14-28. Universitas Serambi Mekkah.

Zamora, R. (2017). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PEMBAYARAN REKENING LISTRIK B'RIGHT PT. PLN BATAM PADA UNIT PELAYANAN BATAM CENTRE*.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : □ Laki-laki □ Perempuan
3. Usia :

   □ 15 – 25 □ 45 – 55

   □ 25 – 35 □ 55 – 65

   □ 35 – 45

Petunjuk Pengisian dan Pertanyaan

Diharapkan Bapak/Ibu/Saudara/i mermberikan jawaban atas pertanyaan yang telah diajukan. Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang sesuai dengan pendapat anda. Berikut ini merupakan alternatif jawaban yang menentukan skor dari setiap pertanyaan, yaitu :

SS : Sangat Setuju TS : Tidak Setuju

S : Setuju STS : Sangat Tidak Setuju

N : Netral

A. Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pegawai BSI KCP Tulungagung berpenampilan rapi dan bersih					
2.	Fasilitas yang dimiliki BSI KCP Tulungagung cukup lengkap					
3.	Pegawai BSI KCP Tulungagung peduli dan perhatian terhadap keinginan dan kebutuhan nasabah					
4.	Pegawai BSI KCP Tulungagung ramah					
5.	Pegawai BSI KCP Tulungagung cepat dan					

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	tanggap dalam melayani nasabah					
6.	Pegawai BSI KCP Tulungagung cepat dalam menyelesaikan masalah nasabah					
7.	Pegawai BSI KCP Tulungagung tepat dalam melayani nasabah					
8.	BSI KCP Tulungagung merealisasikan janjinya					
9.	Pegawai BSI KCP Tulungagung mampu menjawab pertanyaan nasabah terkait produk dan fasilitas yang dimiliki					
10.	Karyawan BSI KC Tulungagung bersikap sopan					

B. Keputusan memilih produk perbankan Syariah (Z)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memilih produk BSI KCP Tulungagung karena memiliki alasan tersendiri					
2.	Saya memilih produk BSI KCP Tulungagung karena memiliki tujuan tersendiri					
3.	Saya mencari informasi sebanyak mungkin mengenai produk dan fasilitas yang dimiliki BSI KCP Tulungagung					
4.	Saya mencari informasi mengenai BSI KCP Tulungagung dari nasabah lain					
5.	Saya membandingkan produk yang dimiliki BSI KCP Tulungagung dengan produk pada bank lain					
6.	Saya mempertimbangkan banyak hal dalam memilih produk BSI KCP Tulungagung					
7.	Saya memutuskan memilih produk BSI KCP Tulungagung karena sesuai dengan apa yang saya harapkan dan inginkan					
8.	Saya memutuskan mmemilih produk BSI KCP Tulumgagung karena sesuai dengan					

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	pertimbangan saya					
9.	Saya merasa puas memilih produk di BSI KCP Tulungagung					
10.	Saya merasa tidak puas memilih produk di BSI KCP Tulungagung					

C. Minat

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya berminat memilih produk di BSI KCP Tulungagung karena informasi yang saya dapatkan cukup menarik					
2.	Saya berminat memilih BSI KCP Tulungagung karena citra merek yang bagus					
3.	Saya mengetahui produk BSI dan keunggulannya sehingga saya berminat memilih BSI KCP Tulungagung					
4.	BSI KCP Tulungagung memiliki peran penting bagi saya					
5.	Saya merasa senang dengan pelayanan BSI KCP Tulungagung sehingga saya berminat					
6.	Saya merasa senang dengan keuntungan produk yang saya pilih di BSI KCP Tulungagung					
7.	Saya lebih mengutamakan bank syariah dari pada bank konvensional					
8.	Saya lebih berminat mengutamakan memilih dan menggunakan produk di bank syariah dari pada bank konvensional					

Lampiran 2. Data Penelitian

Kualitas Pelayanan										
X	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10
1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
2	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5
3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4
6	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
7	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5
8	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
9	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
12	1	1	1	1	2	2	3	1	1	1
13	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
16	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
17	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
19	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
20	3	3	4	4	3	4	3	3	4	5
21	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
22	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
25	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
26	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
27	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
28	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5
29	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
31	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
32	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
34	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
35	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5
36	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
38	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
40	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
41	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
42	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
43	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5

Kualitas Pelayanan										
X	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10
44	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
45	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
47	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
48	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
51	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
52	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
53	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
54	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
55	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
56	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
57	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
58	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5
59	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
60	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
61	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
63	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
64	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
66	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
67	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
68	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
69	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
70	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
71	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
72	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
73	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
74	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
75	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5
76	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
77	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4
78	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4
79	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
80	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
81	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
82	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4
83	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
84	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5
85	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
86	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5
87	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4
88	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5
89	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5

Kualitas Pelayanan										
X	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10
90	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
91	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
92	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
93	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
94	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
95	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
96	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
97	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
98	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5
99	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5
100	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
101	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
102	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4
103	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5
104	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5
105	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5
106	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5
107	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
108	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
109	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
110	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4
111	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
112	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4

Keputusan Memilih										
X	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	X2. 9	X2. 10
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2
3	4	4	5	4	4	5	5	5	4	1
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1
5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	2
6	5	4	4	4	4	5	5	5	4	2
7	4	4	4	5	4	4	4	4	4	1
8	5	5	4	5	5	4	5	4	5	1
9	5	5	5	4	5	4	5	4	5	1
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	4	5	4	5	5	5	4	5	1
12	2	1	3	1	3	1	2	2	1	2
13	5	4	5	5	5	5	5	5	4	1

Keputusan Memilih										
X	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	X2. 9	X2. 10
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2
16	4	5	5	4	5	5	4	5	5	1
17	5	5	5	4	4	5	5	5	5	1
18	5	4	4	4	2	3	4	5	5	1
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	3	3	4	4	3	3	4	3	4	1
21	3	3	3	4	4	4	4	4	5	1
22	5	5	3	3	4	4	4	4	5	1
23	5	5	4	4	1	1	5	5	5	1
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
25	5	5	5	4	4	4	5	5	4	1
26	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1
27	4	5	5	5	5	5	4	5	5	2
28	5	5	5	5	4	4	5	5	4	2
29	4	4	4	5	4	5	5	5	4	1
30	5	5	4	4	5	5	5	5	4	2
31	5	5	5	5	4	5	4	4	5	1
32	5	4	4	4	5	5	5	5	5	2
33	5	5	5	5	4	5	5	5	4	2
34	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2
35	5	5	5	4	4	5	5	5	5	2
36	4	5	5	5	5	5	4	5	5	2
37	5	5	5	4	4	4	5	5	5	1
38	5	4	5	5	5	5	5	5	5	1
39	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2
40	4	5	4	5	4	5	5	5	5	2
41	5	5	4	4	5	5	5	5	4	2
42	5	4	4	4	5	5	5	5	4	1
43	5	5	5	5	4	4	5	5	5	2
44	5	5	5	4	5	5	4	5	5	2
45	4	5	5	5	5	5	5	5	4	1
46	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2
47	5	5	4	5	5	4	4	5	5	1
48	5	5	5	4	5	5	5	5	5	1
49	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2

Keputusan Memilih										
X	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	X2. 9	X2. 10
50	4	5	4	5	5	5	5	5	5	1
51	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
53	5	5	5	5	5	4	5	5	5	1
54	5	5	5	5	4	5	5	5	5	1
55	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1
56	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1
57	4	5	4	5	5	5	5	5	5	1
58	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
60	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2
61	5	5	5	5	4	5	5	4	5	1
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
63	5	5	5	5	4	5	5	5	5	1
64	5	5	5	4	4	5	5	5	5	2
65	4	5	5	5	4	4	5	5	5	1
66	5	5	4	4	5	5	5	5	4	1
67	5	5	4	4	4	5	5	4	5	1
68	5	4	5	4	4	5	5	5	5	1
69	4	5	5	4	4	4	5	4	5	2
70	5	5	5	4	5	4	5	5	5	1
71	4	5	5	4	4	5	5	5	4	2
72	5	5	4	4	4	5	5	5	5	1
73	5	5	4	5	4	5	5	5	5	2
74	5	4	5	5	5	4	5	5	5	1
75	5	4	5	5	5	5	5	4	5	1
76	5	5	4	5	5	4	5	4	5	2
77	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
78	5	4	5	5	4	5	5	5	5	2
79	5	4	5	5	5	5	5	4	5	2
80	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1
81	5	5	5	4	5	5	5	5	5	1
82	5	4	5	4	5	5	4	5	5	2
83	5	4	4	5	5	5	5	4	5	2
84	5	4	5	4	5	5	5	4	5	1
85	5	4	5	4	5	4	5	4	5	1

Keputusan Memilih										
X	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	X2. 9	X2. 10
86	5	4	5	4	5	5	5	4	5	1
87	5	4	5	5	4	5	5	5	4	1
88	4	5	5	4	5	5	5	4	5	2
89	4	5	4	5	5	5	4	5	5	2
90	4	5	4	4	4	4	5	4	5	2
91	5	4	4	4	5	4	4	5	4	2
92	5	5	5	4	4	5	5	5	5	1
93	4	5	4	5	5	5	4	5	5	1
94	5	5	4	5	4	5	4	5	5	2
95	4	5	5	4	4	4	4	5	5	2
96	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2
97	5	4	5	4	4	4	5	5	4	2
98	5	4	5	4	4	4	4	4	5	1
99	5	4	4	4	4	4	5	4	4	2
100	5	4	4	5	4	4	5	5	4	2
101	5	5	5	4	4	4	5	4	5	2
102	5	4	4	5	4	5	5	4	5	2
103	4	5	5	5	4	5	4	5	4	2
104	4	4	5	5	4	4	5	5	4	2
105	5	5	4	5	4	5	5	4	5	2
106	5	5	5	4	5	4	5	4	5	2
107	5	4	4	5	5	4	5	4	5	2
108	5	4	5	5	5	4	5	5	4	2
109	5	4	4	5	4	4	4	5	5	2
110	5	4	5	4	5	4	5	4	5	2
111	4	4	5	5	4	4	5	4	5	2
112	5	4	5	5	5	5	4	5	5	2

Minat Masyarakat								
X	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	X3. 7	X3. 8
1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5
6	4	4	5	4	4	5	4	4
7	5	4	4	4	5	4	5	5
8	5	5	4	4	4	5	5	5
9	5	4	5	5	4	5	5	4
10	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	4	5	5	5	5	5
12	1	2	1	1	2	3	2	2
13	5	5	5	5	5	4	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	5	5	5	5	5	4	5
16	4	5	5	5	5	5	4	5
17	5	5	4	5	5	5	4	5
18	4	4	4	4	5	4	5	5
19	4	4	5	4	4	4	4	4
20	3	3	3	3	3	3	3	4
21	4	4	4	5	4	4	4	3
22	5	4	4	3	3	3	4	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	4	5	5	5	5	4	5
26	5	5	5	4	5	4	4	5
27	5	5	5	5	4	5	5	4
28	5	5	4	4	5	5	4	5
29	5	5	5	5	5	4	4	5
30	5	5	4	4	5	5	5	5
31	5	4	5	5	4	5	5	5
32	5	5	5	5	4	4	4	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	5	5	4	4	5	5	5
36	5	5	5	4	5	5	5	5
37	5	5	4	4	4	4	5	5
38	5	5	5	5	4	4	4	5
39	5	5	5	4	4	4	5	5
40	5	5	5	4	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	4	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	4	5	5
45	5	5	4	5	5	5	5	5
46	5	5	5	4	5	5	5	5
47	5	5	5	4	5	4	4	5
48	5	5	5	4	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	4	5
50	5	5	5	5	5	5	5	4
51	5	4	5	5	5	5	5	5

Minat Masyarakat								
X	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	X3. 7	X3. 8
52	5	4	4	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	4	5	4	5	5
55	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	4	5	5	4	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	5	4	5	5	5	5	5
64	5	4	5	5	5	5	5	5
65	5	4	4	4	5	5	5	5
66	5	5	5	5	4	4	4	5
67	5	5	4	4	5	5	5	4
68	5	5	5	5	5	4	4	5
69	5	5	5	5	5	4	5	5
70	5	4	4	4	5	5	5	5
71	4	5	5	5	5	5	4	5
72	5	5	4	4	5	4	5	5
73	5	5	4	5	4	5	5	4
74	5	4	5	4	5	4	5	5
75	5	4	5	5	5	4	5	5
76	5	5	4	5	4	5	5	5
77	5	5	4	5	4	5	5	5
78	5	5	4	5	5	4	5	5
79	5	5	4	5	4	5	5	5
80	5	4	5	5	5	4	5	4
81	5	5	5	5	4	5	4	5
82	5	4	5	5	4	5	5	5
83	5	4	5	5	4	5	5	5
84	4	5	5	5	4	5	5	4
85	4	5	5	5	5	5	4	5
86	5	4	5	4	5	5	5	5
87	4	5	4	4	5	4	5	5
88	5	4	4	5	5	4	5	5
89	4	5	5	4	5	4	5	5
90	5	4	4	5	4	5	4	4
91	5	4	4	5	4	5	3	3
92	5	4	5	4	4	4	3	4
93	4	5	5	5	4	5	4	4
94	4	5	5	4	4	5	5	4
95	5	4	4	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	4	4	4	4
97	5	4	5	5	5	4	4	5
98	5	4	5	4	5	5	5	4
99	5	4	5	5	5	4	5	5
100	5	4	5	5	4	5	5	4
101	5	4	4	5	5	5	5	5
102	5	5	4	4	5	4	4	4
103	5	4	4	5	5	4	5	4

Minat Masyarakat								
X	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	X3. 7	X3. 8
104	5	4	5	4	4	5	4	5
105	5	4	5	4	4	5	5	5
106	5	4	4	4	5	5	4	4
107	5	4	4	5	4	5	5	4
108	5	4	5	4	4	4	5	5
109	5	4	5	5	4	5	5	5
110	5	4	5	4	4	4	5	4
111	5	4	4	5	5	4	5	5
112	5	4	4	5	5	5	4	3

Lampiran 3. Hasil Output SPSS

VALIDITAS

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	X.1	0.704	0,1638	Valid
	X.2	0.679	0,1638	Valid
	X.3	0.649	0,1638	Valid
	X.4	0.610	0,1638	Valid
	X.5	0.581	0,1638	Valid
	X.6	0.562	0,1638	Valid
	X.7	0.518	0,1638	Valid
	X.8	0.691	0,1638	Valid
	X.9	0.690	0,1638	Valid
	X.10	0.699	0,1638	Valid
Minat Masyarakat (Z)	Z.1	0.737	0,1638	Valid
	Z.2	0.680	0,1638	Valid
	Z.3	0.695	0,1638	Valid
	Z.4	0.711	0,1638	Valid
	Z.5	0.702	0,1638	Valid
	Z.6	0.573	0,1638	Valid
	Z.7	0.684	0,1638	Valid
	Z.8	0.719	0,1638	Valid
Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah (Y)	Y.1	0.595	0,1638	Valid
	Y.2	0.703	0,1638	Valid
	Y.3	0.543	0,1638	Valid
	Y.4	0.682	0,1638	Valid
	Y.5	0.610	0,1638	Valid
	Y.6	0.732	0,1638	Valid
	Y.7	0.584	0,1638	Valid
	Y.8	0.621	0,1638	Valid
	Y.9	0.576	0,1638	Valid
	Y.10	0.254	0,1638	Valid

REABILITAS

Reliability Statistics (X)

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	10

Reliability Statistics (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	10

Reliability Statistics (Z)

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	8

NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (X,Y,Z)

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.03772901
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.076
	Negative	-.104
Kolmogorov-Smirnov Z		1.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.180

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (X,Z)

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.86713300
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.064
	Negative	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		1.306
Asymp. Sig. (2-tailed)		.066

MULTIKOLINEARITAS

Coefficients[a]

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.285	2.548		2.467	.015		
	X	.127	.091	.127	1.399	.165	.350	2.854
	Z	.833	.105	.723	7.968	.000	.350	2.854

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.721	2.280		2.071	.041		
	X	.699	.049	.806	14.281	.000	1.000	1.000

HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.628	1.787		.911	.364
	X	.079	.064	.200	1.248	.215
	Z	-.104	.073	-.228	-1.423	.158

a. Dependent Variable: Abs_Res2

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.248	1.538		2.112	.037
	X	-.041	.033	-.116	-1.228	.222

a. Dependent Variable: Abs_Res1

KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828[a]	.686	.680	2.056

a. Predictors: (Constant), Z, X

b. Dependent Variable: Y

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806[a]	.650	.646	1.876

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Z

UJI REGRESI

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.285	2.548		2.467	.015		
	X	.127	.091	.127	1.399	.165	.350	2.854
	Z	.833	.105	.723	7.968	.000	.350	2.854

a. Dependent Variable: Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.721	2.280		2.071	.041		
	X	.699	.049	.806	14.281	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Z

UJI SOBEL

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.285	2.548		2.467	.015		
	X	.127	.091	.127	1.399	.165	.350	2.854
	Z	.833	.105	.723	7.968	.000	.350	2.854

a. Dependent Variable: Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.721	2.280		2.071	.041		
	X	.699	.049	.806	14.281	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Z

Lampiran 4. Hasil Cek Plagiarisme

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH DENGAN MINAT MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP TULUNGAGUNG

ORIGINALITY REPORT

18%	17%	0%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.docstoc.com Internet Source	8%
2	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	4%
3	Submitted to iGroup Student Paper	3%
4	lib.unnes.ac.id Internet Source	2%
5	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Ibn Khaldun Student Paper	<1%
7	usahasampingankaryawan.net Internet Source	<1%

Exclude quotes	On	Exclude matches	<1%
Exclude bibliography	On		

Lampiran 5. Surat Keterangan Bebas Plagiasi

KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :
Nama : Zuraidah, SE., M.SA
NIP : 19761210 200912 2 001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :
Nama : Naya Nurulita
NIM : 17540028
Handphone : 081553125025
Konsentrasi : Enterpreneur
Email : nayanurulita@gmail.com
Judul Skripsi :"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah Dengan Minat Masyarakat Sebagai Variabel *Intervening* Di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung"

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan ***BEBAS PLAGIARISME*** dari ***TURNITIN*** dengan nilai *Originaly report:*

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
18%	**17%**	**0%**	**7%**

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 14 Desember 2020
UP2M

Zuraidah, SE., M.SA
NIP 197612102009122 001

Lampiran 6. Jurnal Bimbingan Tugas Akhir

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI/TESIS/DISERTASI

IDENTITAS MAHASISWA

NIM : 17540028
Nama : NAYA NURULITA
Fakultas : EKONOMI
Jurusan : PERBANKAN SYARI`AH
Dosen Pembimbing 1 : Dr. SISWANTO, M.Si
Dosen Pembimbing 2 :
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi :
PENGARUH MINAT MASYARAKAT TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI KOTA MALANG

IDENTITAS BIMBINGAN

No	Tanggal Bimbingan	Nama Pembimbing	Deskripsi Bimbingan	Tahun Akademik	Status
1	2020-01-13	Dr. SISWANTO, M.Si	1. Kalau mengajukan makalah diberi judul. 2. Tambah jurnal2 lain terkait, dan digunakan untuk menunjukkan kontradiksi penelitian. 3. Konsultasi selanjutnya mengggunakan wa call setelah direvisi	2021/2022 Genap	**Sudah Dikoreksi**
2	2021-01-19	Dr. SISWANTO, M.Si	1. Variabel tetapkan dengan penelitian terdahulu 2. Judul sesuaikan dengan variabel	2021/2022 Genap	**Sudah Dikoreksi**
3	2021-02-05	Dr. SISWANTO, M.Si	1. Penelitian terdahulu masih belum sesuai dengan judul penelitian 2. Penelitian terdahulu yang digunakan untuk latar belakang kurang 3. Tambahkan penelitian inrternasional pada latar belakang	2020/2021 Genap	**Sudah Dikoreksi**
4	2021-02-18	Dr. SISWANTO, M.Si	1. Latar belakang masih kurang teliti 2. Penulisan pengutipan jurnal dibenarkan lagi 3. Penelitian terdahulu ditambahkan lagi	2021/2022 Genap	**Sudah Dikoreksi**
5	2021-03-08	Dr. SISWANTO, M.Si	1. Penelitian terdahulu masih kurang	2021/2022 Genap	**Sudah Dikoreksi**

No	Tanggal Bimbingan	Nama Pembimbing	Deskripsi Bimbingan	Tahun Akademik	Status
			2. Latar belakang perlu diteliti lagi 3. Tata letak penulisan dibenarkan lagi		
6	2021-04-15	Dr. SISWANTO, M.Si	1. Tata cara penulisan dikoreksi lagi 2. Peneletian terdahulu disesuaikan dengan hubungan antar variabel 3. Hubungan antar variabel tidak terdapat penelitian terdahulunya	2021/2022 Genap	**Sudah Dikoreksi**
7	2021-05-10	Dr. SISWANTO, M.Si	1. File masih acak-acakan 2. Hubungan antar variabel tidak ada referensinya 3. Dikerjakan dengan sungguh-sungguh dan banyak berdiskusi dengan teman 4. Lanjut ke bab 3	2021/2022 Genap	**Sudah Dikoreksi**
8	2021-06-07	Dr. SISWANTO, M.Si	1. Sistematika tulisan diatur kembali, supaya halaman tidak semakin menjorok ke kanan 2. Jarak antar paragrap before after di 0 kan 3. Dirapikan semua, disipakan keusionoer dan dilengkapi persyarakatan untuk ujian proposal.	2021/2022 Genap	**Sudah Dikoreksi**
9	2021-06-09	Dr. SISWANTO, M.Si	Proposal disetujui	2021/2022 Genap	**Sudah Dikoreksi**
10	2021-07-23	Dr. SISWANTO, M.Si	1. Konsultasi lembar kuesioner penelitian 2. Pastikan setiap indikator diukur minimal 2 item pertanyaan 3. Gunakan bahasa yang lugas dan tidak terlalu panjang 4. Pastikan kuesioner sudah konsisten dengan definisi operasional variabel pada bab 3	2021/2022 Genap	**Sudah Dikoreksi**
11	2021-07-28	Dr. SISWANTO, M.Si	1. Konsultasi kuesioner penelitian 2. Lanjut kalau sudah sesuai dengan definisi operasional	2021/2022 Genap	**Sudah Dikoreksi**

No	Tanggal Bimbingan	Nama Pembimbing	Deskripsi Bimbingan	Tahun Akademik	Status
12	2021-09-20	Dr. SISWANTO, M.Si	1. Format penulisan bab 2 masih acak-acakan 2. Judul sesuaikan alat analisis yang mana variabel mediasi, karea penelitian menggunakan analisis path	2021/2022 Ganjil	**Sudah Dikoreksi**
13	2021-10-19	Dr. SISWANTO, M.Si	1. Hubungan antar variabel diperbaiki lagi 2. Penulisan referensi diperbaiki lagi 3. Penulisan diteliti dan dibenarkan lagi 4. Uji parsial disesuaikan dengan hubungan antar variabel 5. Hipotesis disesuaikan dengan hubungan antar variabel	2021/2022 Ganjil	**Sudah Dikoreksi**
14	2021-10-26	Dr. SISWANTO, M.Si	1. Format abstrak masih salah 2. Sub bab hasil analisis regresi disesuikan dengan urutan hasil penelitian sesuai dengan hipotesis 3. Tambahkan uji sobel 4. Tambahkan signifikan di model analisis jalur 5. Pada pembahasan ditambahkan hasil dari penelitian dan signifikannya	2021/2022 Ganjil	**Sudah Dikoreksi**
15	2021-11-01	Dr. SISWANTO, M.Si	1. Penulisan diperhatikan dan dibenarkan lagi 2. Ada beberapa kalimat yang salah pada kesimpulan 3. Daftar pustaka diurutkan, spasi dibenarkan, paragraf dibenarkan 4. Dilengkapi lampirannya 5. Dipersiapkan seminar hasil	2021/2022 Ganjil	**Sudah Dikoreksi**

Lampiran 7. Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

Nama	: Naya Nurulita
Tempat, Tanggal Lahir	: Tulungagung, 27 Februari 1999
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Dsn Bulu 01/04 Tanggulwelahan, Besuki, Tulungagung
No. Telepon	: 085645618871
Email	: nayanurulita@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

2004-2010	: MI Hikmaturrohmani Mojotengah
2012-2014	: Mts Unggulan Amanatul Ummah Pacet Mojokerto
2014-2016	: MA Unggulan Amanatul Ummah Pacet Mojokerto
2017-2021	: Jurusan Perbankan Syariah S1, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

PENDIDIKAN NON FORMAL

2017-2018	: Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2018-2019	: English Language Center (ELC) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang