

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK
BTPN WOW! TERHADAP MINAT MENABUNG
(Studi di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare)**



Oleh

DIAN NOVIANTI

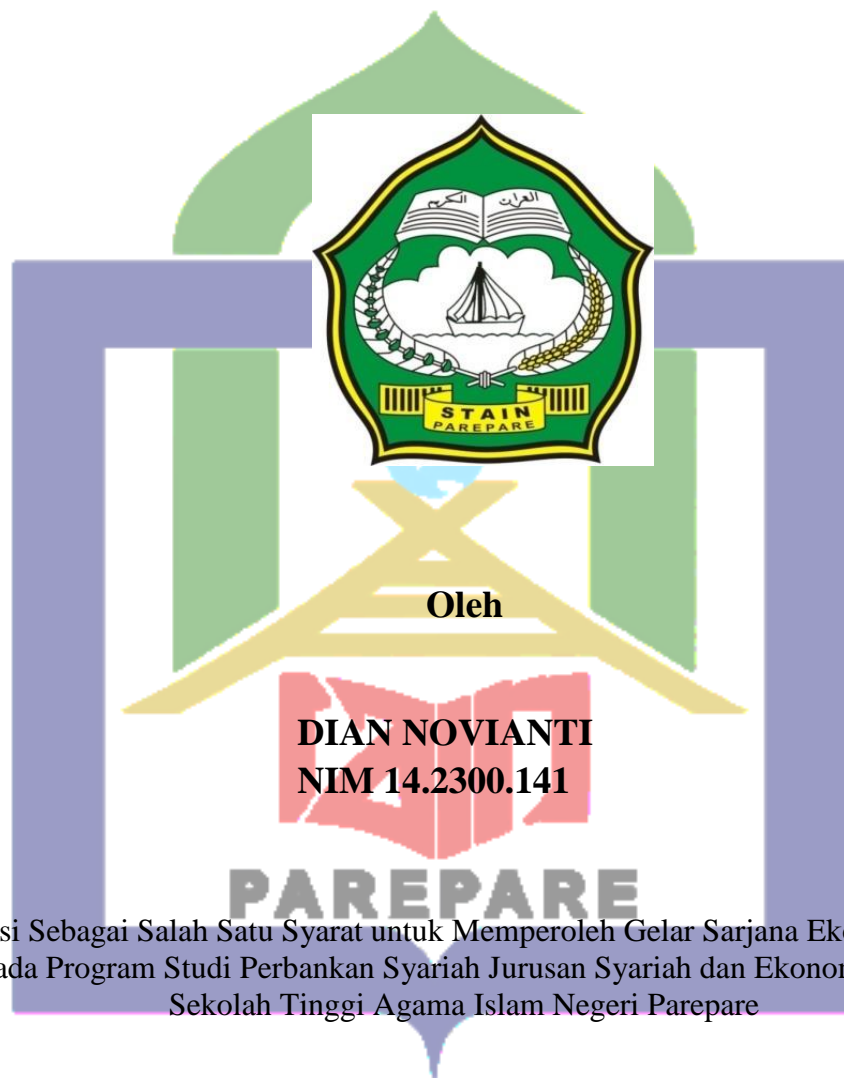
NIM 14.2300.141

PAREPARE

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2018

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK
BTPN WOW! TERHADAP MINAT MENABUNG
(Studi di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare)**

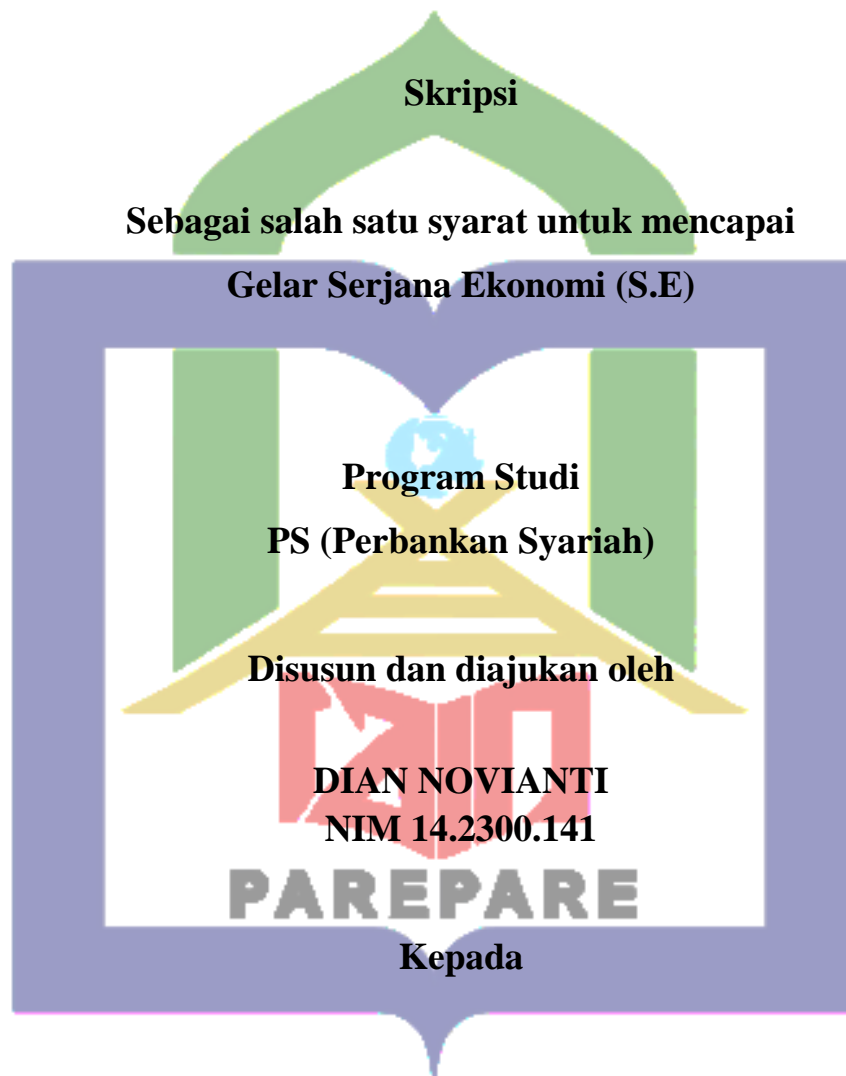


Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2018

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK
BTPN WOW! TERHADAP MINAT MENABUNG
(Studi di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare)**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2018

PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Dian Novianti
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Btpn Wow!
terhadap Minat Menabung (Studi di PT. Bank
Tabungan Pensiunan Nasional Parepare)
NIM : 14.2300.141
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : B. 3023/Sti.08/PP.00.01/10/2017

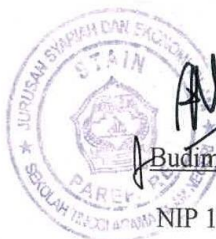
Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Syahriyah Semaun, S.E., M.M
NIP : 19711111 199803 2 003
Pembimbing : Damirah, S.E., M.M
NIP : 19760604 200604 2 001



Mengetahui:

Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam



Budiman, S.Ag., M.HI

NIP 19730627 200312 1 004

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK
BTPN WOW! TERHADAP MINAT MENABUNG
(Studi di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare)**

Disusun dan diajukan oleh

**DIAN NOVIANTI
NIM 14.2300.141**

Telah Dipertahankan di Depan Panitia Ujian Munaqasyah

Pada Tanggal 19 April 2018 dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

MENGESAHKAN

DOSEN PEMBIMBING

Pembimbing Utama : Syahriyah Semaun, S.E., M.M

NIP : 19711111 199803 2 003

Pembimbing : Damirah, S.E., M.M

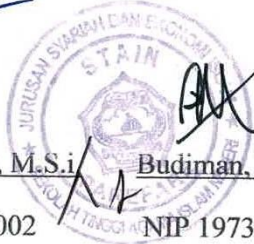
NIP : 19760604 200604 2 001




Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.S.i

NIP 19640427 198703 1 002


Budiman, S.Ag., M.HI.

NIP 19730627 200312 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Btpn Wow! terhadap Minat Menabung (Studi di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare)

Nama Mahasiswa : Dian Novianti

NIM : 14.2300.141

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : B. 3023/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Syahriyah Semaun, S.E., M.M Ketua

Damirah, S.E., M.M Sekretaris

Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. Anggota

Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd Anggota



Mengetahui:

Ketua STAIN Parepare



DR. PRADIPATI SUTRA RUSTAN, M.Si

NIP 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

Puji s/yukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt., berkat hidayah, taufik, dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi” Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Hj. Nurmiat, Ayahanda Ahmad Poge, Nenek Mansi dan Hj. Tini, dan Tanteku Hj. Jumiati dan Salmia, serta saudara-saudariku tercinta berkat doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Ibu Syahriyah Semaun, S.E., M.M. dan Ibu Damirah, S.E., M.M selaku pembimbing I dan pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si sebagai Ketua STAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di STAIN Parepare.
2. Bapak Budiman, S.Ag., M.HI sebagai Ketua Jurusan Syariah dan Hukum Ekonomi Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. selaku Penanggung Jawab Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak/Ibu dosen beserta admin jurusan Syariah dan Hukum Ekonomi Islam STAIN Parepare yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama kuliah di STAIN Parepare.

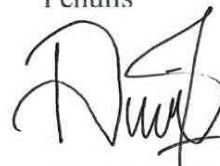
5. Keempat Orang tuaku yang tersayang dan tercinta, mama, bapak, nenek, dan tanteku yang telah memberikan do'a, bimbingan, kasih sayang serta dukungan baik berupa moril, maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di STAIN Parepare.
6. Kerabat, Sahabat, teman dekat, senior-senior, dan teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan motivasi yang begitu membangun diri pribadi penulis meluangkan waktu menemani serta membantu penulis dalam mencari referensi dan menyelesaikan penelitian dan penulisan.
7. Para keluarga besar Kantor PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare yang telah memberi informasi dan data yang dibutuhkan penulis dalam penelitian.

Penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah Swt. Berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 19 April 2018

Penulis



Dian Novianti
NIM. 14.2300.141

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : DIAN NOVIANTI
NIM : 14.2300.141
Tempat/Tgl. Lahir : Baranti/ 05/05/1996
Program Studi : Perbankan Syariah
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk BTPN Wow!
Terhadap Minat Menabung (Studi di PT. Bank Tabungan
Pensiunan Nasional Parepare)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 19 April 2018

Penulis



DIAN NOVIANTI
NIM. 14.2300.141

ABSTRAK

Dian Novianti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk BTPN Wow! Terhadap Minat Menabung (Studi di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare)*. Dibimbing oleh Ibu Syahriyah Semaun. Selaku pembimbing utama dan Ibu Damirah, selaku pembimbing kedua.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variable kualitas pelayanan dan produk btpn wow! terhadap minat menabung. Serta untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan produk btpn wow! secara simultan terhadap minat menabung. Sekaligus untuk mengetahui variable yang paling berpengaruh atau dominan berpengaruh terhadap minat menabung.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda, uji t, uji f, Koefisien Determinasi (R^2), dan Korelasi ganda R.

Hasil penelitian menunjukkan : Berdasarkan pada perhitungan regresi linear, $Y = 8,811 + 0,542x_1 + 0,133x_2$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung (Y). Kemudian produk BTPN Wow! (X_2) tidak berpengaruh terhadap minat menabung (Y)

Key Word: Kualitas Pelayanan, Produk BTPN Wow!, Minat Menabung.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGAJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN TEORI	
2.1 DESKRIPSI TEORI	
2.1.1 Pengertian Bank.....	8
2.1.2 Peranan Bank	10
2.1.3 Fungsi Bank	12
2.1.4 Tujuan Bank.....	13
2.1.5 Jenis-Jenis Bank.....	14
2.1.6 Produk Bank.....	16

2.1.7 Kualitas	18
2.1.7.1 Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.7.2 Kualitas Produk.....	27
2.1.8 Minat Menabung.....	29
2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pikir/Konseptual.....	40
2.4 Hipotesis	42
2.5 Tinjauan Konseptual Dan Pengukurannya.....	42
2.6 Definisi Operasional Variabel.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Dan Desain Penelitian.....	45
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	46
3.3 Populasi Dan Sampel	46
3.4 Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data.....	47
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	52
4.2 Deskripsi Data.....	59
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	62
4.4 Pengujian Instrumen Penelitian	63
4.4.1 Uji Validitas	63
4.4.2 Uji Reliabilitas	65
4.5 Pengujian Asumsi Klasik.....	67
4.5.1 Uji Normalitas.....	67

4.5.2 Uji Multikolinearitas	68
4.6 Hasil Penelitian	69
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
4.6.2 Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t).....	72
4.6.3 Pengujian Hipotesis secara simultan (Uji F).....	74
4.6.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	75
4.6.5 Korelasi Ganda (R)	75
4.7 Pembahasan.....	76
4.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung.....	77
4.7.2 Produk Btpn Wow! Terhadap Minat Menabung.....	78
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82

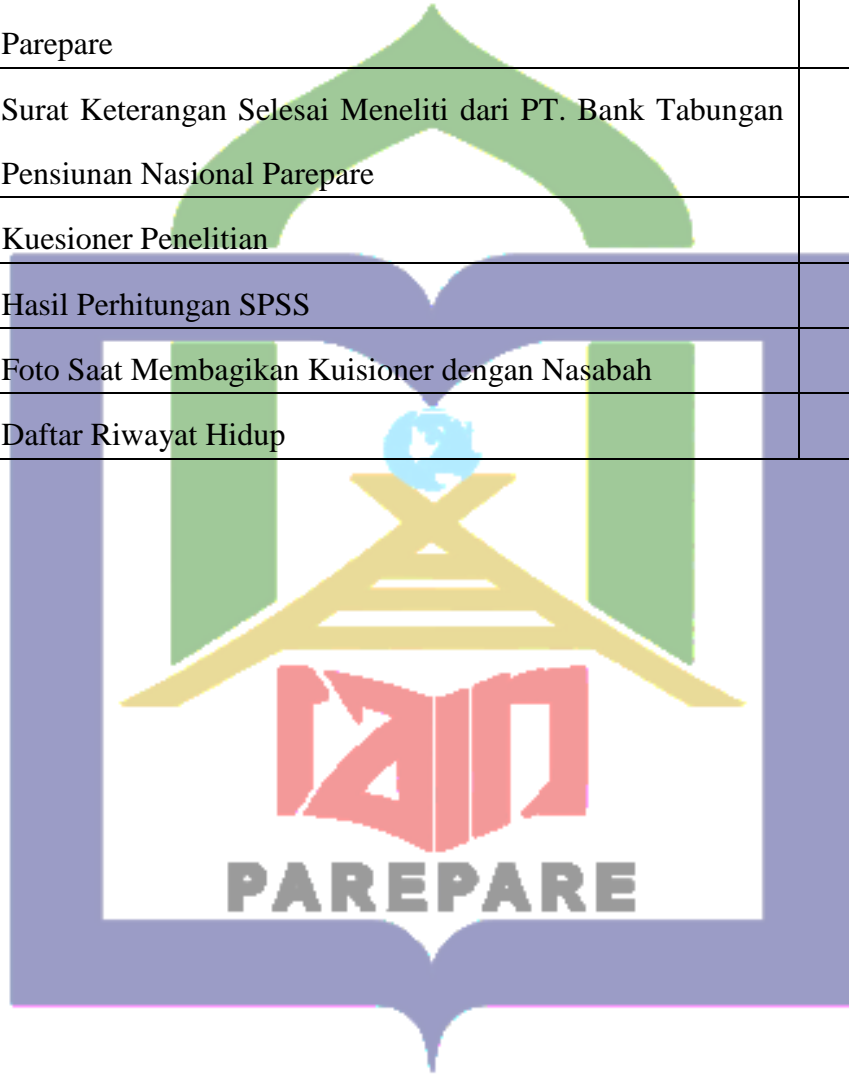


DAFTAR TABEL

NO	JUDUL TABEL	HALAMAN
1	Sampel Nasabah Btpn Wow!	
2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	
3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	
4	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	
5	Hasil uji validitas	
6	Hasil uji reliabilitas	
7	Hasil uji multikolinearitas	
8	Hasil perhitungan regresi	
9	Pengujian secara parsial (uji-t)	
10	Pengujian secara simultan (uji F)	
11	Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2)	
12	Pengujian korelasi ganda R	
13	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Kualitas Pelayanan (X1)	
14	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Produk Btpn Wow! (X2)	
15	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Minat Menabung (Y)	

DAFTAR LAMPIRAN

NO	JUDUL LAMPIRAN	HALAMAN
1	Surat Izin Melakukan Penelitian dari STAIN Parepare	Terlampir
2	Surat Izin Melakukan Penelitian dari Pemerintah Kota Parepare	Terlampir
3	Surat Keterangan Selesai Meneliti dari PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare	Terlampir
4	Kuesioner Penelitian	Terlampir
5	Hasil Perhitungan SPSS	Terlampir
6	Foto Saat Membagikan Kuisisioner dengan Nasabah	Terlampir
7	Daftar Riwayat Hidup	Terlampir



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan di Indonesia bukan lagi menjadi sebuah wacana. Sejak kemerdekaan Indonesia dari waktu ke waktu kondisi dunia perbankan telah mengalami banyak perubahan. Selain disebabkan oleh faktor eksternal yaitu kebutuhan masyarakat Indonesia akan permodalan di bidang usaha, penanaman modal atau investasi juga sebagai kebutuhan untuk pengamanan asset yang dimilikinya. Penyebab yang kedua adalah dari sisi Internal perbankan itu sendiri. Perkembangan sistem perbankan yang mengikuti kebutuhan pangsa pasarnya mengacu kepada sistem pelayanan yang bermutu.

Di dunia modern, peran Bank sangat besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Hampir semua sektor usaha, yang meliputi sektor industri, perdagangan, pertanian, perkebunan, jasa, dan perumahan sangat membutuhkan Bank sebagai mitra dalam melakukan transaksi keuangan. Semua sektor usaha maupun industri saat ini dan masa yang akan datang tidak akan lepas dari sektor perbankan bahkan menjadi kebutuhan dalam menjalankan aktivitas keuangan dalam mendukung kelancaran usaha. Peran Bank bagi masyarakat individu, maupun masyarakat bisnis sangat penting bahkan bagi suatu negara, karena bank sebagai suatu lembaga yang sangat berperan dan berpengaruh dalam perekonomian suatu negara.¹

¹Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi* (Jakarta: Kencana Prenada media Group, 2013), h. 2.

Perusahaan perbankan merupakan lembaga yang memang memberikan suatu layanan jasa kepada masyarakat luas. Kualitas layanan yang dibutuhkan seorang konsumen pada hakikatnya dimana pelayanan yang diberikan memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Perkembangan dunia perbankan semakin pesat dan modern baik dari segi ragam produk, kualitas layanan dan teknologi yang dimilikinya. Pemberian produk dan jasa yang dilakukan oleh suatu bank pada dasarnya disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang dalam hal ini bertindak sebagai konsumen pengguna jasa perbankan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini memberikan pengaruh pada sektor keuangan, terutama perbankan.

Perkembangan teknologi saat ini mempunyai peran yang penting dalam memberikan kemudahan kepada nasabah dan mempercepat kegiatan dalam transaksi perbankan. Saat ini kehidupan masyarakat serba praktis, cepat, dan mudah, perusahaan perbankan saat ini berusaha untuk menciptakan inovasi baru dalam memberikan produk terbaik untuk memenuhi kepuasan nasabah. Salah satu yang dilakukan oleh perusahaan perbankan adalah Bank berusaha menciptakan kemudahan dan kenyamanan kepada nasabah dalam bertransaksi secara *online*, efektif, dan nyaman. Serta menghadirkan transaksi teknologi perbankan yang dapat bersaing di dunia perbankan seperti pembangunan jaringan mesin ATM, *Internet Banking* yang lebih dikenal dengan *e-banking* dan *mobile banking* menjadi kegiatan utama dalam memenangkan persaingan pasar karena itu nasabah menjadi prioritas baik dari segi pelayanan maupun dalam kemudahan dalam bertransaksi. *mobile banking* menjadi salah satu solusi.

Relatif masih banyaknya masyarakat Indonesia yang belum bisa mengakses layanan jasa keuangan formal menjadi perhatian utama bank Indonesia dan pemerintah dengan mencanangkan program keuangan inklusif untuk meniadakan segala hambatan terhadap akses masyarakat dalam memanfaatkan layanan jasa keuangan formal. Dari perspektif lembaga keuangan, hambatan yang dihadapi dalam memperluas inklusif keuangan mencakup keterbatasan cakupan wilayah dan jaringan kantor, minimnya informasi mengenai nasabah potensial dan terbatasnya informasi mengenai keuangan konsumen. Usaha menambah jaringan kantor pedesaan diperhadapkan pada biaya pendirian dan biaya pemeliharaan yang relatif mahal. Oleh karena itu *branchless banking* yang kini tengah menjadi sorotan utama dunia perbankan diharapkan dapat menjadi metode yang mendekatkan layanan perbankan kepada masyarakat khususnya masyarakat yang bermukim di pedesaan yang lokasinya jauh dari kantor bank baik pusat maupun cabang dengan dukungan pelaku usaha dibidang telekomunikasi.

Layanan *branchless banking* merupakan solusi untuk meningkatkan inklusif keuangan khususnya masyarakat di daerah terpencil yang sulit dijangkau oleh jaringan cabang perbankan. Kondisi geografis Indonesia mencakup wilayah yang sangat luas sehingga diperlukan saluran distribusi perbankan yang memadai untuk menjangkau masyarakat sampai pelosok-pelosok pedesaan. Dengan karakteristik demografi tersebut, *branchless banking* merupakan media yang dianggap mampu melayani semua segmen masyarakat termasuk masyarakat yang kurang mampu untuk mengakses layanan keuangan formal dengan biaya relative murah dibandingkan dengan pembukaan jaringan cabang baru.

PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk adalah perusahaan yang bergerak dibidang perbankan, yang berdiri sejak tahun 1958, dan berkantor pusat di Jakarta (sebelumnya Bandung). PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk ini mempunyai cabang-cabang 263 kota diseluruh Indonesia. Visi perusahaan ini yaitu, menjadi bank *mass market* terbaik, mengubah hidup berjuta rakyat Indonesia sedangkan misinya yaitu bersama, kita ciptakan kesempatan tumbuh hidup yang lebih berarti. Proses perumusan visi dan misi PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional ini dimulai pada tahun 2009, dan melibatkan masukan serta partisipasi dari semua karyawan dari berbagai tingkatan. Tujuan yaitu untuk membangun bisnis yang berkelanjutan dan berkontribusi meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia serta berperan dalam pembangunan bangsa.

Pada tahun 2015 PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional secara resmi meluncurkan produk *btpn wow!*, sebuah *mobile digital platform* dimana nasabah dengan perangkat telepon seluler sederhana dan sinyal 1 bar sekalipun. Dapat mendaftarkan dan membuka rekening tabungan dengan proses verifikasi yang dipermudah dan melakukan transaksi perbankan. PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk dengan slogan *branchless banking* yaitu jaringan distribusi yang digunakan untuk member layanan *financial* di luar kantor cabang bank melalui teknologi dan jaringan alternatif dengan biaya efektif, efisien dalam kondisi yang aman dan nyaman.²

Tabungan merupakan salah satu jasa yang dikeluarkan oleh perbankan guna meningkatkan minat menabung nasabah, maka PT. Bank Tabungan Pensiunan

²Silva Anggreani, "Perkembangan Perbankan di Indonesia," blog Silva Anggreani. <http://silviaanggraeni17.blogspot.co.id/2015/01/Perkembangan-Perbankan-di-Indonesia.html>. diakses pada (19 oktober 2017).

Nasional menawarkan produk (btpn wow!) yang memiliki perbedaan dibandingkan dengan produk bank lainnya. Dimana produk ini menerapkan laku pandai. Rekening ponsel merupakan produk dengan layanan yang menembus batas yang memberikan jasa finansial keseluruh lapisan masyarakat bahkan yang tidak memiliki rekening bank sekalipun. Rekening ponsel memungkinkan nasabah untuk mentransfer uang ke nomor ponsel dari seluruh operator ponsel di Indonesia, menggunakan jenis ponsel apapun yang paling utama adalah tidak memerlukan kartu ATM dan rekening bank. Selain itu disediakan berbagai fasilitas yang lebih baik untuk kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam setiap melakukan kegiatan atau transaksi perbankan.

Dalam kehidupan ini seseorang akan selalu berkomunikasi atau berhubungan dengan orang lain, benda, situasi dan aktivitas-aktivitas yang terdapat disekitar kita. Dalam berhubungan tersebut mungkin bersikap menerima, membiarkan atau menolaknya. Apabila menaruh minat, itu berarti kita menyambut atau bersikap positif dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan tersebut dengan demikian maka akan cenderung untuk memberi perhatian dan melakukan tindakan lebih lanjut.³

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik meneliti tentang kualitas pelayanan dan produk btpn wow! dengan hubungannya terhadap minat dalam menabung adalah peneliti ingin mengupas lebih jauh tentang pengaruh kualitas pelayanan dan produk btpn wow! yang dimiliki PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional terhadap minat menabung nasabah. Apakah kedua variabel tersebut saling berpengaruh atau tidak ada pengaruhnya sama sekali, lewat penelitian ini akan dibuktikan oleh penulis. Pentingnya penulis mengungkap masalah tersebut diharapkan mampu menjadi tolak ukur bagi perbankan maupun penulis sendiri.

³Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif ISLAM* (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 262.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah ?
- 1.2.2 Apakah produk Btpn Wow! berpengaruh terhadap minat menabung nasabah?
- 1.2.3 Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan produk Btpn Wow! secara bersama-sama terhadap minat menabung nasabah ?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah.
- 1.3.2 Untuk mengetahui apakah produk Btpn Wow! Berpengaruh terhadap minat menabung nasabah.
- 1.3.3 Untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh atau dominan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan hasil penelitian yang diharapkan oleh penulis adalah:

- 1.4.1 Sebagai sarana menuangkan ide/pemikiran ke dalam bentuk tulisan dan melatih berfikir dalam menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan produk btpn wow! Terhadap minat menabung.
- 1.4.2 Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kontribusi kepada masyarakat tentang hal-hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan produk btpn wow!.
- 1.4.3 Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan dan informasi khususnya produk btpn wow!.
- 1.4.4 Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian sejenis sehingga mampu menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih mendalam.

1.4.5 Bagi penulis sendiri, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan proses pembelajaran dan menambah wawasan ilmiah penulis dalam disiplin ilmu yang penulis tekuni.



BAB II

TINJAUAN TEORI

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Pengertian Bank

Pengertian Bank menurut yang telah dituangkan dalam Undang-undang Negara Republik Indonesia pada nomor 10/1998 pasal 1 huruf 2 dimana telah mengatur mengenai perbankan yang menjelaskan bahwa pengertian bank adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Mengacu pada UU No. 14/1967 di pasal 1 mengenai pokok-pokok perbankan menjelaskan tentang pengertian bank adalah suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

Kemudian pengertian bank menurut beberapa ahli seperti, Prof. G.M. Verryn Stuart ialah badan usaha yang wujudnya ialah memuaskan keperluan orang lain, dengan cara memberikan kredit yang berupa uang yang diterimanya dari orang lain, sekalipun dengan cara menambah uang baru (kertas atau logam). Menurut Dr. B.N. Ajuha, pengertian bank adalah tempat menyalurkan modal dari mereka yang tidak dapat menggunakan secara menguntungkan kepada mereka yang dapat keuntungan masyarakat. Pierson menyatakan pengertian bank adalah yakni badan usaha yang menerima kredit namun tidak memberikan kredit.⁴

⁴Guru Pendidikan, *Pengertian Bank Menurut Para Ahli-guru pendidikan.com*, diakses di <http://www.gurupendidikan.co.id/2015/02/gurupendidikan.html> (19 Oktober 2017).

Dari pengertian bank menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa bank adalah tempat seseorang menyimpan dana lebihnya, selain untuk menyimpan juga merupakan lembaga yang membantu masyarakat yang membutuhkan dana.

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.⁵ Bank adalah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang.⁶ Bank adalah badan usaha di bidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang dalam masyarakat, terutama memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.⁷

A.Abdurrachman di *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan dan Perdagangan* menjelaskan bahwa, “Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, kemudian bertindak sebagai tempat penyimpanan segala benda-benda yang berharga, dan membiayai usaha usaha orang lain atau para perusahaan-perusahaan dan lain-lain”.⁸

Dari beberapa uraian diatas dapat dijelaskan bahwa Bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan. Jadi dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan utama yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya.

⁵Kartoredjo, *Kamus Baru Kontemporer* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2014), h. 41.

⁶Adiwarman A.Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 18.

⁷Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 135.

⁸Thomas Suyatno dkk, *Kelembagaan Perbankan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), h. 1.

2.1.2 Peranan Bank

Dalam menjalankan kegiatannya bank mempunyai peran penting dalam sistem keuangan, yaitu:

2.1.2.1 Pengalihan Aset (*asset transmutation*)

Pengalihan dana atau aset dari unit surplus ke unit defisit. Dimana sumber dana yang diberikan pada pihak peminjam berasal pemilik dana yaitu unit surplus yang jangka waktunya dapat diatur sesuai dengan keinginan pemilik dana. Dalam hal ini bank berperan sebagai pengalihan aset yang likuid dari unit surplus (*lender*) kepada unit defisit (*borrower*).

2.1.2.2 Transaksi (*transaction*)

Bank memberikan berbagai kemudahan kepada pelaku ekonomi untuk melakukan transaksi. Dalam ekonomi modern, transaksi barang dan jasa tidak pernah terlepas dari transaksi keuangan. Untuk itu produk-produk yang dikeluarkan oleh bank (giro, tabungan, deposito, saham, dan sebagainya) merupakan pengganti uang dan dapat digunakan sebagai alat pembayaran.

2.1.2.3 Likuiditas (*liquidity*)

Unit surplus dapat menempatkan dana yang dimilikinya dalam bentuk produk-produk berupa giro, tabungan, deposito, dan sebagainya. Produk-produk tersebut masing-masing mempunyai tingkat likuiditas yang berbeda-beda untuk kepentingan likuiditas para pemilik dana dapat menempatkan dananya sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya. Dengan demikian bank memberikan fasilitas pengelolaan likuiditas kepada pihak yang mengalami surplus likuiditas dan menyalurkannya kepada pihak yang mengalami kekurangan likuiditas.

2.1.2.4 Efisiensi (*efficiency*)

Peranan bank sebagai broker adalah menemukan peminjam dan pengguna modal tanpa mengubah produknya. Disini bank hanya memperlancar dan mempertemukan pihak-pihak yang saling membutuhkan. Adanya informasi yang tidak simetris (*asymmetric information*) antara peminjam dan investor menimbulkan masalah insentif. Peran bank menjadi penting untuk memecahkan masalah insentif tersebut. Untuk itu peran bank dalam hal ini yaitu menjembatani dua pihak yang saling berkepentingan untuk menyamakan informasi yang tidak sempurna, sehingga terjadi efisiensi biaya ekonomi.⁹

Bank mempunyai peran dalam menghimpun dana masyarakat atas dasar suka sama suka sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam QS an-Nisa'/4:29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.¹⁰

⁹Boele21's, "Fungsi dan peranan bank secara umum," Blog boele21's. <http://boele21.wordpress.com/2010.html> (10 Desember 2017).

¹⁰Kementerian Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Cv Media Fitrah Rabbani, 2009), h. 83.

2.1.3 Fungsi Bank

2.1.3.1 Fungsi Bank Sebagai Agen Kepercayaan

Bank yang merupakan agen kepercayaan atau *agent of Trust* ini adalah sebuah lembaga yang berdasarkan pada kepercayaan. Adapun dasar utama dari kegiatan perbankan adalah suatu kepercayaan, dimana Bank menjadi sebagai penghimpun dana maupun dalam penyaluran dana. Adapun dalam hal ini dimana masyarakat akan bersedia menyimpan dananya ke dalam Bank jika berlandaskan atas kepercayaan. Pada fungsi bank ini akan terbangun kepercayaan yang berasal dari pihak penyimpan dana atau nasabah maupun yang berasal dari pihak bank dan kepercayaan tersebut juga akan terus senantiasa berlanjut kepada pihak debitor. Kepercayaan tersebut itu sangatlah penting terbangun karena didalam kondisi tersebut semua pihak akan merasa begitu diuntungkan, baik dari segi penyimpanan dana, penerima penyaluran dana maupun penampung dana.

2.1.3.2 Fungsi Bank Sebagai Agen Pengembangan atau *Agen Of Development*.

Fungsi bank yang menjadi agen pengembangan ini adalah suatu lembaga yang terus menggerakkan dana agar dapat terjadi pembagunan ekonomi pada sebuah negara. Aktivitas bank seperti penghimpunan dan penyalur dana sangatlah dibutuhkan untuk kelancaran aktivitas perekonomian yang berada di sektor riil. Dalam hal ini maka bank tersebut dapat memungkinkan masyarakat menjalankan aktivitas untuk bisa berinvestasi, distribusi serta adanya kegiatan konsumsi pada jasa dan barang, mengingat bahwa terdapat aktivitas investasi, konsumsi dan distribusi itu tidak terlepas dari adanya penggunaan uang.

2.1.3.3 Fungsi Bank Sebagai Agen Pelayanan atau *Agen Of Service*.

Fungsi bank yang menjadi agen pelayanan ini merupakan suatu lembaga yang bertugas memberikan pelayanan untuk masyarakat. Dalam hal ini bank akan memberikan jasa pelayanan perbankan untuk masyarakat agar masyarakat bisa merasa nyaman dan aman didalam menyimpan dananya itu. Jasa yang telah ditawarkan bank tersebut sangat erat berhubungan dengan adanya aktivitas perekonomian masyarakat pada umumnya.

2.1.3.4 Menyelesaikan Berbagai Urusan Uang.

Seperti penukaran uang, pengiriman uang, pengiriman surat berharga, dan sekaligus memperjual belikan surat-surat berharga tersebut.

2.1.3.5 Mengurus Masalah Diskonto

(misalnya, membeli dengan harga yang berlaku saat ini) surat-surat berharga (umpamanya rekening dan nota perjanjian).¹¹

2.1.4 Tujuan Bank

2.1.4.1 Mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah.

2.1.4.2 Untuk memelihara likuiditas, sekaligus memelihara kemampuan bank untuk memenuhi kewajiban jangka pendek.

2.1.4.3 Memanfaatkan surplus dana yang dimiliki, dengan kemungkinan menghasilkan keuntungan yang optimal dengan tidak mengabaikan tujuan sebelumnya.

2.1.4.4 Meminjam dana yang diperlukan dengan kemungkinan membayar biaya yang paling rendah.¹²

¹¹Muhammad Muslehuddin, *Sistem Perbankan Dalam Islam* (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2004), h. 2.

¹²Cyrrillus Harinowo, *Manajemen Aktiva Passiva Bank Devisa* (Jakarta: PT. Grasindo, 2008), h. 4.

2.1.5 Jenis-jenis Bank

Bank biasanya diklasifikasikan berdasarkan pelayanan yang dilaksanakannya. Dalam hal ini, bank terbagi dalam banyak jenis. Di seluruh dunia, kita dapat Bank perdagangan, bank tabungan, bank yang bergerak di bidang pegadaian surat-surat perjanjian, bank investasi, bank pertanian, bank serikat kerjasama, dan berbagai bentuk bank yang bergerak di bidang usaha lainnya. Selanjutnya,

2.1.5.1 Kebijakan bank dalam melaksanakan sistem kerjanya dapat digolongkan kedalam dua kategori :

2.1.5.1.1 Bank perdagangan yang depositonya diketahui sebagai deposito berjangka, sehingga lebih banyak menyediakan kredit jangka pendek.

2.1.5.1.2 Bank investasi yang depositonya diketahui sebagai sanggup memberikan kredit jangka panjang.¹³

Perbedaan jenis perbankan dapat dilihat dari segi fungsi, kepemilikan dan dari segi menentukan harga. Dari segi fungsi perbedaan yang terjadi terletak pada luasnya kegiatan atau jumlah produk yang dapat ditawarkan maupun jangkauan wilayah operasinya. Kemudian kepemilikan perusahaan dilihat dari segi kepemilikan saham yang ada serta akte peniriannya. Sedangkan dari menentukan harga yaitu antara bank konvensional berdasarkan bunga dan bank syariah berdasarkan bagi hasil.

Jenis atau bentuk bank bermacam-macam, tergantung pada cara penggolongannya. Penggolongan dapat dilakukan berdasarkan hal-hal sebagai berikut. (Formalitas berdasarkan undang-undang, Kepemilikannya, Penekanan kegiatan usahanya, dan pembayaran bunga atau pembagian hasil usaha). Untuk lebih jelasnya jenis perbankan dewasa ini dapat ditinjau dari berbagai segi antara lain:

¹³Muhammad Muslehuddin, *Sistem Perbankan Dalam Islam* (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2004), h. 4.

2.1.5.2 Jenis Bank Berdasarkan Undang-Undang

Kemudian menurut undang-undang pokok perbankan Nomor 7 tahun 1992 dan ditegaskan lagi dengan keluarnya Undang-undang RI Nomor 10 tahun 1998 maka jenis perbankan terdiri dari dua jenis bank yaitu :

2.1.5.2.1 Bank Umum

2.1.5.2.2 Bank Pengkreditan Rakyat (BPR)

Dengan catatan bahwa bank umum dapat mengkhususkan diri untuk melaksanakan kegiatan tertentu atau memberikan perhatian lebih besar kepada kegiatan tertentu.

2.1.5.3 Dilihat dari Segi Fungsinya

Dalam Undang-undang pokok perbankan nomor 14 tahun 1967 jenis perbankan menurut fungsinya terdiri dari :

2.1.5.3.1 Bank Umum

2.1.5.3.2 Bank Pembangunan

2.1.5.3.3 Bank Tabungan

2.1.5.3.4 Bank Pasar

2.1.5.3.5 Bank Desa

2.1.5.3.6 Lumbung Desa

2.1.5.3.7 Bank Pegawai

2.1.5.4 Dilihat dari Segi Kepemilikannya

Jenis bank dilihat dari segi kepemilikan maksudnya adalah siapa saja yang memiliki bank tersebut. Kepemilikan ini dapat dilihat dari akte pendiriin dan penguasaan saham yang dimiliki bank yang bersangkutan, terdiri dari :

2.1.5.4.1 Bank Milik Negara (BUMN)

2.1.5.4.2 Bank Milik Pemerintah Daerah (BUMD)

2.1.5.4.3 Bank Milik asing

2.1.5.4.4 Bank Milik Campuran

2.1.5.5 Dilihat dari Segi Status

Dalam praktiknya jenis bank dilihat dari status dibagi ke dalam dua macam:

2.1.5.5.1 Bank Devisa

2.1.5.5.2 Bank Non Devisa

2.1.5.6 Dilihat dari Segi Cara Menentukan Harga

Ditinjau dari segi menentukan harga dapat pula diartikan sebagai penentuan keuntungan yang akan diperoleh seperti :

2.1.5.6.1 Bank yang Berdasarkan Prinsip Konvensional

2.1.5.6.2 Bank yang Berdasarkan Prinsip Syariah

2.1.5.7 Jenis bank berdasarkan penekanan kegiatannya seperti :

2.1.5.7.1 Bank Ritel

2.1.5.7.2 Bank Korporasi

2.1.6 Produk Bank

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.¹⁴ Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan seseorang.¹⁵ Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses

¹⁴Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2008), h. 122.

¹⁵Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMPYKPN, 2005), h. 221.

produksi itu.¹⁶ Produk bank merupakan jasa dan jasa yang ditawarkan dalam bentuk beraneka ragam. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan sangat tergantung dari kemampuan bank dan jenis bank itu sendiri.¹⁷

Stanton mendefinisikan produk sebagai sekumpulan atribut yang nyata (*intangible*) yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi, di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer, dan pelayanan dari pabrik serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginan.¹⁸

Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.¹⁹

2.1.6.1 Menghimpun Dana (*Funding*)

Menghimpun dana (uang) dari masyarakat dalam bentuk simpanan, maksudnya dalam hal ini bank sebagai tempat untuk menyimpan uang atau berinvestasi bagi masyarakat. Tujuan utama masyarakat menyimpan uang biasanya adalah untuk keamanan uangnya. Sedangkan tujuan kedua adalah untuk melakukan investasi dengan harapan memperoleh hasil dari simpanannya.

¹⁶Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 1103.

¹⁷Kasmir, *Pemasaran Bank*, h. 125.

¹⁸Ferdian Assiddiq, "*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Sepeda Motor Matic Yamaha Ke Honda (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Semarang)*," h.15.

¹⁹Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2008), h. 123.

2.1.6.2 Menyalurkan Dana (*Lending*)

Menyalurkan dana ke masyarakat, merupakan kegiatan menjual dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat. Maksudnya adalah bank memberikan pinjaman (kredit) kepada masyarakat yang mengajukan permohonan. Dengan kata lain, bank menyediakan dana bagi masyarakat yang membutuhkannya. Pinjaman atau kredit yang diberikan dibagi dalam berbagai jenis sesuai keinginan nasabah.

2.1.6.3 Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*Services*)

Memberikan jasa-jasa bank lainnya seperti pengiriman uang (*transfer*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota (kliring), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari luar negeri (inkaso), *letter of credit* (L/C), *safe deposit box*, bank garansi, *bank notes*, *travellers cheque*, dan jasa lainnya.

2.1.7 Kualitas

Kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu kadar, derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan, dsb).²⁰ Kualitas adalah sesuatu atau apapun yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Dari penulis simpulkan definisi kualitas adalah kesesuaian terhadap spesifikasi yang diinginkan seseorang terhadap sesuatu baik jasa ataupun produk.

2.1.7.1 Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kondisi yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para

²⁰Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 744.

konsumen atas pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.²¹

Menurut Kotler Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan suatu perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Dari definisi-definisi tentang pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa “*Pelayanan*” adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Hubungan antara produsen dan konsumen mengjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abdi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen

²¹Tjiptono Fandi, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Ofset, 2007), h. 123.

tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.²²

Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi terhadap kualitas jasa. Islam mengajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik, berupa pelayanan hendaknya memberikan jasa berkualitas, jangan memberikan pelayanan yang buruk kepada orang lain.

Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.²³

Banyak Bank ingin selalu dianggap baik oleh nasabah karena nasabah akan menjadi pelanggan setia terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Disamping itu, bank juga berharap dari pelayanan baik yang diberikan, nasabah dapat ikut mempromosikan bank kepada nasabah lain. Hal ini merupakan keuntungan tersendiri bagi bank. Dalam memberikan pelayanan yang baik, bank telah menetapkan standar yang didukung dengan sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi.

²²Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), h. 129.

²³Kementerian Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Cv Media Fitrah Rabbani, 2009), h. 45.

2.1.7.1.1 Faktor pendukung mutu pelayanan

Selain itu, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri. Dalam hal ini, bank menggunakan kriteria untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan.

2.1.7.1.1.1 Pertama adalah faktor manusia yang memberikan pelayanan

Customer Service Officer harus kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan bertanggung jawab penuh terhadap nasabahnya.

2.1.7.1.1.2 Faktor kedua adalah tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung

Kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan sarana dan prasarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. Pada akhirnya, sarana dan prasarana ini dioperasikan oleh manusia yang berkualitas. Sehingga, kedua faktor pendukung diatas, saling menunjang satu sama lainnya.

2.1.7.1.2 Ciri-ciri pelayanan yang baik

Ciri-ciri pelayanan yang terbaik ini harus segera dapat dipenuhi oleh bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal. Setelah ada faktor pendukung yang berpengaruh terhadap mutu layanan, terbentuklah ciri-ciri pelayanan yang baik, antara lain sebagai berikut:

2.1.7.1.2.1 Tersedia sarana dan pelayanan yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima, untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima

tamu harus dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang memadai sehingga membuat nasabah merasa nyaman, betah, dan tidak bosan di ruangan tersebut. Meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.

2.1.7.1.2.2 Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas *Customer Service* yang melayaninya. Petugas *Customer Service* harus ramah, sopan, dan menarik. Selain itu, petugas *Customer Service* harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan, serta pintar. Petugas *Customer Service* juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan. Untuk ini semua sebelum menjadi *Customer Service* harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.

2.1.7.1.2.3 Tanggung jawab

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan, *Customer Service officer* harus mampu bertanggung jawab melayani setiap nasabah dari awal hingga tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puasa jika mereka merasakan adanya tanggung jawab dari *Customer Service Officer* tersebut. Apabila ada nasabah yang tidak dilayani secara tuntas akan menjadi citra yang buruk bagi bank. Nasabah yang tidak puas tersebut selalu membicarakan hal-hal yang negatif tentang bank, dan biasanya suatu keburukan akan lebih cepat berkembang dari pada kebaikan.

2.1.7.1.2.4 Responsif

Seorang *Customer Service Officer* harus mampu melayani nasabah secara cepat dan tepat. Dalam melayani nasabah, *Customer Service Officer* harus

melakukannya sesuai prosedur layanan yang ditetapkan bank. Layanan yang diberikan harus sesuai jadwal dan jangan membuat kesalahan (sesuai prosedur bank dan keinginan nasabah). Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu yang norma. Pelayanan untuk setiap transaksi sudah memiliki standar waktu, namun karyawan juga harus pandai mengatur waktu dan jangan berbicara hal-hal diluar konteks pekerjaan secara berlebihan pada saat melayani nasabah. Sedangkan melayani secara tepat artinya jangan sampai terjadi kesalahan baik dalam hal pembicaraan maupun pekerjaan. Proses yang terlalu lama dan berbelit-belit akan membuat nasabah menjadi tidak betah dan malas berhubungan kembali.

2.1.7.1.2.5 Komunikatif

Mampu berkomunikasi artinya *Customer Service Officer* harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Selain itu, *Customer Service Officer* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Komunikasi harus dapat membuat nasabah senang sehingga jika nasabah mempunyai masalah, nasabah tidak segan-segan mengemukakannya kepada *Customer Service Officer*. Mampu berkomunikasi dengan baik juga akan membuat setiap permasalahan menjadi jelas sehingga tidak timbul salah paham.

2.1.7.1.2.6 Keamanan

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya *Customer Service Officer* harus menjaga kerahasiaan informasi data nasabah, terutama yang berkaitan dengan uang dan data pribadi nasabah. Dalam perusahaan perbankan kerahasiaan nasabah sangat dijunjung tinggi. Bank tidak boleh sembarangan memberikan informasi kecuali memang dipersyaratkan oleh undang-undang. Menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank.

2.1.7.1.2.7 Kecakapan

Untuk menjadi *Customer Service Officer* yang khusus melayani nasabah, *customer service* harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tertentu. Karena tugas *customer service officer* harus dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuan untuk menghadapi nasabah maupun kemampuan dalam bekerja.

2.1.7.1.2.8 Pemahaman

Berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah secara tepat.

2.1.7.1.2.9 Kredibilitas

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Kepercayaan merupakan ujung tombak bank untuk menjalankan aktivitasnya. Sekali pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, maka akan menimbulkan kepercayaan kepada nasabah tersebut. Karena meningkatkan kepercayaan lebih berat dari pada mempertahankan kepercayaan yang sudah diberikan.

2.1.7.1.2.10 Keramahan

Keramahan adalah sikap positif dan perilaku terhormat yang harus ditunjukkan kepada setiap nasabah. Karyawan bank harus menjalin keramahan dan keakraban kepada nasabah, agar nasabah merasa senang dan nyaman ketika berhadapan dengan karyawan bank.

2.1.7.1.2.11 Hubungan

Masing-masing bagian dalam bank harus memiliki kemudahan akses dalam berkomunikasi dengan nasabahnya, sehingga apabila nasabah ingin

berkomunikasi langsung dengan bagian tertentu nasabah dapat berbicara langsung dengan karyawan bank yang bersangkutan.²⁴

2.1.7.1.3 Unsur-unsur kualitas pelayanan

2.1.7.1.3.1 Penampilan

2.1.7.1.3.2 Tepat waktu dan janji

2.1.7.1.3.3 Kesiapan melayani

2.1.7.1.3.4 Pengetahuan dan keahlian

2.1.7.1.3.5 Kesopanan dan ramah tamah

2.1.7.1.3.6 Kejujuran dan kepercayaan

2.1.7.1.3.7 Kepastian hukum

2.1.7.1.3.8 Keterbukaan

2.1.7.1.3.9 Efisien

2.1.7.1.3.10 Biaya

2.1.7.1.3.11 Tidak rasial

2.1.7.1.3.12 Kesederhanaan

2.1.7.1.4 Kualitas Pelayanan dalam Islam

Dalam pandangan islam, pelayanan mempunyai nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan maksimal yaitu:

2.1.7.1.4.1 Profesional (Fathanaah)

Professional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan.²⁵ Sifat professionalism digambarkan dalam surat Al-Isra ayat 84 :

قُلْ كُلُّ يَعْمَلْ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Terjemahnya:

²⁴Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2008), h. 186.

²⁵Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani Inpress, 2003), h. 63.

Setiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing. Maka Allah SWT lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya. Termasuk dalam pengertian keadaan disini ialah tabliat dan pengaruh alam sekitarnya.²⁶

2.1.7.1.4.2 Kesopanan dan Keramahan (Tabligh)

Tabligh artinya komunikatif dan argumentative. Orang memiliki sifat tabligh akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat.²⁷ Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dalam Al-Quran surat Taha ayat 44

وَمَا كُنْتَ بِجَانِبِ الْغَرْبِيِّ إِذْ قَضَيْنَا إِلَىٰ مُوسَى الْأَمْرَ وَمَا كُنْتَ مِنَ الشَّاهِدِينَ (٤٤)

Terjemahnya:

Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut. Mudah-mudahan ia ingat atau takut.²⁸

2.1.7.1.4.3 Jujur (Sidik)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi.

Jujur juga merupakan kesesuaian antar berita yang disampaikan dan fakta, antara fenomena dan yang diberikan, serta bentuk dan substansi.

2.1.7.1.4.4 Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melakukan tugas dan kewajiban. Allah SWT berfirman dalam surat An-Nisa ayat 58

²⁶Kementrian Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Cv Media Fitrah Rabbani, 2009), h. 290.

²⁷Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), h. 132.

²⁸Kementrian Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Cv Media Fitrah Rabbani, 2009), h. 87.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ
 إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا (٥٨)

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya.

2.1.7.2 Kualitas produk

Peranan kualitas semakin penting pada berbagai jenis produk yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu barang atau jasa. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Abbot kualitas produk didefinisikan sebagai perbedaan dalam jumlah kualitas dan perbedaan kuantitas dalam bahan atau atribut yang diinginkan atau atribut.

Maka dari definisi diatas kualitas produk merupakan suatu proses penilaian fungsi-fungsi penting yang dimiliki oleh suatu produk mengenai beberapa aspek seperti ketepatan, daya tahan produk, keandalan, kemudahan pengoperasian, dan atribut penting lainnya sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.

Kualitas produk merupakan aspek penting yang akan diperhatikan oleh konsumen, sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk. Apabila ingin menciptakan kepuasan pelanggan, maka produk yang ditawarkan perusahaan juga berkualitas. Perusahaan selalu berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dengan menawarkan produk yang berkualitas. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi konsumennya.

2.1.7.2.1 faktor yang digunakan untuk menilai kualitas produk, yaitu:

2.1.7.2.1.1 Kinerja (*Performance*), yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.

2.1.7.2.1.2 Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.

2.1.7.2.1.3 Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.

2.1.7.2.1.4 Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang ditetapkan sebelumnya.

2.1.7.2.1.5 Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis produk.

2.1.7.2.1.6 *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan. Misalnya tersedia hotline service yang menangani keluhan pelanggan.

2.1.7.2.1.7 *Estetika*, yaitu daya tarik produk terhadap panca indra, misalnya: bentuk fisik dan warna yang menarik serta model/desain yang artistic.

2.1.7.2.2 Kualitas Produk Dalam Pandangan Islam

Kualitas produk mendapat perhatian para produsen dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Akan tetapi terdapat perbedaan signifikan diantara pandangan ekonomi ini dalam penyebab adanya perhatian masing-masing terhadap kualitas, tujuan dan caranya. Sebab dalam ekonomi konvensional, produsen berupaya menekankan kualitas produknya hanya semata-mata untuk menghasilkan tujuan

materi. Boleh jadi tujuan tersebut merealisasikan produk yang bias dicapai dengan biaya serendah mungkin, dan boleh jadi mampu bersaing dan bertahan dengan produk serupa yang diproduksi orang lain.

Karena itu acap kali produk tersebut menjadi tidak berkualitas, jika beberapa motivasi tersebut tidak ada padanya. Seperti produk tertentu yang ditimbulkannya karena tidak dikhawatirkan adanya persaingan. Bahkan seringkali mengarah pada penipuan, dengan menampakkannya barang yang buruk dalam bentuk yang nampaknya bagus untuk mendapatkan keuntungan setinggi mungkin.

Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah satu-satunya cara yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin.

2.1.8 Minat Menabung

Minat adalah suatu rasa dan suatu ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh dan timbul tidak secara tiba-tiba atau spontan, melainkan timbul akibat partisipasi, pengetahuan dan kebiasaan. Minat juga diartikan sebagai kondisi yang terjadi disertai perasaan senang dihubungkan dengan kebutuhan atau keinginannya sendiri.²⁹

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Secara etimologi minat adalah perhatian,

²⁹Mahmud Amir 2008. *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntan*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 3 No. 1 Februari 2008.

kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu keinginan.³⁰ Adapun pengertian minat secara terminologi, terdapat beberapa pengertian minat yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya yaitu menurut Muhibbin Syah minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.³¹

Menurut Ahmad D. Marimba, minat adalah kecenderungan jiwa kepada sesuatu, karena sesuatu itu mempunyai arti bagi kita, dapat memenuhi kebutuhan kita dan dapat menyenangkan kita.³² Abdur Rahman Shaleh, mengemukakan pendapat bahwa “Minat adalah sumber hasrat terhadap sesuatu”.³³

Sedangkan Menurut Andi Mappiare ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.³⁴ Menurut Slameto “minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh”.³⁵

Sedangkan menurut Hilgard yang dikutip oleh Slameto “minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan”.³⁶ Witherington mendefinisikan minat sebagai kesadaran seseorang, bahwa suatu obyek, seseorang, suatu persoalan atau suatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Menurutnya minat harus dipandang sebagai suatu sambutan yang sadar, karena jika tidak demikian, minat tidak mempunyai arti sama sekali. Oleh

³⁰W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* edisi IV (Cet. ke-7; Jakarta: PT Balai Pustaka, 2008), h. 650.

³¹Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), h. 136.

³²Ahmad D. Marimba, *Pengantar Filsafat Pendidikan Islam* (Bandung: PT Al-Ma’rif, 2002), h. 72.

³³Abdur Rahman Shaleh, *Didaktik Pendidikan Agama* (Jakarta: Bulan Bintang, 1976), h. 85.

³⁴Andi Mappiare, *Psikologi Remaja* (Surabaya: Usaha Nasional, 2007), h. 62.

³⁵Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Cet. Ke- 4; Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h. 180.

³⁶Andi Mappiare, *Psikologi Remaja* (Surabaya: Usaha Nasional, 2007), h. 62.

karena itu pengetahuan atau informasi tentang seseorang atau suatu obyek pasti harus ada lebih dahulu dari pada orang atau obyek tadi.³⁷

Aunur Rahim Faqih menerangkan bahwa minat yaitu keinginan, kemauan, kehendak dan hasrat yang kuat terhadap sesuatu. Ia adalah salah satu faktor dari dalam individu yang mempengaruhi keberhasilan pendidikan. Seseorang yang cerdas, berbakat, minat, mampu menaruh perhatian lebih besar terhadap yang dipelajari didukung keadaan mental-psikologis normal dan fisik yang sehat, jauh lebih mudah berhasil dari seseorang yang bersifat sebaliknya.³⁸

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan minat adalah kesediaan/perhatian jiwa yang sifatnya aktif untuk menerima sesuatu dari luar, dan akibatnya menimbulkan kecenderungan hati seseorang kepada sesuatu yang diminatinya.

Minat (*interest*) dapat diartikan dengan keinginan seseorang terhadap sesuatu yang belum dikerjakannya. Ia mengindikasikan apa yang ingin dilakukan atau dikerjakan oleh seorang individu dan atau memantulkan apa yang telah dipertimbangkan memuaskannya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat didefinisikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan.³⁹ Andi Mappiare membedakan bentuk-bentuk minat berdasarkan penggolongan usia remaja dan dewasa. Bentuk-bentuk minat yang dimiliki remaja sangat beragam. Beberapa minat yang menonjol dikelompokkan dalam minat pribadi dan sosial, minat terhadap rekreasi, minat terhadap agama, minat pendidikan dan

³⁷HC. Witherington dan M. Buchori, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Aksara Baru, 1978), h. 124.

³⁸Aunur Rahim Faqih, *Bimbingan dan Konseling dalam Islam* (Yogyakarta: UII Press, 2001), h. 106.

³⁹Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi IV* (Cet IV; Jakarta: Balai Pustaka, 2008), h. 656.

jabatan.⁴⁰

Sedangkan minat orang dewasa terdiri atas minat-minat : penampilan fisik, pakaian dan perhiasan, pemilikan benda-benda, uang dan agama.⁴¹

2.1.8.1 Witherington membagi minat menjadi dua, yaitu :

2.1.8.1.1 Minat Primitif (minat biologis)

Minat primitif timbul dari kebutuhan-kebutuhan jaringan dan berkisar pada masalah makanan, comfort dan kebebasan aktivitas. Ketiga hal tersebut meliputi kesadaran tentang kebutuhan yang terasa akan sesuatu yang dengan langsung dapat memuaskan dorongan untuk mempertahankan organisme.

2.1.8.1.2 Minat Kultural (minat sosial)

Minat kultural berasal dari pencapaian pendidikan yang lebih tinggi. Seseorang yang terdidik ditandai oleh adanya minat yang luas serta mendalam terhadap hal-hal yang bernilai. *Interest* merupakan istilah yang dipakai dalam dua arti, fungsional dan struktural; 1) menunjukkan suatu jenis pengalaman perasaan yang disebut *worth whileness* (kegunaan) yang dihubungkan dengan perhatian pada obyek atau tindakan; 2) elemen atau hal dalam sikap individu, baik merupakan bawaan atau karena diperoleh, oleh karena itu dia cenderung memenuhi perasaan *worth whileness* dalam hubungannya dengan obyek-obyek tertentu atau hal-hal yang berhubungan dengan subyek khusus atau bidang pengetahuan khusus.⁴²

Dari beberapa pengertian minat di atas, dapat diidentifikasi unsur-unsur minat sebagai berikut: Adanya kecenderungan untuk kebutuhan dalam jiwa seseorang, Adanya pemusatan perhatian individu, Adanya rasa senang pada diri

⁴⁰Andi Mappiare, *Psikologi Remaja* (Surabaya: Usaha Nasional, 2007), h. 63.

⁴¹Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, h. 66.

⁴²HC. Witherington dan M. Buchori, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Aksara Baru, 1978), h.

individu terhadap objek, Adanya keinginan dalam individu, Adanya pemusatan pikiran, perasaan dan kemauan atau pemusatan perhatian terhadap suatu objek.

Berdasarkan identifikasi unsur minat dapat ditarik suatu pengertian ringkas bahwa minat merupakan kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada suatu objek, aktivitas dan merasa senang untuk terlibat aktivitas tersebut.

Tertarik adalah merasa senang kepada; terpicat (menaruh minat (perhatian)) kepada sesuatu.⁴³

Perasaan senang atau keterpikatan seseorang terhadap sesuatu atau sekumpulan objek dapat diukur melalui intensitas seseorang membicarakan kelebihan objek tersebut atau mendorong orang lain untuk mencoba dan menggunakan objek yang digunakan, semakin sering seseorang membicarakan kelebihan-kelebihan yang ada pada objek tersebut, semakin besar kualitas minat yang ada di dalam dirinya.

Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.⁴⁴ Jika individu sedang memperhatikan sesuatu benda, ini berarti bahwa seluruh aktivitas dicurahkan atau dikonsentrasikan kepada benda tersebut. Bentuk perhatian dapat terlihat pada rasa ingin tahu dan mempelajari objek, semakin seseorang berminat terhadap suatu objek, maka semakin besar rasa ingin tahu yang ada di dalam dirinya.⁴⁵

Motivasi adalah keadaan internal organisme –baik manusia ataupun hewan– yang mendorongnya untuk berbuat sesuatu. Motivasi berarti pemasok daya (*energizer*) untuk bertingkah laku secara terarah demi tercapainya suatu tujuan.

⁴³Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2008) h. 1012.

⁴⁴Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi, 2002), h. 78.

⁴⁵Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi IV* (Cet IV; Jakarta: Balai Pustaka, 2008), h. 79.

Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa motivasi mempunyai tiga aspek, yaitu (1) keadaan terdorong dalam diri organisme (*driving state*), yaitu kesiapan bergerak karena kebutuhan misalnya kebutuhan jasmani, karena keadaan lingkungan, atau karena keadaan mental seperti berpikir dan ingatan; (2) perilaku yang timbul dan terarah karena keadaan ini; (3) goal atau tujuan yang dituju oleh perilaku tersebut.⁴⁶

Kebutuhan seseorang akan sesuatu pada umumnya terkait dengan motif seseorang untuk melakukan perbuatan tersebut, karena motif seseorang biasanya timbul berdasarkan kebutuhan baik biologis maupun fisiologis. Dorongan tersebut timbul karena organisme itu merasa ada kekurangan dalam kebutuhan. Misal, keinginan untuk mendapatkan harga termurah dengan kualitas yang baik, dan keinginan ini mendorong mencari, membandingkan dan memilih dengan teliti target yang diinginkan.⁴⁷

2.1.8.2 Kriteria Minat

Menurut Nursalam (2003), minat seseorang dapat digolongkan menjadi

2.1.8.2.1 Rendah

Jika seseorang tidak menginginkan obyek minat

2.1.8.2.2 Sedang

Jika seseorang menginginkan obyek minat akan tetapi tidak dalam waktu segera.

2.1.8.2.3 Tinggi

Jika seseorang sangat menginginkan obyek minat dalam waktu segera.

2.1.8.3 Beberapa kondisi yang mempengaruhi minat

2.1.8.3.1 Status Ekonomi

⁴⁶Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi, 2002), h. 169.

⁴⁷Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), h. 136.

Apabila status ekonomi membaik, orang cenderung memperluas minat mereka untuk mencakup hal yang semula belum mampu mereka laksanakan. Sebaliknya kalau status ekonomi mengalami kemunduran karena tanggung jawab keluarga atau usaha yang kurang maju, maka orang cenderung untuk mempersempit minat mereka.

2.1.8.3.2 Pendidikan

Semakin tinggi dan semakin formal tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang maka semakin besar pula kegiatan yang bersifat intelek yang dilakukan. Seperti yang dikutip Notoatmojo, 1997 dari L.W. Green mengatakan bahwa “ Jika ada seseorang yang mempunyai pengetahuan yang lebih kompeten atau lebih aman baginya”. Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai pelayanan kesehatan akan mempengaruhi pemanfaatan fasilitas pelayanan yang ada sehingga berpengaruh pada kondisi kesehatan mereka.

2.1.8.3.3 Tempat Tinggal

Dimana orang tinggal banyak dipengaruhi oleh keinginan yang biasa mereka penuhi pada kehidupan sebelumnya masih dapat dilakukan atau tidak.

2.1.8.4 faktor-faktor utama yang mempengaruhi minat seseorang⁴⁸

2.1.8.4.1 Kondisi Pekerjaan

Tempat kerja yang memiliki suasana yang menyenangkan dengan didukung oleh kerja sama yang professional, saling bantu dan dapat meningkatkan produksi.

2.1.8.4.2 Sistem Pendukung

Dalam bekerja sangat diperlukan system pendukung yang memadai bagi para pekerjaannya sehingga diperoleh hasil produksi yang maksimal, misalnya fasilitas kendaraan, perlengkapan pekerjaan yang memadai, kesempatan promosi, kenaikan

⁴⁸Reguler's, Apa itu Minat, Blog reguler's. <http://reguler's.wordpress.com/2010> (01 Maret 2018)

pangkat/kedudukan.

2.1.8.4.3 Pribadi Pekerja: Semangat kerja, pandangan pekerja terhadap pekerjaannya, kebanggaan memakai atribut bekerja, sikap terhadap pekerjaan.

2.1.8.5 Cara Menimbulkan Minat

2.1.8.5.1 Membangkitkan suatu kebutuhan

2.1.8.5.2 Menghubungkan dengan pengalaman yang mampu

2.1.8.5.3 Memberikan kesempatan untuk mendapat hasil yang lebih baik

Menabung atau menyimpan uang biasanya untuk keamanan uangnya kemudian untuk melakukan investasi dengan harapan memperoleh bunga dari hasil simpanannya, dan untuk memudahkan melakukan transaksi pembayaran.⁴⁹ Menabung berarti menyimpan pendapatan yang tidak dibelanjakan untuk keperluan konsumsi. Menabung dalam hal ini bukan berarti sisa pendapatan setelah semua keperluan konsumsi dipenuhi, melainkan suatu pilihan antara membelanjakannya atau tidak.⁵⁰

Menabung adalah simpanan pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat yang ditentukan antara bank dengan nasabah.⁵¹ Tabungan merupakan salah satu bentuk simpanan yang diperlukan oleh masyarakat untuk menyimpan uangnya, karena merupakan jenis simpanan yang dapat dibuka dengan persyaratan yang sangat mudah dan sederhana.⁵²

Sedangkan minat jika dihubungkan dengan kegiatan menabung berarti kecenderungan hati seseorang dalam menyisihkan sebagian uangnya untuk menabung.

⁴⁹Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2008), h. 9.

⁵⁰Ace Partadiredja, *Pengantar Ekonomika* (Yogyakarta: BPFE, 1995), h. 64.

⁵¹Simorangkir, *Seluk Beluk Bank Komersial* Edisi revisi (Jakarta: Aksara Persada Indonesia, 2002), h. 21.

⁵²Ismail, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 68.

2.1.8.2 Menabung Dalam Perspektif Islam

Menabung adalah menyisihkan harta kita untuk mempersiapkan suatu pengeluaran penting pada masa mendatang, sehingga pada saatnya tiba telah tersedia dana yang memadai. Menabung adalah bagian dari pengendalian diri. Dengan menabung, artinya kita tidak terbawa hawa nafsu untuk memenuhi pemenuhan kepuasan sekarang atau jangka pendek, melainkan mengendalikan pemenuhan keinginan kita untuk dapat memenuhi kebutuhan masa yang akan datang yang jauh lebih penting. Dalam al-quran terdapat ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslim untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.

Firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 266:

أَيُّدٌ أَحَدُكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِنْ نَخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ ضِعْفَاءُ فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Terjemahnya:

Apakah ada salah seorang diantaramu yang ingin kebun kurma dan anggur yang mengalir dibawahnya sungai-sungai: dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya.⁵³

Ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan, baik secara rohani (iman/taqwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaan adalah dengan menabung.

⁵³Kementrian Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Cv Media Fitrah Rabbani, 2009), h. 45.

2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

2.2.1 Penelitian yang dilakukan oleh Ulva Septiani Sutrisnodengan judul “Pengaruh Produk Btpn Wow Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Madiun”.⁵⁴ Berdasarkan analisis dan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Persamaan regresi berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = 14,710 + 0,189 X_1 + (-0,050) X_2$$

Hasil uji regresi menunjukkan nilai signifikansi untuk variable Produk Btpn Wow (X1) yang mempunyai t hitung sebesar 2,709 dengan tingkat signifikansi 0,008. Nilai t hitung sebesar $2,709 > 1,657$, artinya t hitung lebih dari t table dan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$, artinya nilai signifikansi X₁ lebih kecil dari pada 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variable bebas terhadap variable variabel terikatnya. Hasil penelitian variable menunjukkan bahwa produk BTPN WOW berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BTPN WOW.

Hasil uji regresi menunjukkan nilai signifikansi untuk variable citra perusahaan (X2) mempunyai t hitung sebesar -0,428 dengan nilai signifikansi sebesar 0,669. Nilai t hitung sebesar $-0,428 < 1,657$, artinya t hitung lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai signifikansi $0,669 > 0,05$, artinya nilai signifikansi X₂ lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh variable bebas tersebut dengan variable terikatnya, berdasarkan penjelasan tersebut hasil penelitian variable menunjukkan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

⁵⁴Ulva Septiani Sutrisno, Pengaruh Produk Btpn Wow Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Madiun, diakses di http://eprints.undip.ac.id/35923/1/SKRIPSI_ULVA.Pdf.skripsi, (31 Oktober 2017).

2.2.2 Penelitian “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Muamalat KCP Parepare”.⁵⁵ Penelitian ini dilakukan oleh Rosnahwati A. Anwar dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Persepsi masyarakat kota parepare terhadap Bank Muamalat, mendapat respon yang sangat positif bagi masyarakat parepare walaupun sebagian besar masih ada yang belum mengenal. Masyarakat parepare sebagai konsumen pengguna jasa perbankan masih dominan memilih bank konvensional dari pada Bank Syariah. Dan yang menjadi dasar minat masyarakat beralih ke Bank Syariah karena tidak menggunakan sistem bunga/riba melainkan berbasis syariah sesuai prinsip syariah Islam. 2) faktor-faktor yang membuat masyarakat kota parepare minat menabung di Bank Muamalat, a) Faktor syariahnya yang sistem operasionalnya, b) faktor pelayanan yang baik dalam bertransaksi dan keamanan yang kondusif, c) faktor kualitas manajemen yang terkenal dan terpercaya serta dikelola oleh para pemimpin yang profesional, dan d) faktor eksternal, suasana bank yang Islami, serta mampu mengatasi masalah.

2.2.3 Skripsi yang ditulis oleh Wahyu Kurniawan, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2009 yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepercayaan Konsumen Produk *Notebook* (Studi Kasus terhadap Dua *Mark Natebook*)”.⁵⁶ Dari penelitian tersebut maka berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda dapat diketahui persamaannya bahwa $Y = 4,120 + 0,164X_1 +$

⁵⁵Rosnahwati A. Anwar, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Muamalat KCP Parepare” (Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam: Parepare, 2014), h. 59.

⁵⁶Skripsi jurnal pendidikan interaksi, Surabaya : FKIP Universitas terbuka Dpl di UPBJJ-UT, 2009.

$0,119X_2 + 0,232X_3$, artinya dari hasil uji regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien regresi variabel harga produk sebesar 0,232 sehingga dapat disimpulkan harga produk merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam memilih *Notebook*.

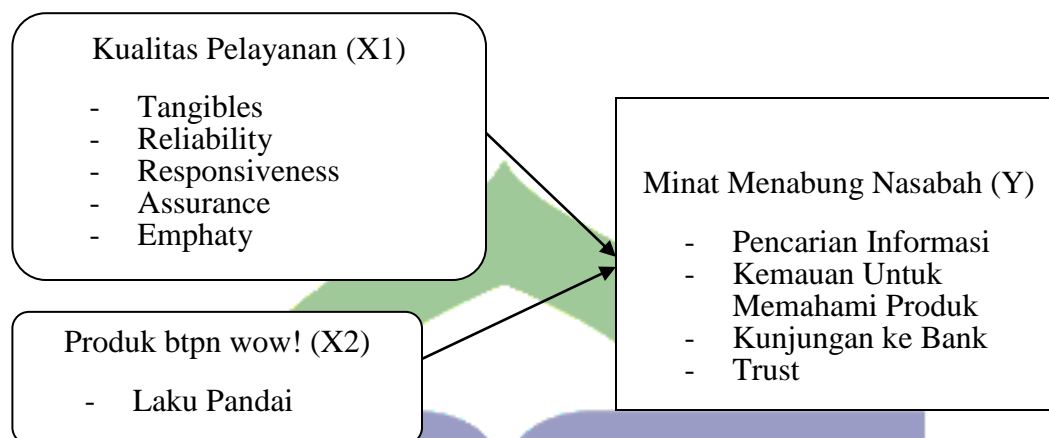
Dari pemaparan penelitian di atas, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan, dimana persamaannya terletak pada metode penelitian yaitu penelitian kuantitatif dengan menggunakan rumus regresi linear berganda, selain itu terdapat pula kesamaan variabel yaitu produk btpn wow!. Namun penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu penelitian sebelumnya fokus terhadap produk, citra perusahaan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat sedangkan dalam penelitian ini berfokus terhadap pengaruh kualitas pelayanan dan produk btpn wow terhadap minat menabung nasabah studi di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare). Dengan variabel independen adalah kualitas pelayanan dan produk btpn wow! dan variabel dependen adalah minat menabung nasabah. Dengan demikian, hasil penelitian nantinya yang akan dilakukan oleh peneliti sekarang tetap hasil dari peneliti itu sendiri bukan plagiat dari penelitian sebelumnya.

2.3 Kerangka Pikir/ Konseptual

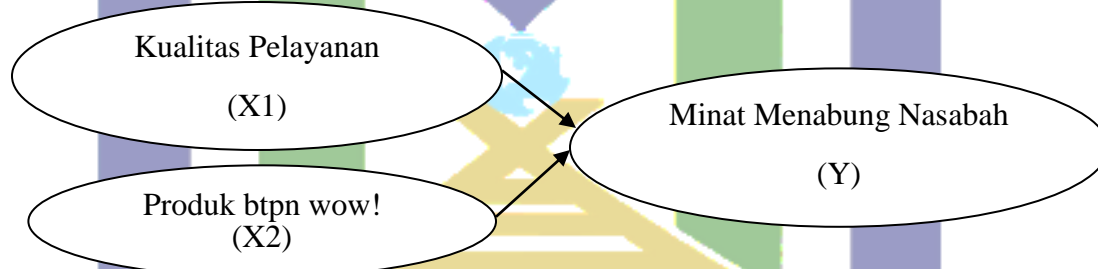
Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antara variabel secara koheren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian.⁵⁷ Kerangka pikir tersebut mempermudah alur peneliti dalam melakukan penelitian. maka peneliti membuat bagan kerangka pikir sesuai dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk btpn wow! Terhadap Minat Menabung Nasabah (Stui di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare)” sebagai berikut:

⁵⁷Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)* (Parepare: STAIN, 2013), h. 26.

Bagan Kerangka Pikir



Bagan Kerangka Konseptual



Kerangka pikir tersebut mempermudah alur peneliti dalam melakukan penelitian. Pada kerangka pikir tersebut dapat peneliti gambarkan bahwa kualitas pelayanan dengan *Tangibles* (Bukti fisik), *Reliability* (Reabilitas), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Emphaty* (Empati). Serta salah satu produk yaitu btpn wow!. Didalam btpn wow! nasabah bisa melakukan transaksi dengan sistem laku pandai, tanpa kantor, transfer melalui seluler standar, dan nomor rekening menggunakan nomor hp sendiri. Dari kualitas pelayanan dan produk btpn wow! tersebut peneliti ingin mengetahui seberapa besar minat menabung nasabah di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional dengan Kualitas pelayanan dan produk tersebut.

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara. Pada penelitian ini peneliti membuat dugaan sementara yaitu:

- H1: Variabel kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah.
- H2: Variabel produk btpn wow! berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah.
- H3: Variabel produk btpn wow! yang paling berpengaruh atau dominan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah.

2.5 Tinjauan Konseptual dan Pengukurannya

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk btpn wow! terhadap Minat menabung atau Minat menabung nasabah dalam memilih produk bank dengan melihat kualitas pelayanan.

2.5.1 Variabel : Minat Menabung (Y)

2.5.1.1 Kunjungan ke Bank

2.5.1.2 Trust

2.5.1.3 Kemauan Untuk Memahami Produk

2.5.1.4 Pencarian Informasi

2.5.1.5 Trust

2.5.2 Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

2.5.2.1 *Tangibles*

Hubungan *tangible* dengan minat menabung dengan mendatangi ke bank. Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak

eksternal. Hal ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawainya.

2.5.2.2 *Reliability*

Hubungan *Reliability* dengan kepercayaan (*Trust*) bank berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kealahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai waktu yang disepakati.

2.5.2.3 *Responsiveness*

Hubungan *Responsiveness* dengan kemauan untuk memahami produk yang ditawarkan. Berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan/nasabah dana merespon permintaan nasabah, serta mengkonfirmasi kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan.

2.5.2.4 *Empathy*

Hubungan empati dengan pencarian informasi yang diberikan oleh bank. Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2.5.2.5 *Assurance*

Hubungan *Assurance* dengan kepercayaan dan reputasi bank. Bahwa jaminan yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan dan perusahaan bias menciptakan rasa aman bagi para nasabahnya.

2.5.3 Variabel Produk *btpn wow!* (X_2)

2.5.3.1 Laku Pandai

2.6 Definisi Operasional Variabel

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memberikan pengertian, maka peneliti memberikan kejelasan dari beberapa kata yang dianggap perlu agar mudah dipahami, yaitu sebagai berikut:

2.6.1 Kualitas Pelayanan (X1)

Adapun yang dimaksud dengan Kualitas pelayanan pada penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk, dan khususnya pada agen-agen yang dapat memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan berupa Empati, Jaminan, Daya tanggap, Reliabilitas, dan Bukti fisik yang membuat masyarakat nyaman dalam bertransaksi.

2.6.2 Produk btpn wow! (X2)

Adapun yang dimaksud dengan produk btpn wow! pada penelitian ini adalah salah satu produk dari PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk yang memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Kemudahan tersebut berupa Penarikan Yang Tanpa Saldo Minimum, Dan Nomor Handphone Merupakan Nomor Rekening Sehingga Memudahkan Nasabahnya.

2.6.3 Minat Menabung Nasabah (Y)

Adapun yang dimaksud dengan minat menabung pada penelitian ini adalah ketertarikan ataupun kemauan nasabah untuk menyimpan dananya dengan kehendaknya sendiri dan atas keinginan tanpa paksaan dari apapun dengan melihat dari pada kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk, Kantor Cabang Parepare.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pedoman penulisan karya ilmiah yang diterbitkan STAIN Parepare. Metode penelitian dalam buku tersebut, mencakup beberapa bagian, yakni jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.⁵⁸

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, hasil penelitian diambil dari data yang otentik di lokasi penelitian. Data yang diperoleh kemudian akan diselesaikan dengan menggunakan teknik statistik. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk btpn wow! Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare). Penelitian dilakukan secara alami, dengan mengumpulkan data dengan suatu instrument.

Fokus penelitian ini dilakukan di agen-agen Btpn Wow! yang berada di wilayah kota parepare dan berfokus pada variabelnya. Variabel penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Produk btpn wow! (X2) merupakan variabel bebas/independent dan Minat Menabung Nasabah merupakan variabel terikat/dependent (Y). Seperti yang digambarkan pada table dibawah ini:

No	Variabel	Independen	Devenden
1	X ₁	Kualitas Pelayanan	
2	X ₂	Produk btpn wow!	
3	Y		Minat Menabung Nasabah

⁵⁸Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h. 30.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Parepare yang beralamat Kantor area Parepare : Jl. Andi Makkasau No. 38, Parepare. Dan di beberapa agen-agen Btpn Wow! yang berlokasi di wilayah kota Parepare. Lokasi tersebut dipilih atas pertimbangan mudahnya dijangkau oleh peneliti, dan PT. BTPN ini hanya satu-satunya cabang yang beroperasi di Kota Parepare. Adapun penelitian ini akan dilaksanakan selama \pm 2 bulan.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan. Pengertian lain menyebutkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek manusia yang terdiri dari manusia, benda, hewan tumbuhan, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.⁵⁹

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah yang telah menabung di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kcp Parepare. Adapun jumlah yang menjadi populasi penelitian ini sebanyak \pm 1.150 Nasabah dan Agen btpn wow!.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁶⁰ Sampel adalah sebagian dari totalitas subjek penelitian atau sebagian populasi yang diharapkan dapat mewakili karakteristik populasi yang penetapannya

⁵⁹Nurul Zuriyah, *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan* (Cet.15; Jakarta : PT Bumi Aksara, 2006), h. 116.

⁶⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (Cet. 15; Bandung: Alfabeta, 2012), h. 118.

dengan teknik-teknik tertentu. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu, maka digunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Error level (tingkat kesalahan) atau batas kesalahan (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1) (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

Jumlah populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 1.150 orang, dengan menggunakan rumus slovin dengan besar toleransi kesalahan 10%, maka jumlah sampel minimum pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{1.150}{1 + 1.150 \times 0,1^2}$$

$$= 92$$

Jadi dari populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 92 responden.

3.4 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

3.4.1 Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Peneliti terlibat langsung di lokasi penelitian untuk mengadakan penelitian dan memperoleh data-data kogkrit yang ada hubungannya dengan pembahasan ini. Adapun teknik yang digunakan untuk memperoleh data di lapangan yang sesuai dengan data yang bersifat teknik sebagai berikut:

3.4.2 Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya⁶¹. Pengisian kuesioner dilakukan oleh Nasabah dan agen btpn wow! PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional parepare sebagai obyek dari penelitian ini.

Skala yang digunakan adalah skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Kuesioner ini terdiri dari 2 bagian, yaitu bagian I yang berisi keterangan pribadi responden, bagian II berisi pernyataan yang merupakan penjabaran dari kualitas pelayanan dan produk btpn wow! dan minat menabung nasabah di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Parepare.

Kategori dari penilaian skala likert :

Di beri Skor 5 Sangat Setuju = (SS)

Di beri Skor 4 Setuju = (S)

Di beri Skor 3 Netral = (N)

Di beri Skor 2 Tidak Setuju = (TS)

Di beri Skor 1 Sangat Tidak Setuju = (STS)

Manfaat penggunaan skala likert yaitu keragaman skor (*variability of score*) dengan menggunakan skala tingkat 1 – 5. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator, dan dari indikator dijabarkan menjadi subindikator yang dapat diukur. Akhirnya subindikator dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

⁶¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cet.15; Bandung: Alfabeta, 2012), h. 199.

3.4.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia adalah dalam bentuk surat-surat, laporan dan sebagainya. Sifat utama dari data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang telah silam.⁶² Metode dokumentasi ini mencari data mengenai hal-hal data variabel yang Metode ini digunakan untuk mengetahui profil dan perkembangan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kcp Parepare dan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Buku, Internet, dan sumber informasi lainnya.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Statistik adalah kumpulan data yang disajikan dalam bentuk tabel atau daftar, gambar, diagram, atau ukuran-ukuran tertentu, misalnya statistik penduduk, statistik kelahiran, dan statistik pertumbuhan ekonomi. Statistik adalah pengetahuan mengenai pengumpulan data, klasifikasi data, penyajian data, pengolahan data, penarikan kesimpulan, dan pengambilan keputusan berdasarkan masalah tertentu.⁶³ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan statistik berdasarkan bentuk parameternya yaitu statistik parametrik. Statistik parametrik adalah statistik yang mempertimbangkan jenis sebaran atau distribusi data yang berdistribusi normal dan memiliki variabel homogen.⁶⁴

⁶²Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2005), h. 144.

⁶³Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 1.

⁶⁴Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, h. 3.

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengelola, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Untuk dapat dikatakan instrumen penelitian yang baik, paling tidak memenuhi 5 kriteria, yaitu validitas, realibilitas, sensitifitas, objektivitas, dan fisibilitas.⁶⁵ Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan alat analisis atau instrumen berupa.

3.5.1 Uji Validitas Data

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur.⁶⁶ Dalam hal ini peneliti akan melakukan uji validitas untuk mengukur keakuratan data yang diperoleh dari pengumpulan data.

3.5.2 Regresi Berganda

Uji regresi dilakukan untuk mengetahui pengaruh atau dampak antara variabel *Independent* terhadap variabel *dependent*. Regresi berganda digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tidak bebas.⁶⁷ Penelitian ini yang menjadi variabel *Independent* Kualitas Pelayanan (X1) dan Produk btpn wow! (X2), yang apakah akan berpengaruh atau berdampak terhadap variabel *dependen* Minat Menabung Nasabah (Y).

Model regresi yang dikembangkan adalah $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$

⁶⁵Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 75.

⁶⁶Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, h. 75.

⁶⁷Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, h. 405.

Dimana :

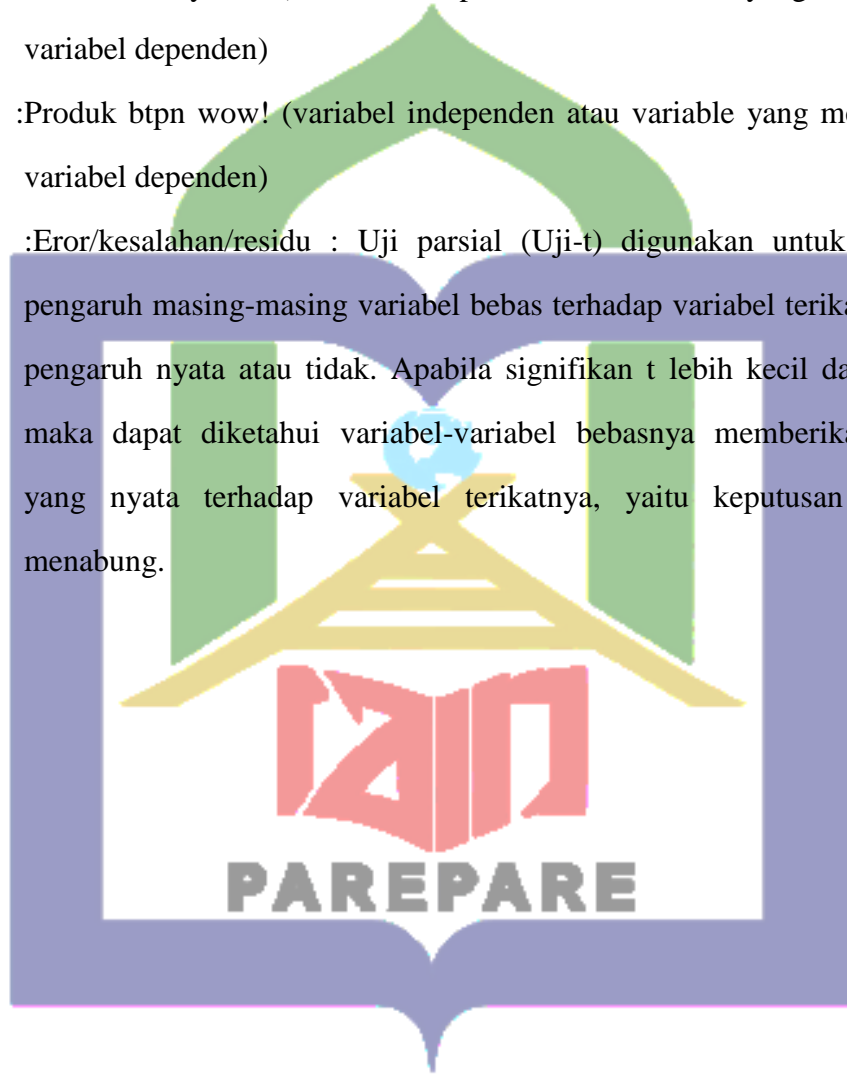
Y :Minat Menabung (variabel yang dependen atau nilai yang diprediksikan)

a :Konstanta (nilai yang tidak berubah)

X₁ :Kualitas Pelayanan (variabel independen atau variable yang mempengaruhi variabel dependen)

X₂ :Produk btpn wow! (variabel independen atau variable yang mempengaruhi variabel dependen)

E :Error/kesalahan/residu : Uji parsial (Uji-t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya apakah pengaruh nyata atau tidak. Apabila signifikan t lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka dapat diketahui variabel-variabel bebasnya memberikan pengaruh yang nyata terhadap variabel terikatnya, yaitu keputusan masyarakat menabung.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya Bank BTPN

Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) pada awalnya bernama Bank Pegawai Pensiunan Militer (BAPEMIL) dengan status usaha sebagai Badan Perkumpulan yang menerima simpanan dan memberikan pinjaman kepada para anggotanya, didirikan di Bandung tanggal 05 Februari 1958 oleh 6 orang Purnawirawan ABRI dan seorang Ibu, yaitu : Rd. Ramelie Tjokroadiredjo, M.R.L. Siahaan, Abdul Hamid, Abdurrachman, Moch. Abdul Fattah, Ibrahim Bejk, dan Ibu Rd. Ayu Pandamrukmi Tjokrodiredjo (Sipil). BAPEMIL memiliki tujuan yang mulia yakni membantu meringankan beban ekonomi para pensiunan, baik Angkatan Bersenjata Republik Indonesia maupun Sipil, yang ketika itu pada umumnya sangat kesulitan bahkan banyak yang terjerat rentenir.

Tahun 1960 memperoleh izin sebagai bank komersial. Perubahan BAPEMIL menjadi PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Dalam rangka memenuhi ketentuan Undang Undang nomor 14 tahun 1967, tentang Pokok-Pokok Perbankan, pasal 12, ayat (1) dan (2), yaitu bahwa bank harus berbentuk PT, maka pada tanggal 16 Pebruari 1985 BAPEMIL berubah status menjadi PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional, dengan ditetapkan 23 orang sebagai Pendiri sekaligus sebagai Pemegang Saham.

BAPEMIL resmi dibubarkan terhitung 31 Maret 1986 dan kegiatan usaha dilanjutkan PT BTPN. Keputusan RUPSLB tanggal 26 Pebruari 1986, bahwa terhitung mulai tgl 1 April 1986 semua hak dan kewajiban. Perkumpulan BAPEMIL

yang meliputi Kantor Pusat dan Kantor-kantor cabangnya serta Kantor-kantor Cabang Pembantunya beralih menjadi hak dan kewajiban PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional.

Januari 1987 menjadi anggota ke-66 PERBANAS, SK nomor: 600.1.1987, tanggal 1 Juli 1987. Perubahan Bank BTPN menjadi Bank Umum melalui SK Menteri Keuangan nomor Kep. 0551KM.171 1993 tanggal 22 Maret 1993, tentang Izin Usaha PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional di Bandung. Izin dimaksud meliputi 26 kantor cabang. sebagai bank umum, Bank BTPN memberikan jasa-jasa perbankan, meliputi: Simpanan Giro, Tabungan, Deposito (Deposito berjangka dan Sertifikat Deposito), Pinjaman yang diberikan (Pensiunan, Deposan, Pegawai Aktif /PNS/ABRI/BUMN, serta Kredit Umum), Pelayanan Jasa Bank (kliring, transfer, Inkaso, ATM). Berlakunya Undang-Undang nomor 7 /1992 yang kemudian diperbaharui dengan Undang-Undang No. 1011998, tentang Perbankan, bank menjadi dua jenis yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Akuisisi Saham Bank BTPN, Undang – Undang Nomor I/1995, tentang Perseroan Terbatas, mengharuskan modal ditempatkan dan disetor penuh. Kondisi moneter dampak naiknya kurs dolar di Indonesia mempengaruhi kehidupan perbankan nasional, berdasarkan hasil RUPSLB, maka tanggal 5 Desember 1997 saham milik 23 orang pemegang saham diakuisisi oleh PT. Bank Nasional dan Bakrie Group, dengan komposisi (85%) : (15%). Akta jual beli No. 8 dan 9 oleh Notaris Toety Juniarto, tanggal 5 Desember 1997. Perubahan status Bank BTPN diatas mendapat persetujuan dari Bank Indonesia sebagaimana ditetapkan dalam Surat Bank Indonesia No.26/UPBD2/Bd tanggal 22 April 1993 yang menyatakan status perseroan sebagai Bank Umum. Pada tahun 2008 Bank BTPN melakukan IPO dan

diubah menjadi PT. Bank BTPN, Tbk. Pada tanggal 12 Maret 2008 Bank BTPN melakukan Go Public dengan melepas saham milik pemerintah Republik Indonesia c.q. PT Perusahaan Pengelola Aset (PPA) sebesar 28.39%. Tanggal 14 Maret 2008 TPG Nusantara, S.a.r.l mengakuisisi Bank BTPN, sehingga menjadi pemegang saham pengendali.

Tahun 2009, BTPN meluncurkan Bisnis UMK dengan nama BTPN Mitra Usaha Rakyat dengan membuka 539 kantor cabang. BTPN Mitra Usaha Rakyat berhasil mencatatkan pertumbuhan kredit mencapai Rp 2,3 triliun. BTPN menerbitkan obligasi Rupiah jangka panjangnya yang pertama, dengan peringkat A+ (National Scale Rating) dari Fitch Ratings. Memperoleh fasilitas pinjaman jangka panjang dalam Rupiah dari International Finance Corporation, anak perusahaan Bank Dunia. Tahun 2010 BTPN berhasil menjadi bank ke-10 terbesar dalam kapitalisasi pasar, serta menduduki peringkat ke-5 dalam jumlah cabang dan peringkat ke-6 dalam jumlah karyawan. BTPN berhasil melaksanakan penerbitan obligasi jangka panjang sebanyak dua kali dengan total nilai Rp 2,4 triliun dan menyelesaikan rights issue sebesar Rp 1,3 triliun di bulan Desember.

Tahun 2011, BTPN meluncurkan Daya Program pemberdayaan *mass market* yang berkelanjutan serta menjai bagian integral dari aktivitas bisnis BTPN. Bisnis Pendanaan memperkenalkan *brand* Sinaya, yang terhubung dengan inisiatif Daya. Pada tahun yang sama BTPN berhasil menyelesaikan uji coba bisnis Perbankan Komunitas Syariah (BTPN Syariah – Tunas Usaha Rakyat). BTPN memperluas jaringan layanan ATM-nya dengan jaringan ATM Prima selain jaringan ATM Bersama yang sudah ada. Dengan demikian, total jaringan yang terhubung mencapai lebih dari 57.331 ATM di seluruh Indonesia.

Tahun 2012 Bisnis Perbankan Komunitas Syariah yaitu BTPN Syariah – Tunas Usaha Rakyat, tumbuh pesat, sampai akhir tahun telah melayani 28.927 sentra di Banten, Jawa Barat dan Jawa Timur dan memberdayakan 444.000 nasabah di sentra komunitas. BTPN, menyelesaikan program *ji coba mobile banking* baru yang diberi nama BTPN Wow! Program ini diluncurkan pada tahun 2013. Tahun 2013, Pembiayaan BTPN Syariah – Tunas Usaha Rakyat tumbuh dua kali lipat mencapai sekitar Rp 1,4 triliun dan menyumbang 3% dari total kredit Bank. Jaringan Unit Syariah mencapai 69.500 sentra di seluruh nusantara, yang memberdayakan lebih dari 931.500 nasabah di daerah pedesaan. BTPN melakukan akuisisi atas Bank Sahabat yang akan dikonversi menjadi bank Syariah sebelum BTPN memisahkan unit syariahnya ke dalam entitas baru di atas pada tahun 2014. *Sumitomo Mitsui Banking Corporation* (SMBC) dari Jepang kini memiliki 24,3% saham BTPN melalui transaksi pembelian saham yang sebelumnya dimiliki oleh TPG Nusantara S.a r.I. dan pemegang saham lainnya.

Tahun 2014, *Sumitomo Mitsui banking Corporation* (SMBC) Jepang meningkatkan kepemilikan saham di BTPN dan menjadi pemegang saham utama dengan kepemilikan 40% saham. SMBC merupakan bank terbesar kedua di Jepang berdasarkan nilai pasar dengan aset sebesar USD 1,3 triliun. Hal ini menempatkan BTPN dalam posisi yang mapan, tidak hanya karena memiliki pemegang saham yang kuat, tetapi juga melalui SMBC, BTPN mendapatkan akses pendanaan ke pasar uang regional dan internasional bila dibutuhkan.

Tahun 2015, BTPN secara resmi meluncurkan BTPN Wow! sebuah *mobile digital platform* di mana nasabah, dengan perangkat telepon seluler sederhana dan sinyal 1 bar sekali pun, dapat mendaftar dan membuka rekening tabungan dengan

proses verifikasi yang dipercepat dan melakukan transaksi perbankan seperti simpanan, tarik tunai, transfer dana, pembayaran tagihan dan pengajuan permohonan kredit mikro serta pembelian produk asuransi mikro. Inovasi ini bertujuan agar nasabah terdorong untuk melakukan aktivitas perbankan melalui telepon seluler, seakan-akan bank ada di tangan nasabah. Melalui jaringan agen (*branchless banking*) BTPN dapat memperluas jangkauan layanan keuangan kepada masyarakat sampai ke pelosok.

BTPN Wow! merupakan implementasi inovasi Laku Pandai yang diinisiasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Tahun 2016, BTPN meluncur Jenius, sebuah aplikasi yang dirancang dan dikembangkan untuk membantu masyarakat dalam mengatur *life finance* secara lebih mudah, cerdas, dan aman melalui smartphone berbasis Android maupun iOS. Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa masyarakat *digital savvy* menginginkan praktek perbankan yang lebih mudah, cerdas, aman, dan semuanya dapat dilakukan melalui smartphone. Sebagai bank yang memiliki visi mengubah hidup jutaan rakyat Indonesia, BTPN menjawab kebutuhan melalui Jenius.⁶⁸

4.1.2 Alamat Kantor Pusat & Area

4.1.2.1 Kantor Pusat : Menara BTPN – CBD Mega Kuningan Jl. Dr. Ide Anak Agung Gde Agung Kav. 5.5 – 5.6, Jakarta.

4.1.2.2 Kantor area Parepare : Jl. Andi Makkasau No. 38, Parepare.

4.1.3 Visi

Menjadi Bank mass market terbaik, mengubah hidup berjuta rakyat Indonesia

⁶⁸Tentang Kami, *Sekilas BTPN*, diakses di <http://www.btpn.com> > tentang kami (01 Februari 2018).

4.1.4 Misi

Bersama, kita ciptakan kesempatan tumbuh dan hidup yang lebih berarti

4.1.5 Nilai-nilai

Nilai-nilai yang kami anut merupakan pedoman bagaimana kami menjalankan bisnis serta pedoman berperilaku untuk membentuk identitas kami.

4.1.6 Produk & Layanan

4.1.6.1 Simpanan :

4.1.6.1.1 Tabungan

4.1.6.1.2 Deposito

4.1.6.1.3 Giro

4.1.6.2 Pinjaman :

4.1.6.2.1 Kredit Karyawan Aktif

4.1.6.2.2 Kredit Lintas Manfaat

4.1.6.2.3 Kredit Pensiunan Sejahtera

4.1.6.2.4 Kredit Pensiunan Sejahtera Plus

4.1.6.2.5 Kredit Pensiunan Sejahtera 24

4.1.6.2.6 KUR Buka Lapak

4.1.6.2.7 KUR Mikro

4.1.6.2.8 KUR Retail dll.

4.1.6.3 Investasi & Bancassurance :

4.1.6.3.1 Reksa Dana

4.1.6.3.2 Obligasi Pemerintah

4.1.6.3.3 Guardia Premium

4.1.6.3.4 Guardia Investa.



4.1.6.4 Unit Bisnis BTPN :

4.1.6.4.1 BTPN Sinaya

4.1.6.4.2 BTPN Purna Bakti

4.1.6.4.3 BTPN Mitra Usaha Rakyat

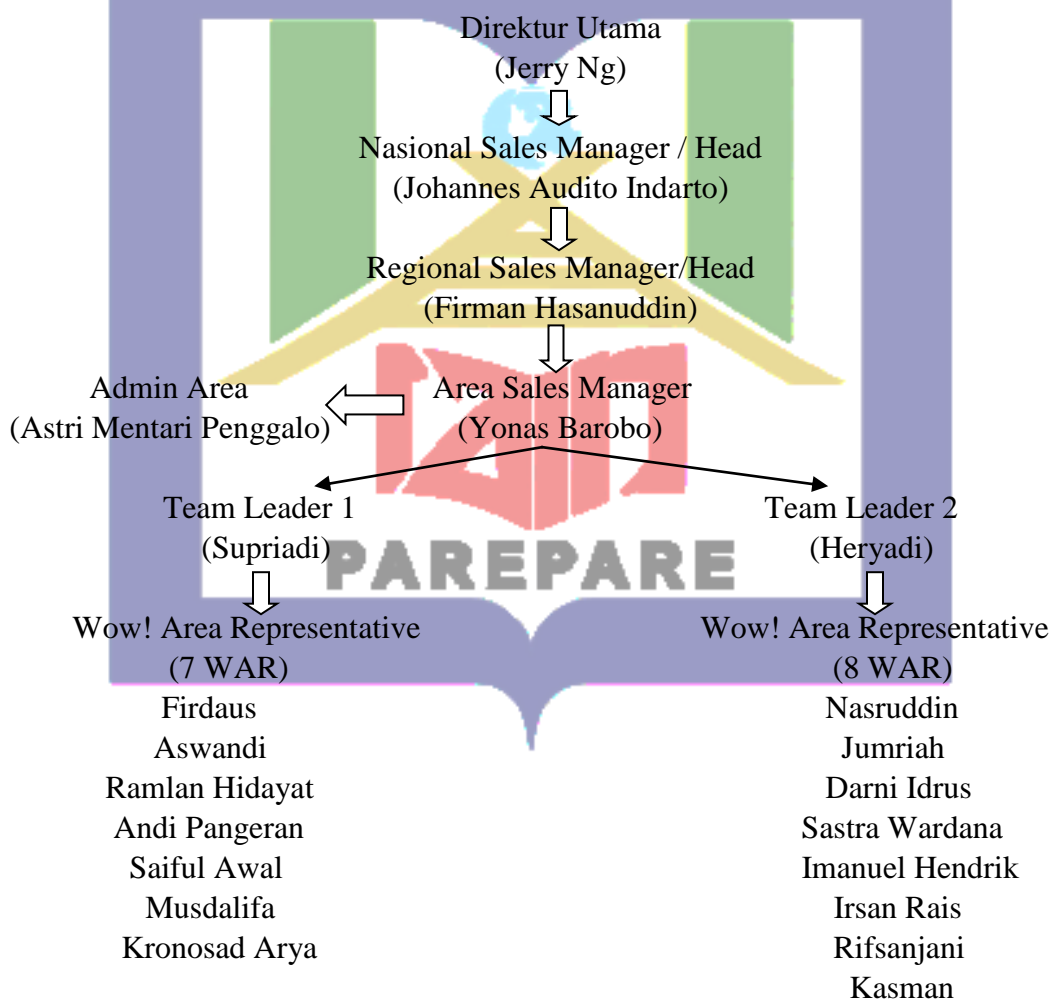
4.1.6.4.4 BTPN Mitra Bisnis

4.1.6.4.5 BTPN Wow!

4.1.6.4.6 Jenius

4.1.6.4.7 BTPN Syariah.

4.1.7 Struktur Organisasi



4.2 Deskripsi Data

Dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah btpn wow! dan metode yang digunakan adalah metode *Kuesioner* atau angket dengan memberikan kuesioner atau angket kepada nasabah khususnya nasabah btpn wow!

Tabel 1
Sampel Nasabah Btpn Wow!

Nama Responden	Alamat	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
Feby Adwiah Lestari	Jl. Melingkar	20	Perempuan	Mahasiswa
Eni Sintya Supardi	Jl. Melingkar	18	Perempuan	Mahasiswa
Sri Ayuni	Lembah Harapan	18	Perempuan	Mahasiswa
Mutmainna	Lembah Harapan	18	Perempuan	Mahasiswa
Annur Laksmi R	Lembah Harapan	18	Perempuan	Mahasiswa
Noorashikin	Lembah Harapan	18	Perempuan	Mahasiswa
Muhammad Anugrah	Lembah Harapan	21	Laki-laki	Mahasiswa
Aco	Jl. Jend. A. Yani Km 7	31	Laki-laki	Wiraswasta
Muh. Syam Yahya	Jl. Jend. A. Yani Km 2	24	Laki-laki	Mahasiswa
Arief Mursalim	Jl. Jend. A. Yani Km 6	28	Laki-laki	Wiraswasta
Risnawati	Jl. H.A.M. Arsyad	22	Perempuan	Mahasiswa
Asrah Alias	Jl. H.A.M. Arsyad	21	Perempuan	Mahasiswa
Ruhati	Jl. H.A.M. Arsyad	21	Perempuan	Mahasiswa
Haerunnisa	Jl. H.A.M. Arsyad	21	Perempuan	Mahasiswa
Musdalifah	Jl. H.A.M. Arsyad	21	Perempuan	Mahasiswa
Risda yanti	Jl. H.A.M. Arsyad	22	Perempuan	Mahasiswa
Wahyudi Rusdi	Jl. Amal Bakti	18	Laki-laki	Mahasiswa
Ahmad Bilal	Jl. Amal Bakti	23	Laki-laki	Mahasiswa
Muhammad Idul	Jl. Amal Bakti	21	Laki-laki	Mahasiswa
Ashar	Jl. Amal Bakti	24	Laki-laki	Mahasiswa
Masrur Ahmad	Jl. Amal Bakti	22	Laki-laki	Mahasiswa
Sunarti	Jl. Amal Bakti	22	Perempuan	Mahasiswa
Linda Lestari Kama	Jl. Amal Bakti	20	Perempuan	Mahasiswa
Intan Pertiwi	Jl. Amal Bakti	24	Perempuan	Mahasiswa
Asfarina Syam	Jl. Amal Bakti	18	Perempuan	Mahasiswa
Afyanti	Jl. Amal Bakti	19	Perempuan	Mahasiswa
Nur Azizah	Jl. Amal Bakti	19	Perempuan	Mahasiswa
Sitti Nurlaila	Jl. Amal Bakti	22	Perempuan	Mahasiswa
Try Ramdhani	Jl. Amal Bakti	21	Perempuan	Mahasiswa
Hasni	Jl. Amal Bakti	21	Perempuan	Mahasiswa
Nilam Sari	Jl. Abdul Jalil	19	Perempuan	Mahasiswa
Juniasti	Jl. Jend. M Yusuf	19	Perempuan	Mahasiswa
Ahmad Kausar	Wekke'e	19	Laki-laki	Mahasiswa
Kamaluddin	Wekke'e	22	Laki-laki	Mahasiswa
Herna	Wekke'e	22	Perempuan	Mahasiswa
ST. Maimuna. S.sos	Jl. Ketilang	39	Perempuan	Guru social

Muh. Sainal S	Jl. Ketilang	22	Laki-laki	Mahasiswa
Kurniaty	Jl. Reformasi 21	39	Perempuan	URT
Farid Hidayat	Jl. Reformasi	19	Laki-laki	Mahasiswa
Arsyam	Jl. Amal Bakti	18	Laki-laki	Wiraswasta
Ricky Anwar	Jl. Amal Bakti	18	Laki-laki	Mahasiswa
Arif Purnomo	Jl. Amal Bakti	20	Laki-laki	Mahasiswa
Muh. Firmansyah JN	Jl. Amal Bakti	18	Laki-laki	Mahasiswa
Asrtria Dewi Astuti	Jl. Amal Bakti	18	Perempuan	Mahasiswa
Musdalifah	Jl. Amal Bakti	22	Perempuan	Mahasiswa
Nuryati	Jl. Amal Bakti	23	Perempuan	Mahasiswa
Adrianti	Jl. Amal Bakti	19	Perempuan	Mahasiswa
Fitriah	Jl. Amal Bakti	21	Perempuan	Mahasiswa
Nirmala	Jl. Amal Bakti	19	Perempuan	Mahasiswa
Nurlia	Km 2	19	Perempuan	Mahasiswa
Muh. Aksa	Jl. Industri kecil	18	Laki-laki	Mahasiswa
Mifta Novianti Rutri	Jl. Larasakka	18	Perempuan	Mahasiswa
Muhammad Naim	Lapadde	23	Laki-laki	Mahasiswa
Hapsa	Lapadde	21	Perempuan	Mahasiswa
Kartika	Lapadde	20	Perempuan	Mahasiswa
Rahmiani	Lapadde	19	Perempuan	Mahasiswa
Tiara Shinta	Jl. Sawi	24	Perempuan	URT
Ruslan	Jl. Sawi	27	Laki-laki	Wiraswasta
Kurnia Arfina Adyant	Jl. Andi Cammi	19	Perempuan	Wiraswasta
Daus	Jl. Laupe	26	Laki-laki	Karyawan
Hasril	Jl. Laupe	22	Laki-laki	Mahasiswa
Abd. Rahman	Jl. Laupe	21	Laki-laki	Mahasiswa
M. Asriansyah	Jl. Laupe	21	Laki-laki	Mahasiswa
Ilham	Jl. Laupe	28	Laki-laki	Tidak ada
Suriani	Jl. Laupe	40	Perempuan	URT
Nurul Yakin Baba	Jl. Laupe	21	Perempuan	Mahasiswa
Ulfa yanti	Jl. Laupe	22	Perempuan	Mahasiswa
Nursamsi	Jl. Laupe	25	Perempuan	Tidak ada
Saniwati, S.E	Jl. Laupe	27	Perempuan	URT
Damiati	Jl. Laupe	21	Perempuan	Mahasiswa
Syamsul Rijal	Jl. Pelelangan	17	Laki-laki	Mahasiswa
Awaluddin	Jl. Menara No. 31 A	22	Laki-laki	Mahasiswa
Wahyudin Abidin	Jl. Menara	20	Laki-laki	Mahasiswa
Muh. Muflihun	Lontange	21	Laki-laki	Mahasiswa
Irawati Puspita.s	Jl. Sosial	18	Perempuan	Mahasiswa
Andriani	Jl. Sosial	18	Perempuan	Mahasiswa
Risdah	Jl. Sosial	18	Perempuan	Mahasiswa
Ermi Rahayu	Jl. Sosial	18	Perempuan	Mahasiswa
Riski Wibowo	Jl. Pantu asuhan	21	Laki-laki	Mahasiswa
Fildzah Awalia B	Jl. Bumi Harapan	21	Perempuan	Mahasiswa
Karmila K	Jl. Sampara	34	Perempuan	URT
Sry Ayuh Utami A	Pondok Al-kausar	18	Perempuan	Mahasiswa
Reska	Jl. Amal Bakti	19	Laki-laki	Mahasiswa

Supardi	Jl. Amal Bakti	21	Laki-laki	Mahasiswa
Andriani B	Jl. Amal Bakti	22	Perempuan	Mahasiswa
Riandi Anugrah	Jl. Amal Bakti	20	Laki-laki	Mahasiswa
ST. Mahirah Idham	Jl. Abu Bakar Lambogo	24	Perempuan	URT
Junawati	Jl. Abu Bakar Lambogo	34	Perempuan	Penjual yakult
Nurmaidah	Jl. Abu Bakar Lambogo	22	Perempuan	Pengusaha
Muh Idham Hamwan	Jl. Abu Bakar Lambogo	47	Laki-laki	Wiraswasta
Salma	Jl. H. Agussalim	42	Perempuan	URT
Marlayanti	Jl. Petana Rajeng	39	Perempuan	URT

4.2.1 Karakteristik Responden

Dari seluruh responden yang diteliti, maka responden-respon tersebut dapat dikategorikan karakteristiknya menurut kategori berikut :

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelaamin	Jumlah	Presentase %
Laki-laki	34	37
Perempuan	58	63

Dari tabel 2, maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah nasabah perempuan yaitu sebesar 58 responden 63%.

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase %
Mahasiswa	72	78
Guru Sosial	1	1
URT	8	9
Wiraswasta	6	7
Karyawan	1	1
Tidak ada	2	2
Pengusaha	1	1
Penjual Yakult	1	1

Dari tabel 3, maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah mahasiswa yaitu sebesar 72 responden atau 78%.

4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur Responden	Jumlah	Presentase %
Kurang dari 30 Tahun	83	90
31-40	7	8
41-50	2	2

Dari tabel 4, maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah berusia di antara kurang dari 30 tahun, yaitu sebesar 83 responden atau 90%.

4.3 Deskripsi Jawaban Responden

4.3.1 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung (X1)

Dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X_1 mengenai kualitas pelayanan terhadap minat menabung hasil perhitungannya dari 92 responden berdasarkan *kuesioner* atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 2572 untuk variabel X_1 (Kualitas Pelayanan).

4.3.2 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Produk Btpn wow terhadap Minat Menabung (X2)

Dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X_2 mengenai Produk Btpn Wow! terhadap minat menabung hasil perhitungannya dari 92 responden

berdasarkan *kuesioner* atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 2801 untuk variabel X2 (Produk Btpn Wow!).

4.3.3 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Minat Menabung (Y)

Dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel Y mengenai minat menabung terhadap kualitas pelayanan dan produk btpn wow! hasil perhitungannya dari 92 responden berdasarkan *kuesioner* atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 2576 untuk variabel Y (Minat Menabung).

4.4 Pengujian Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor total dari masing-masing atribut. Uji validitas digunakan untuk melihat ketetapan dan kecermatan dari sebuah instrument penelitian dalam fungsi ukurnya mengukur item-item pernyataan yang digunakan dalam bentuk pernyataan untuk memperoleh data dinyatakan valid. Item pernyataan yang memiliki korelasi positif tinggi dapat dianggap memiliki validitas yang tinggi pula.

Corrected item total correlation merupakan korelasi antar skor total item, sehingga interpretasinya dengan mengkonsultasikan nilai kritis r-tabel, jika r hitung > nilai kritis r- table *product moment* maka instrument dinyatakan valid atau dapat dikatakan bahwa item pernyataan dari cerminan setiap variable dalam penelitian ini keberadaannya pada instrument penelitian dinyatakan valid (sah).

Adapun hasil uji validitas dari setiap item pernyataan variable dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel .

Tabel 5
Hasil uji validitas
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Jawaban X1	27.96	3.341	92
Jawaban X2	30.45	4.165	92
Jawaban Y	28.00	3.322	92
Total Jawaban	86.40	8.265	92

Correlations

		Jawaban X1	Jawaban X2	Jawaban Y	Total Jawaban
Jawaban X1	Pearson Correlation	1	.259*	.588**	.771**
	Sig. (2-tailed)		.013	.000	.000
	N	92	92	92	92
Jawaban X2	Pearson Correlation	.259*	1	.307**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.013		.003	.000
	N	92	92	92	92
Jawaban Y	Pearson Correlation	.588**	.307**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000
	N	92	92	92	92
Total Jawaban	Pearson Correlation	.771**	.732**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92

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

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

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji validitas adalah :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = Tidak valid

Tabel 5 *descriptive statistics* di atas dapat dianalisis bahwa yang menjadi sampel ada 92 orang. Rata-rata jawaban skor pernyataan X1 sebesar 27.96 ; pernyataan X2 sebesar 30.45 ; pernyataan Y sebesar 28.00.

Hasil uji validitas dari ketujuh butir pernyataan variable kualitas pelayanan diperoleh *Corrected Item total correlation* r hitung (0.771) > r table (0,203). Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variable kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah)⁶⁹

Hasil uji validitas dari ketujuh butir pernyataan variable produk Btpn Wow! diperoleh *Corrected Item total correlation* r hitung (0.732) > r table (0,203). Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variable produk Btpn Wow! yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah)

Hasil uji validitas dari ketujuh butir pernyataan variable minat menabung diperoleh *Corrected Item total correlation* r hitung (0.795) > r table (203). Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variable minat menabung yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah)

4.4.2 Uji Reliabilitas

Instrumen dalam penelitian ini dikatakan reliable atau handal apabila dipergunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama. Untuk melakukan uji reliabilitas terhadap instrument penelitian adalah dengan menggunakan *alpha cronbach* yang mengelompokkan item-item menjadi dua atau beberapa belahan. Jika r hitung > nilai Kritis r tabel product moment maka data penelitian dianggap reliabel atau handal untuk

⁶⁹Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 87.

digunakan sebagai input dalam proses penganalisaan data guna menguji hipotesis penelitian.⁷⁰

Adapun hasil uji reliabilitas dari setiap item pernyataan variable yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 6

Tabel 6
Hasil uji reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.807	4

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji validitas adalah :

Jika $\alpha > r$ tabel = konsisten (handal)

Jika $\alpha < r$ tabel = tidak konsisten

data pada tabel 6 menunjukkan hasil analisis uji reliabilitas, dimana nilai Cronbach's alpha (r hitung) dari 21 pernyataan. Dimana nilai r hitung $> r$ tabel 0,203. Hal ini berarti setiap pernyataan dari variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliable atau dapat dikatakan bahwa instrument penelitian yang digunakan dalam fungsi ukurnya tidak menimbulkan arti ganda sehingga terjamin konsistensinya dalam mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan produk btpn wow! terhadap minat menabung.

Selanjutnya nilai cronbach alpha dari keseluruhan butir pernyataan dalam instrument penelitian diperoleh sebesar 0.807 yang menunjukkan tingkat konsistensi

⁷⁰Syahriyah Semaun, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Negeri (Studi Pada Stain Parepare)" (Laporan Hasil Penelitian Pusat Penelitian dan Pengembangan masyarakat (P3M) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare: Parepare, 2017, h.44.

(kehandalan) dari instrument penelitian yang digunakan adalah sebesar 80.7 %. Artinya apabila kuisisioner dalam penelitian ini akan digunakan secara berulang-ulang pada populasi akan memberikan nilai objektivitas, stabilitas, akurasi dan konsistensi yang tinggi untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan produk btpn wow! terhadap minat menabung.

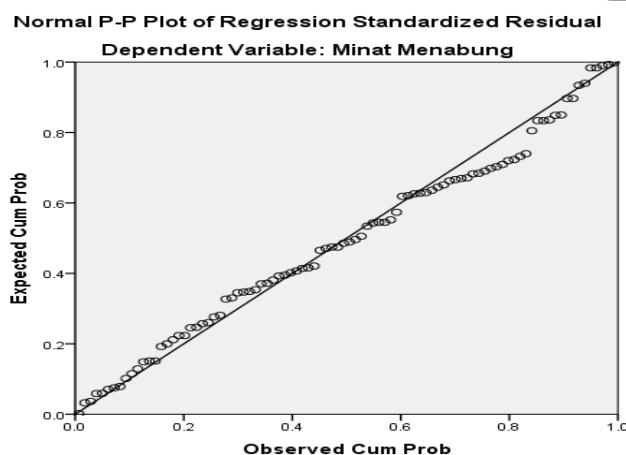
4.5 Pengujian Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah model regresi yang digunakan memiliki residual yang terdistribusi secara normal atau tidak. Apabila didapatkan residual yang tidak tersebar secara normal pada suatu regresi, maka akan menghasilkan regresi yang tidak baik atau tidak konsisten dan efisien. Adapun hasil pengujian grafis normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada grafik berikut :

Dasar pengambilan keputusan Data dikatakan terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.

Grafik 1
Hasil Uji Normalitas



Grafik 1 menunjukkan bahwa sebaran titik berada sepanjang garis diagonal dan mengikuti arus garis diagonal. Pengujian distribusi data yang dilakukan dengan metode grafis ini menunjukkan hasil yang dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan produk btpn wow! terhadap minat menabung karena telah memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Keberadaan multikolinearitas dalam suatu regresi akan mengganggu hasil regresi penelitian, sehingga tidak menghasilkan parameter yang efisien dan efektif yang akan membuat kesalahan dalam parameter yang dihasilkan. Regresi dikatakan baik jika regresi tidak memiliki Multikolinearitas didalamnya sehingga tidak ada gangguan yang diharapkan akan terjadi pada regresi tersebut.⁷¹

Dasar pengambilan keputusan, keberadaan Multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai VIF (Variance Inflation Factors) atau nilai toleransinya, yakni apabila nilai

Tolerance > 0,10 = Tidak terjadi Multikolinearitas

Tolerance < 0,10 = Terjadi Multikolinearitas atau

VIF < 10,00 = Tidak terjadi Multikolinearitas

VIF > 10,00 = Terjadi Multikolinearitas

Adapun hasil perhitungan nilai VIF atau toleransi yang dilakukan untuk regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 7.

⁷¹Syahriyah Semaun, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Negeri (Studi Pada Stain Parepare)" (Laporan Hasil Penelitian Pusat Penelitian dan Pengembangan masyarakat (P3M) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare: Parepare, 2017, h.47.

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8.811	2.782		3.168	.002		
Kualitas Pelayanan	.542	.086	.545	6.267	.000	.933	1.072
Produk Btpn Wow!	.133	.069	.166	1.912	.059	.933	1.072

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Hasil uji Multikolinearitas pada tabel 7 menunjukkan bahwa semua variable memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 dan nilai toleransi yang lebih besar dari 0,1. Ini menunjukkan bahwa indikasi keberadaan multikolinearitas pada persamaan yang dilakukan tidak terbukti atau tidak terdapat multikolinearitas dalam persamaan yang dilakukan atau hubungan yang terjadi antar variable bebas (Kualitas Pelayanan, dan Produk Btpn Wow!) dapat ditoleransi sehingga tidak akan mengganggu hasil regresi.

4.6 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas menunjukkan bahwa regresi berganda yang distimasi telah memenuhi syarat asumsi-asumsi klasik sehingga diharapkan hasilnya akan baik dalam menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan produk btpn wow! terhadap minat menabung. Pengujian terhadap agresi yang diperoleh dilakukan pengujian

secara simultan dengan menggunakan uji –F dan pengujian secara parsial dengan menggunakan uji- t. untuk lebih jelasnya akan diuraikan sebagai berikut.

Pada analisa data diperlukan suatu persamaan garis berdasarkan suatu rumus matematika yang menunjukkan hubungan antara variable independen atau yang mempengaruhi dengan variable dependen atau variable yang dipengaruhi. Variabel yang mempengaruhi disebut variable X_1 dan X_2 dan variable yang dipengaruhi disebut variable Y.

Untuk mengetahui pengaruh-pengaruh antara variable-variabel tersebut dalam penelitian ini digunakan alat regresi. Regresi menunjukkan hubungan antara variable-variabel yang satu dengan variable yang lain dimana variable yang satu mempengaruhi variable yang lain. Analisis regresi linear digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan produk btpn wow terhadap minat menabung. Teknik ini digunakan untuk pengujian terhadap ada tidaknya pengaruh atau hubungan antara variable dalam penelitian ini.

Model regresi yang dikembangkan adalah

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

Y :Minat Menabung (variabel dependen atau nilai yang diprediksikan)

a :Konstanta (nilai yang tidak berubah)

X_1 :Kualitas Pelayanan (variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)

X_2 :Produk btpn wow! (variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)

4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan produk btpn wow terhadap minat menabung, digunakan regresi linear. Berdasarkan hasil olahan data yang dilakukan dengan program computer IBM SPSS Statistics 23 maka didapatkan hasil regresi berganda sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Perhitungan Regresi
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.811	2.782		3.168	.002
	Kualitas Pelayanan (X1)	.542	.086	.545	6.267	.000
	Produk Btpn Wow! (X2)	.133	.069	.166	1.912	.059

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Berdasarkan hasil tersebut diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 8,811 + 0,542x_1 + 0,133x_2$$

Keterangan:

Y =Minat Menabung

a =Konstanta

β_1, β_2 =Koefisien regresi

X₁ =Kualitas Pelayanan

X₂ =Produk btpn wow!⁷²

Dari persamaan diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

⁷²Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS, Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana, 2013), h. 291-296.

4.6.1.1 Nilai Konstanta (a)

Konstanta sebesar 8,811 berarti minat menabung sebesar 8,811 poin apabila variabel kualitas pelayanan dan produk btpn wow! dengan nol atau tidak ada.

4.6.1.2 Kualitas Pelayanan

Koefisien Regresi X1 (β_1) sebesar 0,542 merupakan penaksir parameter variabel kualitas pelayanan terhadap minat menabung. Nilai ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan terhadap minat menabung meningkat 1 point, maka minat menabung nasabah akan meningkat sebesar 0,542 dengan catatan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi atau variabel lain konstan.

4.6.1.3 Kualitas Produk Btpn Wow!

Koefisien Regresi X2 (β_2) sebesar 0,133 merupakan penaksir parameter variabel produk btpn wow! terhadap minat mnabung. Nilai ini menunjukkan apabila produk btpn wow! terhadap minat mnabung meningkat 1 point, maka minat menabung akan meningkat sebesar 0,133 dengan catatan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi atau variabel lain konstan.

Hasil regresi di atas perlu diuji untuk mengetahui baik tidaknya model yang digunakan dalam penelitian. Kemudian untuk mengetahui signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan pengujian-pengujian yaitu :

4.6.2 Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Uji t adalah suatu tes statistik yang memungkinkan kita membandingkan dua skor rata-rata, untuk menentukan probabilitas (peluang) bahwa perbedaan antara dua skor rata-rata merupakan perbedaan yang nyata bukan perbedaan yang terjadi secara kebetulan.⁷³ pengujian variabel independen secara individu yang dilakukan untuk

⁷³Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan* (Jakarta : Kencana, Fajar Interpratama Offset, 2010), h. 218.

melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maksudnya yakni apakah model regresi variabel independen (X1 dan X2) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen (Y).

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut :

H₀ : β_1 dan $\beta_2 = 0$ atau koefisien β_1 dan β_2 tidak mempengaruhi Y

H₁ : β_1 dan $\beta_2 \neq 0$ atau koefisien β_1 dan β_2 mempengaruhi Y

Dimana : P-Value < 0,05 maka H₀ ditolak

H1 diterima

P-Value > 0,05 maka H₀ diterima

H1 ditolak

H₀ =Kualitas Pelayanan dan Produk Btpn Wow! tidak mempengaruhi Minat Menabung,

H₁ =Kualitas Pelayanan dan Produk Btpn Wow! mempengaruhi Minat Menabung.

Tabel 9

Pengujian secara parsial (uji-t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.811	2.782		3.168	.002
	Kualitas Pelayanan (X1)	.542	.086	.545	6.267	.000
	Produk Btpn Wow! (X2)	.133	.069	.166	1.912	.059

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Dari output diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 3.168 dengan signifikansi sebesar 0,002 karena P-Value < 0,05 H_0 ditolak yang berarti bahwa kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap minat menabung secara signifikan. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian.

4.6.3 Pengujian Hipotesis secara simultan (Uji F)

Uji F berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Serta untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Y) atau tidak.

Tabel 10
Pengujian secara simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	373.242	2	186.621	26.332	.000 ^b
	Residual	630.758	89	7.087		
	Total	1004.000	91			

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

b. Predictors: (Constant), Produk Btpn Wow! (X_2), Kualitas Pelayanan (X_1)

Dari tabel 10 perhitungan uji statistik yang dilakukan maka diperoleh nilai F-hitung sebesar 26.332 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena P-Value < 0,05 maka H_0 ditolak atau dengan kata lain koefisien β_1 dan β_2 mempengaruhi Y secara bersama sama sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi dapat dipakai atau digunakan untuk memprediksi minat menabung.

4.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan secara keseluruhan variasi variabel independen. Koefisien determinasi mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap naik turunnya variasi nilai variabel independen.

Tabel 11.
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.610 ^a	.372	.358	2.662

a. Predictors: (Constant), Produk Btpn Wow! (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan analisis diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,372 artinya bahwa 37,2% minat menabung dipengaruhi oleh faktor Kualitas Pelayanan dan Produk Btpn Wow!. Sedangkan sisanya 62,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.6.5 Korelasi Ganda (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X1 dan X2) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin tinggi, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = tinggi

0,80 – 1,000 = sangat tinggi



**Tabel 12. Hasil
Pengujian Korelasi ganda R
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.610 ^a	.372	.358	2.662

a. Predictors: (Constant), Produk Btpn Wow! (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan tabel 12 hasil uji regresi angka R sebesar 0,610. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y).

4.7 Pembahasan

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan variable kualitas pelayanan dan produk btpn wow! secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Selanjutnya hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa variable kualitas pelayana secara individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, sedangkan variable produk btpn wow! berpengaruh negative dan signifikan. Adapun pembahasan mengenai pengaruh variable kualitas pelayanan dan produk btpn wow! terhadap minat menabung, akan diuraikan sebagai berikut:

4.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung

Pelayanan adalah jenis jasa yang dimanfaatkan oleh nasabah yang diberikan oleh karyawan maupun agen-agen btpn wow! untuk memenuhi kebutuhan nasabah khususnya pada saat bertransaksi sehingga dapat dikatakan sebagai layanan yang baik kepada nasabah. Hasil pengujian secara parsial atau uji-t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hal ini mengidentifikasi ada hubungan yang searah antara kualitas pelayanan dengan minat menabung. Artinya kualitas pelayanan ini sangat mempengaruhi minat menabung nasabah atau dengan kata lain, jika kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah, maka minat menabung juga akan meningkat.

Hasil pengujian secara parsial ini menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Dibuktikan dengan nilai (sig) = 0,000 lebih kecil dari probability yakni 0,05 atau $0,000 < 0,05$ dan nilai kontribusi $b_1 = 0,542$ atau 54,2%.

Kualitas pelayanan dalam ekonomi Islam harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi terhadap kualitas jasa. Islam mengajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik, berupa pelayanan hendaknya memberikan jasa berkualitas, jangan memberikan pelayanan yang buruk kepada orang lain. Dalam pandangan Islam, pelayanan mempunyai nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yaitu Profesional (*Fathanaah*), Kesopanan dan keramahan (*Tabligh*), Jujur (*Sidik*), Amanah.

4.7.2 Produk Btpn Wow! Terhadap Minat Menabung

Btpn Wow! adalah layanan perbankanplus yang merupakan layanan perbankan umum seperti pembukaan rekening, penyetoran dan penarikan kas, pengiriman dana secara elektronik, pembayaran tagihan dan pembelian pulsa. Semua dapat dilakukan melalui jaringan seluler dan telepon genggam dengan biaya yang sangat murah. Kelebihan dari produk Btpn Wow! ini yaitu cepat, gampang, murah dan aman. Dari pengertian diatas dapat dijelaskan lagi bahwa nasabah btpn wow! mempunyai agen yang dinamakan agen Btpn Wow!.

Agen ini mempunyai fungsi yaitu dapat melayani suatu transaksi dengan melalui agen dekat rumah, kirim uang kemana saja baik ke rekening atau nomor ponsel Btpn Wow!, dan melayani pendaftaran produk tabungan BSA (*Basic Save Account*). Apabila nasabah daftar agen maka agen tersebut akan mendapat penghasilan tambahan, hadiah, bimbingan, dan fasilitas dari PT. BTPN,Tbk Cabang Parepare.

Hasil pengujian secara parsial atau uji-t menunjukkan bahwa variable Produk Btpn Wow! berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung. Hal ini mengidentifikasi ada hubungan yang searah antara Produk Btpn Wow! dengan minat menabung. Artinya produk yang diberikan kepada nasabah tidak begitu berpengaruh dengan minat menabung dibandingkan dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

Hasil pengujian secara parsial ini menunjukkan bahwa variable Produk Btpn Wow! berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung. Dibuktikan dengan nilai $(sig) = 0,059$ lebih besar dari probability yakni $0,05$ atau $0,059 > 0,05$ dan nilai kontribusi $b_1 = 0,133$ atau $13,3\%$.

Kualitas produk dalam ekonomi islam adalah satu-satunya cara yang mubah yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin.

Sebagaimana yang telah dibahas sebelumnya mengenai kualitas pelayanan dan produk Btpn Wow! terhadap minat menabung dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan produk Btpn Wow! serta untuk mengetahui variable yang berpengaruh dominan terhadap minat menabung.

Nasabah Btpn Wow! sangat puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan maupun agen-agen Btpn Wow! apa yang diharapkan oleh nasabah sesuai dengan yang diharapkan atau yang dibutuhkan oleh nasabah. Seperti salah satu hal yang diungkapkan oleh beberapa nasabah pada saat nasabah ingin melakukan transaksi melalui karyawan maupun agen-agen Btpn Wow! mereka melayani nasabah dengan cepat dan ramah dalam melayani transaksi nasabah dan segala informasi yang dibutuhkan nasabah mengenai produk Btpn Wow! sangat mudah dimengerti karena di jelaskan sangat rinci yang mudah dipahami nasabah tersebut. Jadi minat menabung nasabah ataupun calon nasabah sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Harapannya dengan penelitian ini agar lebih diperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan untu nasabah maupun calon nasabah.

Hasil ini dapat dianggap merupakan alasan paling mendasar bagi responden tersebut pada saat bertransaksi. Bahkan responden mengatakan bahwa pelayanan agen-agen ataupun karyawan Btpn Wow! sangat responsif yang sangat cepat dalam pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Dari sisi frekuensinya antara kualitas pelayanan dan produk Btpn Wow! yang berpengaruh dominan terhadap minat menabung ialah kualitas pelayanan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam Bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1 Dari hasil perhitungan regresi linear, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan yakni variabel X_1 sebesar 0,542 terhadap minat menabung dalam hal ini dimana variabel Y (minat menabung) berpengaruh signifikan positif. Hal ini membuktikan kualitas pelayanan yang diterapkan pada masing-masing karyawan maupun agen-agen btpn wow! dapat menciptakan dan meningkatkan minat menabung nasabah. Hasil tersebut menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah, maka semakin tinggi pula minat menabung nasabah pada perusahaan tersebut.
- 5.1.2 Berdasarkan pada perhitungan regresi linear dengan hasil yang menunjukkan variabel X_2 (Produk Btpn Wow!) sebesar 0,133 tidak berpengaruh signifikan positif terhadap variable Y (Minat Menabung). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa produk btpn wow! terhadap minat menabung bukan menjadi pertimbangan utama bagi nasabah untuk menabung, dan belum mampu meningkatkan minat menabung nasabah.
- 5.1.3 Faktor yang lebih dominan diantara kualitas pelayanan dan produk btpn wow! dari hasil penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan yang sangat berpengaruh dominan terhadap minat menabung.

5.2 Saran

Dilihat dari hasil penelitian ini mengenai kualitas pelayanan dan produk Btpn Wow! terhadap minat menabung. Maka sebagai saran untuk pihak perbankan (PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional) layanan terhadap nasabah dapat dipertahankan untuk jangka waktu yang panjang. Pelayanan terutama pada saat bertransaksi serta yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan. Karena mengingat banyaknya pesaing-pesaing di dunia perbankan yang dapat menarik perhatian nasabah. Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya.

Agar calon nasabah berminat menabung di bank khususnya Bank Tabungan Pensiunan Nasional, kualitas pelayanan yang diberikan kepada calon nasabah maupun nasabah harusnya memenuhi faktor-faktor pendukung mutu pelayanan yang ada, serta memenuhi ciri-ciri pelayanan yang baik agar hubungan nasabah dengan karyawan maupun agen-agen terjaga dengan baik serta nama baik perusahaan tetap terjaga dikalangan masyarakat. Serta produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh nasabah yang berinovasi dan bervariasi.

PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional harus benar-benar menjaga kualitas pelayanan dan produk dan selalu meningkatkan strategi promosi yang tepat untuk dapat lebih banyak lagi konsumen yang menjadi nasabah PT. PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

- Amir, Mahmud. 2008. *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntan*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 3 No. 1 Februari 2008.
- Anggreani, Silva. 2015. "Perkembangan Perbankan di Indonesia," blog Silva Anggreani. <http://silviaanggreani17.blogspot.co.id/2015/01/Perkembangan-Perbankan-di-Indonesia.html>.
- Anwar, Rosnahwati A. 2014. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Muamalat KCP Parepare". Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam: Parepare.
- Assiddiq, Ferdian. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Sepeda Motor Matic Yamaha Ke Honda (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Semarang),"
- Boele21's. 2017. "Fungsi dan peranan bank secara umum," Blog boele21's. <http://boele21.wordpress.com/2010.html>.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fandi, Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Faqih, Aunur Rahim. 2001. *Bimbingan dan Konseling dalam Islam*. Yogyakarta: UII Press.
- Guru Pendidikan. 2015. *Pengertian Bank Menurut Para Ahli-guru pendidikan.com*, diakses di <http://www.gurupendidikan.co.id/2015/02/gurupendidikan.html>.
- Hafidudin, Didin dan Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Inpress.
- Harinowo, Cyrillus. 2008. *Manajemen Aktiva Passiva Bank Devisa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Ismail. 2013. *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana Prenada media Group.

- Karim, Adiwarmarman A. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kartajaya, Hermawan dan M. Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Kartoredjo. 2014. *Kamus Baru Kontemporer*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Kementerian Agama RI. 2009. *AL-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: Cv Media Fitrah Rabbani.
- Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mappiare, Andi. 2007. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Marimba, Ahmad D. 2002. *Pengantar Filsafat Pendidikan Islam*. Bandung: PT Al-Ma'rif.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMPYKPN.
- Muslehuddin, Muhamma. 2004. *Sistem Perbankan Dalam Islam*. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.
- Partadiredja, Ace. 1995. *Pengantar Ekonomika*. Yogyakarta: BPFE.
- Poerwadarminta, W.J.S. 2008. *Kamus Umum Bahasa Indonesia* edisi IV. Cet. ke-7; Jakarta: PT Balai Pustaka.
- Semaun, Syahriyah. 2017. "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Negeri (Studi Pada Stain Parepare)" (Laporan Hasil Penelitian Pusat Penelitian dan Pengembangan masyarakat (P3M) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare: Parepare.
- Setyosari, Punaji. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta : Kencana, Fajar Interpratama Offset.
- Shaleh, Abdul Rahman dan Muhibb Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif ISLAM*. Jakarta: Prenada Media.
- Shaleh, Abdur Rahman. 1976. *Didaktik Pendidikan Agama*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Simorangkir. 2002. *Seluk Beluk Bank Komersial* Edisi revisi. Jakarta: Aksara Persada Indonesia.

- Siregar, Syofian. 2012. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Skripsi jurnal pendidikan interaksi. 2009. Surabaya : FKIP Universitas terbuka Dpl di UPBJJ-UT.
- Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Cet. Ke- 4; Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Cet. 15; Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Ulva Septiani. 2017. Pengaruh Produk Btpn Wow Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Madiun. diakses di http://eprints.undip.ac.id/35923/1/SKRIPSI_ULVA.Pdf.skripsi.
- Suyatno, Thomas. dkk. 2007. *Kelembagaan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Syah, Muhibbin. 2000. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tentang Kami. 2018. *Sekilas BTPN*, diakses di <http://www.btpn.com> > tentang kami.
- Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi IV*. Cet IV; Jakarta: Balai Pustaka.
- Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi IV*. Cet IV; Jakarta: Balai Pustaka.
- Tim Penyusun. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi. Parepare: STAIN Parepare.
- Walgito, Bimo. 2002. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Witherington, HC dan M. Buchori. 1978. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Aksara Baru.
- Zuriah, Nurul. 2006. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Cet.15; Jakarta : PT Bumi Aksara.

LAMPIRAN





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE**

Alamat : Jl. Amal Bhakti No. 08 Soreang Kota Parepare ☎ (0421)21307 📠 (0421) 24404

Website : www.stainparepare.ac.id Email: email.stainparepare.ac.id

Nomor : B 3809 /Sti.08/PP.00.9/12/2017
Lampiran : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Daerah KOTA PAREPARE
Cq. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE :

Nama : DIAN NOVIANTI
Tempat/Tgl. Lahir : BARANTI, 05 Mei 1996
NIM : 14.2300.141
Jurusan / Program Studi : Syari'ah dan Ekonomi Islam / Perbankan Syariah
Semester : VII (Tujuh)
Alamat : LK. I BARANTI, KEL. BARANTI, KEC. BARANTI, KAB. SIDRAP

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KOTA PAREPARE** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK BTPN WOW! TERHADAP MINAT MENABUNG (STUDI DI AGEN PT. BANK TABUNGAN PENSIUNAN NASIONAL PAREPARE)"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **Desember** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

Desember 2017

A.n Ketua

Wakil Ketua Bidang Akademik dan
Pengembangan Lembaga (APL)



Muh. Djunaidi
Muh. Djunaidi

... dan tidak ada kesempatan untuk mengajukan keberatan yang lebih lanjut.



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jln. Jend. Sudirman Nomor 76, Telp. (0421) 25250, Fax (0421)26111, Kode Pos 91122
Email : bappeda@pareparekota.go.id; Website : www.bappeda.pareparekota.go.id

PAREPARE

Parepare, 9 Januari 2018

Nomor : 050 / 07 / Bappeda
Lampiran : --
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada
Yth. Agen PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional KCP
Parepare

Di - **Parepare**

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah Kota Parepare No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Surat Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) STAIN Parepare, Nomor : B 3809/Sti.08/PP.00.9/12/2017 tanggal Desember 2017 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka pada perinsipnya Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah kota Parepare) dapat memberikan **Izin Penelitian** kepada :

N a m a : DIAN NOVIANTI
Tempat/Tgl. Lahir : Baranti/5 Mei 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswi
A l a m a t : Lk. Baranti Kec. Baranti, Kab. Pinrang

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :
"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK BTPN WOW! TERHADAP MINAT
MENABUNG (STUDI DI AGEN PT. BANK TABUNGAN PENSIUNAN NASIONAL PAREPARE)"

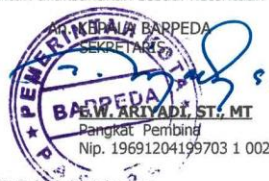
Selama : Tmt. Januari s.d Februari 2018

Pengikut/Peserta : **Tidak Ada**

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan Data/penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan Ilmiah.
3. Mentaati ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasilnya kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare)
5. Menyerahkan 1 (satu) berkas Foto Copy hasil "**Penelitian**" kepada Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare).
6. Kepada Instansi yang dihubungi mohon memberikan bantuan.
7. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.



TEMBUSAN : Kepada Yth.

1. Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan Cq. Kepala BKB Sulsel di Makassar
2. Walikota Parepare di Parepare
3. Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) STAIN Parepare di Parepare
4. Saudara DIAN NOVIANTI
5. Arsip.



SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Area Sales Manager BTPN Wow! Area Parepare, menerangkan bahwa :

Nama : Dian Novianti
NIM : 14.2300.141
Fakultas : Perbankan Syariah
Jurusan : Ekonomi Dan Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk BTPN Wow! Terhadap Minat Menabung (Studi di Agen BTPN Wow!)

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di BTPN Wow! Area Parepare pada tanggal 15 Januari 2018 s.d. 05 Februari 2018

Surat Keterangan ini diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 09 April 2018
Area Sales Manager

Yonas Barobo
NIK. 17.055.107

KUESIONER/ANGKET PENELITIAN

Judul Penelitian

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK BTPN WOW! TERHADAP MINAT MENABUNG

(Studi di Agen PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare)

I. PENGANTAR

Bersama ini saya sampaikan daftar pernyataan kepada Bapak/Ibu/ Saudara/i dengan permohonan agar berkenang kiranya meluangkan waktu untuk mengisinya. Pertanyaan dalam daftar ini berkenaan dengan tanggapan anda terhadap pengaruh kualitas pelayanan dan produk btpn wow! Terhadap minat menabung pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. Cabang Parepare sebagai penelitian skripsi saya, Dian Novianti Mahasiswa STAIN Parepare Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Perbankan Syariah. Dengan ini saya memohon kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner berikut ini. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini, atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama responden :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Jenis kelamin :
5. Pendidikan terakhir :
6. Pekerjaan :

II. PETUNJUK PENGISIAN

Pernyataan berikut ini adalah tentang Kualitas Pelayanan dan Produk Btpn Wow! dan pengaruhnya terhadap minat menabung pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kcp parepare. Jawaban Bapak/Ibu cukup dengan memberikan tanda checklist (√) pada kolom 3 sesuai dengan pendapat atas pernyataan kolom 2.

Di beri Skor 5 Sangat Setuju = (SS)

Di beri Skor 4 Setuju = (S)

Di beri Skor 3 Netral = (N)

Di beri Skor 2 Tidak Setuju = (TS)

Di beri Skor 1 Sangat Tidak Setuju = (STS)

VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X1)						
NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Agen PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional memberikan pelayanan yang baik					
2	Agen PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional melayani nasabah dengan sopan dan ramah					
3	Agen PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional melayani nasabah secara cepat dan tepat					
4	Agen PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional melayani nasabah dengan menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti					
5	Agen PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional tanggap dalam memberikan pelayanan					
6	Agen PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah					
7	Agen PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional memberikan jaminan kerahasiaan informasi data dan setiap transaksi nasabah					

VARIABEL PRODUK BTPN WOW! (X2)						
NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Anda tidak harus antri di ATM atau cabang bank					
2	Anda dapat bertransaksi kapan saja dan dimana saja					
3	Produk btpn wow! tidak ada biaya administrasi bulanan					
4	Produk btpn wow! Tidak ada saldo minimumnya					
5	Produk btpn wow! Mudah dalam proses pembukaan rekening					
6	Produk btpn wow! Aman sehingga apabila melakukan transaksi menggunakan pin rahasia					
7	Uang anda tetap aman apabila ponsel anda hilang					

VARIABEL MINAT MENABUNG (Y)						
NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Kantor PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional berlokasi di tengah kota, yang memudahkan nasabah untuk mengunjunginya.					
2	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional menyediakan kantor pelayanan kas dan agen-agen mempermudah saya untuk bertransaksi.					
3	Perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan dan menciptakan rasa aman bagi nasabah mendorong saya menabung.					
4	Kejelasan informasi produk mendorong saya untuk menabung di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional.					
5	Bank Tabungan Pensiunan Nasional Banyaknya produk yang tersedia mendorong saya untuk menabung di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional.					
6	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional mampu memberikan produk tabungan yang diinginkan pelanggan.					
7	Menabung di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional saya mendapatkan manfaat ekonomis karena tidak perlu mengeluarkan biaya banyak					

CORRELATIONS

/VARIABLES=X1 X2 Y Total

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Jawaban X1	27.96	3.341	92
Jawaban X2	30.45	4.165	92
Jawaban Y	28.00	3.322	92
Total Jawaban	86.40	8.265	92

Correlations

		Jawaban X1	Jawaban X2	Jawaban Y	Total Jawaban
Jawaban X1	Pearson Correlation	1	.259*	.588**	.771**
	Sig. (2-tailed)		.013	.000	.000
	N	92	92	92	92
Jawaban X2	Pearson Correlation	.259*	1	.307**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.013		.003	.000
	N	92	92	92	92
Jawaban Y	Pearson Correlation	.588**	.307**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000
	N	92	92	92	92
Total Jawaban	Pearson Correlation	.771**	.732**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92

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

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

```

RELIABILITY
/VARIABLES=X1 X2 Y Total
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	92	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Jawaban X1	27.96	3.341	92
Jawaban X2	30.45	4.165	92
Jawaban Y	28.00	3.322	92
Total Jawaban	86.40	8.265	92

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
172.80	273.236	16.530	4

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2.
    
```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Produk Btpn Wow! (X2), Kualitas Pelayanan (X1) ^b		Enter

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.610 ^a	.372	.358	2.662

a. Predictors: (Constant), Produk Btpn Wow! (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	373.242	2	186.621	26.332	.000 ^b
	Residual	630.758	89	7.087		
	Total	1004.000	91			

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

b. Predictors: (Constant), Produk Btpn Wow! (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.811	2.782		3.168	.002		
	Kualitas Pelayanan	.542	.086	.545	6.267	.000	.933	1.072
	Produk Btpn Wow!	.133	.069	.166	1.912	.059	.933	1.072

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Coefficient Correlations^a

Model			Produk Btpn Wow!	Kualitas Pelayanan
1	Correlations	Produk Btpn Wow!	1.000	-.259
		Kualitas Pelayanan	-.259	1.000
1	Covariances	Produk Btpn Wow!	.005	-.002
		Kualitas Pelayanan	-.002	.007

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Kualitas Pelayanan	Produk Btpn Wow!
1	1	2.981	1.000	.00	.00	.00
	2	.012	15.622	.03	.38	.84
	3	.006	21.439	.97	.62	.15

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	22.82	32.42	28.00	2.025	92
Residual	-7.916	7.782	.000	2.633	92
Std. Predicted Value	-2.557	2.183	.000	1.000	92
Std. Residual	-2.973	2.923	.000	.989	92

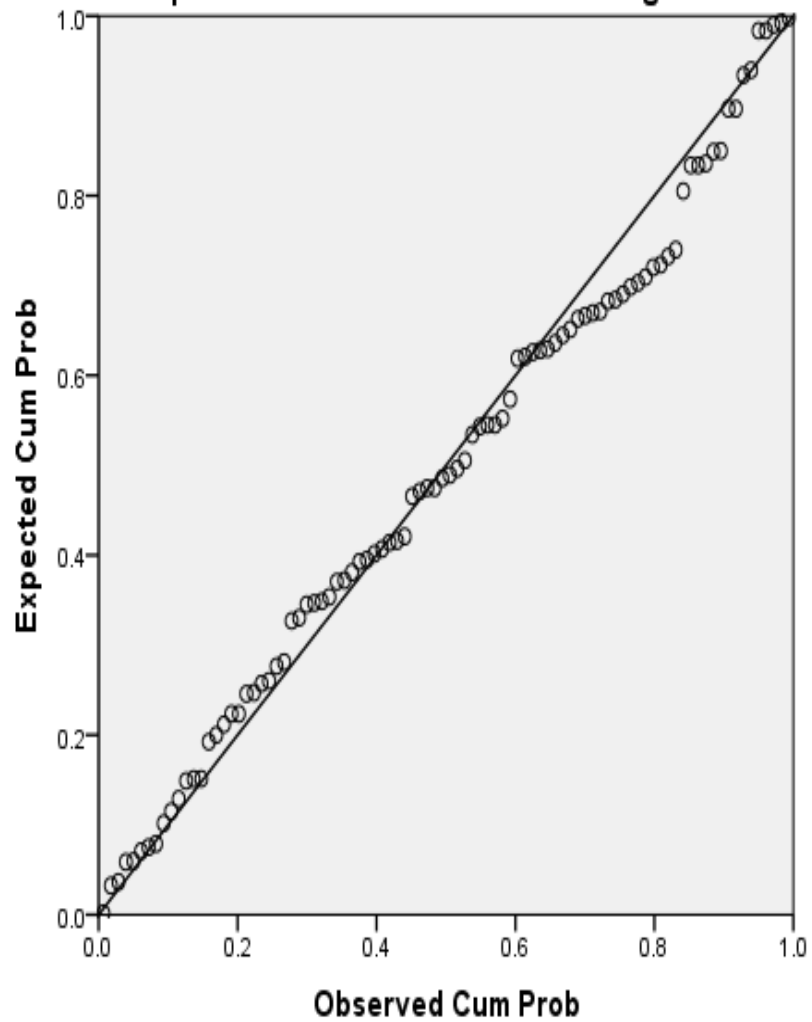
a. Dependent Variable: Minat Menabung



Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Minat Menabung

























Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Kualitas Pelayanan (X1)

Responden	Kualitas Pelayanan (X1)							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	4	4	3	3	4	4	4	26
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	5	4	4	29
6	5	5	4	4	4	4	4	30
7	4	5	4	5	4	3	4	29
8	5	5	5	5	5	5	5	35
9	4	3	4	4	4	3	3	25
10	3	3	3	4	3	3	5	24
11	4	4	3	5	5	4	4	29
12	3	4	4	4	4	4	3	26
13	2	3	3	4	3	4	4	23
14	5	4	4	5	4	4	4	30
15	5	5	5	5	4	4	4	32
16	3	4	4	4	4	4	5	28
17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	4	5	4	5	4	5	5	32
19	4	4	3	3	4	4	4	26
20	4	4	3	4	3	3	4	25
21	4	4	3	4	3	4	5	27
22	4	4	3	4	3	3	3	24
23	4	4	5	5	4	4	5	31
24	3	4	4	4	3	4	3	25
25	5	5	4	5	5	5	5	34
26	5	3	3	4	3	3	5	26
27	4	5	4	4	4	4	4	29
28	4	4	5	5	4	4	5	31
29	4	4	4	4	4	5	5	30
30	3	4	3	4	3	4	2	23
31	4	4	4	4	3	4	5	28
32	4	4	3	4	4	4	4	27
33	4	4	3	4	4	3	5	27

34	4	5	4	5	4	3	5	30
35	4	4	4	4	4	4	4	28
36	4	5	4	5	4	4	4	30
37	3	4	3	5	5	3	3	26
38	5	5	5	4	5	4	4	32
39	3	3	3	3	3	3	3	21
40	4	3	3	4	3	4	3	24
41	4	5	4	4	4	3	5	29
42	4	5	4	5	4	3	4	29
43	5	5	5	5	5	5	5	35
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	4	3	2	4	4	3	4	24
46	4	3	3	4	3	3	2	22
47	4	5	5	2	4	4	4	28
48	4	5	4	3	3	3	4	26
49	5	4	4	5	4	4	5	31
50	5	5	4	5	3	5	3	30
51	4	4	4	4	4	4	4	28
52	4	5	3	5	5	4	3	29
53	4	5	4	4	4	4	5	30
54	4	4	4	4	4	3	4	27
55	4	5	5	4	4	4	4	30
56	3	3	2	4	3	2	2	19
57	5	5	3	4	3	4	5	29
58	5	5	3	4	3	4	5	29
59	3	3	3	4	3	4	4	24
60	5	5	5	5	4	4	5	33
61	5	5	5	5	4	5	5	34
62	4	4	3	4	3	3	4	25
63	5	4	4	4	4	4	4	29
64	4	4	3	4	2	4	5	26
65	4	5	4	4	4	3	5	29
66	4	5	4	4	5	4	4	30
67	4	4	5	4	4	4	5	30
68	3	4	5	5	4	4	2	27
69	3	4	4	4	3	3	4	25

70	5	4	3	5	3	4	5	29
71	4	5	4	3	4	5	5	30
72	3	3	4	4	3	2	4	23
73	4	3	3	4	3	5	4	26
74	4	4	3	4	4	4	4	27
75	4	4	4	4	4	4	3	27
76	4	4	3	4	4	3	3	25
77	5	4	5	4	5	3	5	31
78	3	3	5	3	3	3	3	23
79	3	4	3	4	2	3	4	23
80	4	5	4	5	3	4	5	30
81	5	5	5	4	5	5	4	33
82	4	4	4	4	4	3	3	26
83	4	4	5	4	4	3	4	28
84	4	5	5	4	5	4	4	31
85	4	4	4	4	3	4	4	27
86	3	4	3	3	4	4	3	24
87	5	4	4	5	5	5	4	32
88	5	5	4	4	4	3	5	30
89	4	4	4	4	4	4	4	28
90	4	5	4	4	4	3	4	28
91	4	4	2	3	3	3	3	22
92	4	4	3	4	4	4	3	26
								2572

PAREPARE

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Produk Btpn Wow! (X2)

Responden	Produk Btpn Wow! (X2)							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	1	1	1	1	1	1	1	7
2	5	4	4	4	4	5	5	31
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	4	4	4	32
6	5	5	5	5	5	5	5	35
7	4	3	5	5	4	4	3	28
8	5	5	5	5	5	5	5	35
9	4	5	5	5	5	5	5	34
10	5	5	5	4	4	5	5	33
11	5	5	5	5	5	5	4	34
12	2	2	5	3	5	3	5	25
13	4	4	3	4	4	4	3	26
14	5	5	5	5	5	5	4	34
15	5	5	4	5	4	4	5	32
16	3	5	4	3	5	5	5	30
17	5	5	5	5	5	5	5	35
18	3	4	5	5	5	5	3	30
19	5	4	5	4	4	5	5	32
20	5	4	4	3	4	3	2	25
21	5	5	5	5	5	4	4	33
22	5	5	5	5	5	4	4	33
23	5	5	5	5	5	5	5	35
24	3	4	3	5	5	5	3	28
25	5	5	5	5	5	4	5	34
26	5	5	5	5	5	5	5	35
27	4	4	4	5	5	4	4	30
28	5	2	5	5	5	5	5	32
29	5	5	5	5	4	5	5	34
30	5	4	5	4	5	5	5	33
31	4	4	4	3	5	5	5	30
32	4	4	4	4	5	4	5	30

33	5	5	4	5	5	5	4	33
34	4	5	4	4	4	4	4	29
35	4	4	4	4	4	5	4	29
36	5	5	5	5	5	5	5	35
37	3	3	2	5	5	5	5	28
38	4	4	5	4	4	4	4	29
39	2	3	5	5	2	5	1	23
40	4	5	5	5	4	5	5	33
41	5	3	5	5	5	5	4	32
42	5	5	5	5	5	5	5	35
43	5	4	5	5	5	5	5	34
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	3	4	3	4	5	5	5	29
46	5	5	2	5	4	4	4	29
47	4	4	5	2	5	4	5	29
48	5	4	4	5	5	3	4	30
49	5	5	4	4	5	4	4	31
50	4	3	5	5	5	5	5	32
51	4	4	4	3	4	4	4	27
52	4	5	4	4	4	5	5	31
53	5	4	4	4	5	5	5	32
54	5	3	4	2	5	5	3	27
55	4	5	4	4	4	4	4	29
56	4	5	2	3	4	5	5	28
57	5	5	5	5	5	5	5	35
58	5	5	5	5	5	5	5	35
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	4	4	5	4	4	5	5	31
61	5	5	5	5	5	5	5	35
62	4	5	5	5	5	5	5	34
63	5	5	5	5	5	5	5	35
64	4	5	5	4	4	5	5	32
65	5	4	5	4	4	5	4	31
66	5	5	5	4	4	4	4	31
67	5	5	4	4	5	5	5	33
68	5	4	3	3	4	2	2	23

69	5	5	5	5	4	4	5	33
70	5	4	5	5	3	5	5	32
71	3	5	5	5	3	5	4	30
72	4	3	3	2	3	3	4	22
73	2	3	4	4	3	5	5	26
74	3	4	4	4	4	4	4	27
75	3	3	4	4	3	4	4	25
76	5	4	5	5	4	5	5	33
77	5	4	5	5	4	5	5	33
78	2	3	1	5	1	4	5	21
79	4	5	4	4	4	5	5	31
80	5	4	5	5	5	4	4	32
81	5	4	5	5	5	5	4	33
82	4	4	5	5	5	4	4	31
83	5	4	5	5	4	4	4	31
84	4	5	5	5	5	5	5	34
85	4	4	4	4	4	4	3	27
86	4	5	3	4	3	5	4	28
87	5	4	5	3	4	4	5	30
88	5	5	5	5	5	5	5	35
89	4	5	5	5	4	4	5	32
90	4	4	5	4	4	4	4	29
91	4	4	4	4	2	3	3	24
92	4	4	5	5	3	4	4	29
								2801

PAREPARE

33	3	3	4	4	5	3	4	26
34	4	3	4	4	4	2	4	25
35	4	2	4	4	4	2	4	24
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	4	4	4	4	4	5	4	29
39	5	4	3	5	3	4	2	26
40	4	4	3	4	5	3	4	27
41	4	3	3	5	3	4	4	26
42	4	3	3	4	3	3	5	25
43	5	4	5	5	5	5	5	34
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	3	3	4	3	3	4	5	25
46	4	4	4	3	3	3	5	26
47	4	5	5	4	2	4	5	29
48	4	3	4	5	4	3	5	28
49	4	4	5	4	4	5	5	31
50	5	5	5	5	5	5	5	35
51	4	4	3	4	4	4	4	27
52	4	5	4	5	4	5	5	32
53	5	5	5	5	5	5	5	35
54	3	3	5	3	4	4	3	25
55	4	3	3	3	2	3	3	21
56	3	4	5	5	3	4	5	29
57	4	5	4	4	4	4	4	29
58	4	5	4	4	4	4	4	29
59	3	3	4	3	4	4	4	25
60	4	4	4	5	4	4	5	30
61	4	4	5	5	4	5	4	31
62	4	4	4	3	4	3	4	26
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	4	2	2	4	2	4	5	23
65	4	4	5	4	5	5	5	32
66	5	4	4	4	4	5	4	30
67	5	4	4	5	4	4	5	31
68	4	5	5	4	5	5	5	33

69	4	4	4	4	4	4	4	28
70	4	3	5	4	3	5	5	29
71	3	3	5	4	4	4	5	28
72	3	3	3	3	4	3	4	23
73	4	3	4	4	3	5	5	28
74	4	4	3	4	4	4	4	27
75	3	3	4	3	4	3	3	23
76	3	4	3	3	4	3	5	25
77	5	4	5	5	5	5	5	34
78	3	3	3	3	3	3	5	23
79	4	3	2	4	3	4	2	22
80	4	2	3	4	5	4	5	27
81	4	4	5	4	5	4	5	31
82	3	4	4	4	3	3	3	24
83	4	4	3	4	4	4	5	28
84	5	4	5	5	4	4	4	31
85	4	3	3	3	4	4	4	25
86	4	5	4	3	3	4	4	27
87	4	5	4	3	4	4	4	28
88	4	4	5	4	4	4	5	30
89	4	4	5	4	4	3	4	28
90	4	4	4	3	4	4	3	26
91	3	2	3	3	3	2	3	19
92	4	4	4	3	3	3	3	24
								2576

PAREPARE

Riwayat Hidup Penulis



Dian Novianti, Lahir di Baranti, Kelurahan Baranti, Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidrap, Sulawesi Selatan pada tanggal 5 Mei 1996. Anak pertama dari 3 bersaudara dari pasangan bapak Ahmad dan Ibunda Hj. Nurmiati. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam.

Adapun riwayat pendidikan penulis memulai pendidikan di bangku Sekolah Dasar Negeri (SDN) 4 Passeno. Kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Baranti. Selanjutnya di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 1 Pinrang, Jurusan Akuntansi. Selanjutnya di STAIN Parepare, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Perbankan Syariah, terdaftar sebagai Mahasiswa baru pada 2014 akhirnya menyelesaikan pendidikan sekolah tinggi pada tahun 2018.

Untuk memperoleh gelar Sarjana ekonomi (S.E), penulis menyelesaikan pendidikan sebagaimana mestinya dan mengajukan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Btpn Wow! terhadap Minat Menabung (Studi di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare).