

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT NASABAH TERHADAP DEPOSITO *MUDHARABAH*
PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG
PEMBANTU PONOROGO COKROAMINOTO**

SKRIPSI



Oleh:

Vizza Aestralita Paraswati

NIM 210816130

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2022

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT NASABAH TERHADAP DEPOSITO *MUDHARABAH*
PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG
PEMBANTU PONOROGO COKROAMINOTO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

Vizza Aestralita Paraswati

NIM 210816130

Pembimbing:

Yulia Anggraini, S.A.B., M.M

NIDN 2004078302

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2022

Abstrak

Paraswati, Vizza Aestralita. 2022. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Deposito *Mudharabah* Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto”. Skripsi. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Yulia Anggraini, S.A.B., M.M.

Kata Kunci: Deposito *mudharabah*, Pengetahuan, Pendapatan, Religi, Pelayanan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk deposito *mudharabah*. Untuk bisa menarik masyarakat, setiap perusahaan harus mengetahui apa keinginan dan kebutuhan terhadap produk dan jasa yang sesuai kebutuhan yang ditawarkan. Bank syariah sebagai lembaga keuangan perlu mengkonsumsikan setiap produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat luas mengetahui serta memahami fasilitas dan jenis-jenis produk perbankan syariah, sehingga menarik minat masyarakat untuk membeli manfaat dari produk dan jasa bank. Produk dan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dan penentuan pemilihan minat nasabah yang terjadi pada masyarakat tidak disebabkan tanpa ada alasan yang jelas. Sehingga perlu diadakannya penelitian lebih lanjut mengenai hal tersebut. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto? 2) Faktor apa yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto?

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis faktor, lalu menarik kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan data tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* dalam memilih lembaga keuangan syariah. Tujuh faktor yang terbentuk adalah: faktor pelayanan, faktor religi, faktor dimensi konsekuensi, faktor pengetahuan, faktor bukti fisik, faktor pendapatan, dan faktor jaminan. Serta faktor dominan yang mempengaruhi minat nasabah deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto adalah faktor pelayanan. Faktor pelayanan yang meliputi bukti fisik, bukti fisik, pembelian, pengalaman, dan empati. Karena pada faktor pertama memiliki nilai *persentage of varians* sebesar 25,938%.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Vizza Aestralita Paraswati	210816130	Perbankan Syariah	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Deposito <i>Mulharabah</i> Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto

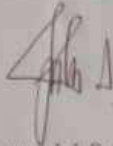
Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 8 November 2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Muhtadin Amri, M.S.Ak.
NIP 198907102018011001

Menyetujui,
Dosen Pembimbing


Yulia Anggraini, S.A.B., M.M
NIDN 2004078302



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Deposito *Mudharabah* Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto
Nama : Vizza Aestralita Paraswati
NIM : 210816130
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan penguji:

Ketua Sidang
Ridho Rokamah, M.SI.
NIP 197412111999032002

()

Penguji I
Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.SI.
NIP 197202111999032003


()

Penguji II
Yulia Anggraini, S.A.B., M.M
NIDN 2004078302

()

Ponorogo, Senin, 22 November 2022
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Nama : Vizza Aestralita Paraswati
NIM : 210816130
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Deposito *Mudharabah* Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan dari saya untuk dipergunakan mestinya.



Ponorogo, 24 November 2022

Pembuat Pernyataan,

Vizza Aestralita Paraswati

210816130

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Vizza Aestralita Paraswati

NIM : 210816130

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Deposito
Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 10 November 2022

Pembuat Pernyataan,



Vizza Aestralita Paraswati

NIM: 210816130

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Pembahasan	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori	13
1. Minat Nasabah	13

2. Deposito <i>Mudharabah</i>	18
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat	21
B. Kajian Pustaka	30
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	39
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
C. Lokasi dan Periode Penelitian	42
D. Populasi dan Sampel	43
E. Jenis dan Sumber Data	45
F. Metode Pengumpulan Data	46
G. Instrumen Penelitian	46
H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	47
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto	53
2. Visi dan Misi.....	54
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto	56
4. Deposito <i>Mudharabah</i> di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto	56
B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)	57
1. Hasil Uji Validitas.....	57
2. Hasil Uji Reliabilitas	59

C. Hasil Pengujian Deskripsi	60
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Nasabah	60
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Nasabah	61
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Nasabah	61
D. Hasil Pengujian Hipotesis	62
1. Analisis Faktor	62
E. Pembahasan	76
1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito <i>mudharabah</i> di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto	78
2. Faktor Dominan yang mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito <i>mudharabah</i> di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto	86

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Deposito <i>Mudharabah</i> Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto	7
Tabel 2.1 Studi Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, dan Indikator	41
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban dengan Skala Likert.....	47
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.3 Identitas Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.4 Identitas Nasabah Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.5 Identitas Nasabah Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.6 Identitas Nasabah Berdasarkan Pendapatan	61
Tabel 4.7 KMO dan <i>Bartlett's Test</i>	63
Tabel 4.8 Hasil <i>Anti Image Matrices</i>	64
Tabel 4.9 Uji ulang KMO dan <i>Bartlett Test</i>	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Ulang <i>Anti Image Matrices</i>	66
Tabel 4.11 Hasil Analisa Communalities.....	67
Tabel 4.12 Hasil Analisa <i>Total Variance Explained</i>	69
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan <i>Rotated Component Matrix</i>	71
Tabel 4.14 Pengelompokan Faktor	72
Tabel 4.15 Hasil <i>Interpretasi Faktor</i>	75
Tabel 4.16 Component Transformation Matrix.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Uji Validitas Variabel X1 (Pengetahuan)
- Lampiran 2 Uji Validitas Variabel X2 (Pendapatan)
- Lampiran 3 Uji Validitas Variabel X3 (Religi)
- Lampiran 4 Uji Validitas Variabel X4 (Pelayanan)
- Lampiran 5 Uji Validitas Variabel Y (Minat)
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas Variabel X1 (Pengetahuan)
- Lampiran 7 Uji Reliabilitas Variabel X2 (Pendapatan)
- Lampiran 8 Uji Reliabilitas Variabel X3 (Religi)
- Lampiran 9 Reliabilitas Variabel X4 (Pelayanan)
- Lampiran 10 Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Lampiran 11 Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
- Lampiran 12 Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
- Lampiran 13 Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan
- Lampiran 14 Uji KMO and Bartlett's Test
- Lampiran 15 Anti-Image Matrices
- Lampiran 16 Uji Ulang KMO and Bartlett's Test
- Lampiran 17 Uji Ulang Anti-Image Matrices
- Lampiran 18 Communalities
- Lampiran 19 Total Variance Explained
- Lampiran 20 Component Matrix
- Lampiran 21 Related Component Matrix
- Lampiran 22 Component Transformation Matrix

Lampiran 23 Data Mentah

Lampiran Kuesioner



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan memiliki peranan yang penting dalam kehidupan sebuah negara, apalagi negara yang sedang berkembang seperti negara Indonesia. Peran strategis lembaga keuangan tersebut disebabkan oleh fungsi lembaga keuangan sebagai lembaga yang menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien.¹ Peran sebagai perantara antara pihak yang memiliki kelebihan dana dan yang membutuhkan dana sehingga diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat.

Lembaga keuangan merupakan sebuah perusahaan keuangan yang kegiatan utamanya melakukan kegiatan ekonomi finansial. Untuk meningkatkan laju perekonomian dan pembangunan di Indonesia, lembaga keuangan mempunyai kedudukan untuk menggerakkan sektor riil dalam rangka peningkatan hal tersebut.² Saat ini, sektor perbankan syariah mendapatkan perhatian yang besar dari pemerintah, karena sektor ini dapat mempengaruhi kesejahteraan rakyat dan laju pertumbuhan perekonomian negara. Pada dasarnya bank itu melaksanakan tugas distribusi, karena ia bertindak sebagai perantara peminjam dan pemberi pinjaman dengan

¹ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 37.

² Faturrahman Djamil, *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Di Bank Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), 40.

menghimpun dana dari para deposan dan meminjamkannya kepada unit-unit perekonomian yang kekurangan dana.

Bank syariah merupakan lembaga investasi dan perbankan yang operasinya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Sumber dana yang didapat juga harus sesuai dengan prinsip syariah, investasi yang dilakukan bertujuan untuk menumbuhkan ekonomi dan sosial masyarakat, dan jasa-jasa perbankan yang dilakukan harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.³ Layanan bebas bunga diberikan kepada para nasabah bank syariah. Dalam sistem operasional bank syariah, dilarang untuk pembayaran dan penarikan bunga dalam semua bentuk transaksi. Dalam bank syariah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga dari nasabah yang meminjam uang ataupun bunga yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana.⁴ Dari definisi tersebut dijelaskan bahwa dalam operasionalnya perbankan syariah tidak hanya semata-mata mencari keuntungan, tetapi terdapat nilai-nilai sosial kemasyarakatan dan spiritualisme yang ingin dicapai.⁵

Keberhasilan suatu bank dapat dilihat dari seberapa besar dana pihak ketiga yang dihimpun oleh bank tersebut. Dana Pihak Ketiga atau DPK adalah salah satu indikator untuk menilai kinerja keuangan. Umumnya dana dari masyarakat memegang peran yang sangat besar dalam menopang usaha bank.⁶ Modal merupakan faktor yang penting bagi bank dalam rangka membangun dan menampung risiko kerugian.

³ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), 143.

⁴ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 31–32.

⁵ Marthon, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, 144.

⁶ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 217.

Tujuan DPK antara lain untuk mendapatkan profitabilitas yang diharapkan, dan menjaga kepercayaan masyarakat dengan menjaga tingkat resiko likuiditas bank agar tetap aman. DPK yang mengalami penurunan sangat mempengaruhi kinerja bank dalam hal pemberian pembiayaan. Dengan demikian, perkembangan suatu bank sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank tersebut untuk menghimpun dana dari masyarakat.⁷

Produk yang sedang dikembangkan dan ditawarkan bank syariah adalah produk deposito *mudharabah*. Dilihat data dari tahun 2000 hingga 2007, jenis simpanan yang paling digemari nasabah penyimpan di bank syariah ialah deposito *mudharabah* yaitu sebesar 46%, kemudian diikuti oleh tabungan *mudharabah* sebesar 33% dan giro *wadi'ah* sebesar 21%. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kecenderungan menyimpan uang untuk mendapatkan *return* yang lebih tinggi, walaupun mereka masih menempatkan dalam jangka waktu relatif pendek, mudah diperpanjang dan dicairkan.⁸ Deposito *mudharabah* merupakan salah satu produk yang sangat menguntungkan bagi nasabah yang membeli produk ini, karena produk deposito *mudharabah* menggunakan sistem bagi hasil yang lebih banyak dari pada produk lainnya di bank syariah. Deposito *mudharabah* memiliki perbedaan mendasar dengan deposito konvensional. Deposito *mudharabah* mengikuti prinsip-prinsip *mudharabah* sebagaimana yang tertuang dalam ketentuan hukum syariah.

⁷ Frianto Pandia, *Manajemen Dana Dan Kesehatan Bank* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 31.

⁸ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, 1st ed. (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 160.

Deposito *mudharabah* merupakan dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu, sesuai dengan akad perjanjian yang dilakukan antara bank dan nasabah investor. Deposito *mudharabah* diprediksi ketersediaannya karena terdapat jangka waktu dalam penempatannya. Sifat deposito *mudharabah* yaitu penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai jangka waktunya, sehingga pada umumnya balas jasa yang berupa nisbah bagi hasil yang diberikan oleh bank untuk deposito lebih tinggi dibandingkan tabungan *mudharabah*.⁹ Dalam menginvestasikan dana depositonya pada bank syariah, nasabah memiliki beragam motif dan tujuan. Seperti untuk berjaga-jaga terhadap ketidakpastian yang akan datang, untuk persiapan pembelian suatu barang konsumsi di masa depan, ataupun untuk mengakumulasi kekayaannya.

Bank syariah memiliki peranan yang penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Dalam kurun tiga dekade ini, keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan mengalami pengembangan yang signifikan. Inovasi dari produk layanan serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan bank syariah yang dimiliki bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Pada tanggal 1

⁹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 91.

Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI).¹⁰

Pada dasarnya minat merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat berkaitan dengan perasaan suka ataupun senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Minat masyarakat merupakan ilmu pemasaran yang terpisah yang membahas khusus tentang bagaimana konsumen mengkonsumsi suatu produk atau jasa dengan memasukkan ide-ide, pengalaman dan tindakan yang beragam untuk dapat memuaskan kebutuhan mereka.¹¹

Untuk bisa menarik masyarakat, maka setiap perusahaan harus mengetahui apa keinginan dan kebutuhan terhadap produk dan jasa yang sesuai kebutuhan yang ditawarkan. Bank syariah sebagai lembaga keuangan perlu mengkonsumsi setiap produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat luas mengetahui serta memahami fasilitas dan jenis-jenis produk perbankan syariah, sehingga menarik minat masyarakat untuk membeli manfaat dari produk dan jasa bank. Produk dan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Sebagaimana penelitian milik Luluk Latifa yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Produk Tabungan Berjangka di BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Capem Galis

¹⁰ <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>. Diakses pada tanggal 1 Februari 2022 pukul 15.00.

¹¹ Rahma Yulianti, “Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah DI Kota Banda Aceh” Dalam *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1 (Maret 2015).

Bangkalan” penulis menggunakan uji validitas, dan reliabilitas serta analisis uji faktor. Hasil dari penelitian ini terdapat lima faktor yang memengaruhi minat nasabah pada produk tabungan berjangka yaitu faktor lokasi, faktor promosi, faktor keunggulan, faktor kualitas pelayanan, dan faktor kelompok referensi, dan adapun faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah yaitu faktor lokasi. Persamaan dalam penelitian ini adalah metode penelitiannya sama-sama menggunakan uji analisis faktor, sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah objek peneliti menggunakan tabungan berjangka sedangkan peneliti menggunakan objek deposito *mudharabah*.

Dalam penelitian lain milik Nur Laili Maghfiroh “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menabung (Studi Kasus Pada Nasabah BMT an-Nur Rewwin Sidoarjo)”, Penulis menggunakan uji validitas dan reliabilitas serta uji analisis faktor. Hasil penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung adalah faktor reputasi, lokasi, bagi hasil, dan faktor pelayanan, dan faktor yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat menabung adalah faktor reputasi. Persamaan dalam penelitian ini adalah metode penelitiannya sama-sama menggunakan uji analisis faktor, sedangkan perbedaannya adalah objek peneliti ini menggunakan tabungan sedangkan peneliti menggunakan objek deposito *mudharabah*. Dari dua penelitian terdahulu memiliki hasil yang berbeda, sehingga peneliti ingin meneliti lebih lanjut terkait faktor pengetahuan, faktor pendapatan, faktor religi dan faktor pelayanan pada minat

nasabah terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.

Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto merupakan salah satu Bank Syariah Indonesia yang ada di Ponorogo. Berdasarkan data bulanan Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto perkembangan jumlah nasabah deposito *mudharabah* mengalami kenaikan, namun pada bulan Oktober dan November mengalami penurunan. Berikut adalah jumlah nasabah deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto bulan Juli 2021 sampai Desember 2021 dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Deposito *Mudharabah* Bank Syariah Indonesia bulan Juli 2021 - Desember 2021 Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto

Jumlah Nasabah Deposito <i>Mudharabah</i>	
Bulan	Jumlah Nasabah
Juli	133
Agustus	137
September	139
Oktober	138
November	136
Desember	137

Sumber: Wawancara Bapak Gatot Pimcapem BSI KCP Ponorogo

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah mengalami kenaikan, namun pada bulan Oktober dan November mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah nasabah deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto masih belum seperti yang diharapkan. Untuk menentukan

pemilihan minat nasabah yang terjadi pada masyarakat itu tidak disebabkan tanpa ada alasan yang jelas. Banyak faktor yang mempengaruhi minat seseorang akan hal tertentu. Menurut Sukmadinata faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu pengetahuan, pengalaman, dan informasi.¹² Lalu menurut Ajzen dan Fishbein menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan tindakan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang yang terbagi dalam tiga keyakinan, yaitu faktor latar belakang terdiri dari: 1) faktor pribadi yang meliputi sikap umum, kepribadian, nilai, emosi, dan kecerdasan, 2) faktor sosial yang meliputi usia dan jenis kelamin, ras dan etnis, pendidikan, pendapatan, dan kepercayaan, 3) informasi yang meliputi pengalaman, pengetahuan, dan pemberitahuan masa.¹³ Kemudian menurut Muhammad faktor yang mempengaruhi minat di bank syariah adalah pelayanan, bagi hasil, keyakinan atau religiusitas dan lokasi.¹⁴ Adanya teori tersebut peneliti mengambil faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah Pengetahuan, Pendapatan, Religi, dan Pelayanan.

Menurut Notoatmodjo, pengetahuan atau kognitif adalah faktor paling penting dalam membentuk tindakan.¹⁵ Selain itu, Kotler juga mengemukakan pendapatnya bahwa pengetahuan merupakan faktor psikologis yang dapat

¹² Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian, Pendidikan, Hukum, Dan Ekonomi Di Sulawesi Tenggara*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 5.

¹³ Dr. Mahyani, *Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behaviour (Sebuah Kajian Historis Tentang Pelaku)*, 13.

¹⁴ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), 237.

¹⁵ Sokhikhatul Mawadah dan Fernaldi Anggadha Ratno, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM UIN Walisongo Semarang dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, No. 2 (2017), 145.

mempengaruhi minat konsumen.¹⁶ Dalam tingkatan yang umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Sedangkan pengetahuan konsumen didefinisikan sebagai kumpulan dari keseluruhan informasi yang sesuai dengan fungsi konsumen dipasar. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan konsumen/nasabah adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.¹⁷ Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi minat, Jadi semakin tinggi pengetahuan konsumen atau nasabah maka semakin tinggi minat untuk transaksi di Bank Syariah dan sebaliknya.¹⁸

Faktor kedua yang mempengaruhi minat adalah pendapatan. Seseorang yang akan memulai investasi akan mempertimbangkan seberapa besar pendapatan yang diterima dan pendapatan yang akan dialokasikan untuk dana lain seperti berinvestasi. Pada dasarnya pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Pendapatan yang besar akan membantu dan

¹⁶ Yuliana Siti Khotifah, "Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program *Office Channeling*," *Jurnal of Finance and Islamic Banking*, Vol. 1 No. 1 (Januari-Juni 2008), 68.

¹⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 130 .

¹⁸ Kristiyadi dan Sri Hartiyah, "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Tehnik Informatika*, Vol. 5 No. 9 (2016), 46.

mempengaruhi seseorang dalam menentukan jenis investasi. Sehingga dapat bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan maka akan meningkatkan minat untuk melakukan transaksi di bank syariah.

Faktor ketiga yang mempengaruhi minat adalah religiusitas. Salah satu dimensi religiusitas adalah dimensi konsekuensi, pada hal ini semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka akan meningkatkan kualitas akidah, akhlak dan juga syariah seseorang.¹⁹ Pada bidang akidah, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka meningkatkan kualitas ibadahnya. Pada bidang akhlak, semakin tinggi tingkat religiusitas maka semakin seseorang memperbaiki caranya berinteraksi sesama makhluk Tuhan. Pada bidang syariah, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang akan menyebabkan ia melakukan transaksi yang dibenarkan syariat serta menghindari hal yang dilarang syariat seperti memutuskan untuk menjadi nasabah di bank syariah untuk menghindari transaksi konvensional yang banyak mengandung riba. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas maka akan meningkatkan minat untuk melakukan transaksi di bank syariah.

Faktor keempat yang mempengaruhi minat yaitu pelayanan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan dua hal yang harus diperhatikan perusahaan. Sebagaimana pendapat Schnoor, dalam Tjiptono, pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke

¹⁹ Jalaludin, *Psikologi Agama* (Jakarta: PT Raja Grafinso Persada, 2012), 15.

mulut sehingga akan tercipta pelanggan baru.²⁰ Jadi semakin tingginya kualitas pelayanan yang berakibat tingginya tingkat kepuasan akan berdampak juga bagi minat pelanggan.

Berdasarkan teori, pengetahuan masyarakat yang baik terhadap bank dapat membuat nasabah berminat untuk menandatangani uang di bank. Namun, pada kenyataannya pengetahuan nasabah yang baik terhadap bank tidak membuat sebagian nasabah berminat untuk menandatangani uang di bank.

Pendapatan setiap individu tidak sama, karena dilihat dari profesinya yang berbeda-beda. Pendapatan yang diperoleh tidak semua dibelanjakan untuk barang dan jasa. Ketika kebutuhan sudah terpenuhi, sebagian dari pendapatannya akan didepositokan untuk keperluan di masa yang akan datang. Namun, pada kenyataannya pendapatan yang tinggi tidak membuat sebagian besar nasabah berminat untuk menandatangani uangnya di bank.

Religi atau pengetahuan agama memberikan dampak atau pengaruh konsumsi seseorang sehingga dalam memilih suatu barang atau jasa melakukan pertimbangan atas nilai-nilai agama yang diyakini. Namun pada kenyataannya tingkat religi yang baik belum membuat sebagian besar nasabah memilih produk deposito *mudharabah*.

Pelayanan yang baik yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah dapat membuat nasabah berminat untuk menandatangani uang di bank. Namun, berdasarkan data yang diperoleh pelayanan yang baik dari bank

²⁰ Engkur, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta”, Dalam *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol 14 No.01, April 2018.

kepada nasabah belum sepenuhnya membuat nasabah deposito *mudharabah* mengalami peningkatan..

Berdasarkan uraian di atas peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih simpanan deposito *mudharabah*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Deposito *Mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto?
2. Faktor apa yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.

2. Untuk mengetahui faktor apa yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, manfaat penelitian pada penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang perbankan syariah terutama yang berkaitan dengan deposito *mudharabah*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan pengetahuan bagi perkembangan perbankan dalam meningkatkan nasabah terhadap produk deposito *mudharabah*.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan kemudahan dalam pemahaman terhadap penulisan skripsi ini peneliti menyajikan dalam bentuk beberapa bab. Sistematika pembahasan skripsi ini akan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang deskripsi teori, studi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian, dan pengujian hipotesis serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Menurut Sumardi Suryabrata minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan suatu hal atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal yang diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minatnya.¹ Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau pada suatu yang diminatinya.

Menurut Rahmat minat adalah suatu keadaan seseorang menaruh perhatian pada sesuatu, yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui, memiliki, mempelajari, dan membuktikan. Minat terbentuk setelah informasi tentang objek atau kemauan, disertai dengan keterlibatan perasaan terarah pada objek kegiatan tertentu, dan

¹ Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi, Tenggara*, (Yogyakarta:CV Budi Utama, 2018), 5.

terbentuk oleh lingkungan.² Sukardi menambahkan bahwa minat merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peran penting dalam mengambil keputusan masa depan. Dalam hal ini minat seseorang dapat diketahui dari pernyataan senang atau tidak senang terhadap suatu objek.³ Minat pembelian menurut Assael adalah keinginan konsumen untuk membeli suatu merek atau suatu barang disesuaikan dengan keadaan yang memungkinkan konsumen membeli barang tersebut. Schiffman dan Kanuk berpendapat bahwa minat pembelian merupakan suatu bentuk sikap konsumen akan suatu objek yang menjadi tolak ukur sikap terhadap suatu produk, jasa atau merek tertentu. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa minat pembelian merupakan perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan konsumen ingin membeli objek tersebut.⁴

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa minat nasabah merupakan suatu keinginan yang timbul dari hati seseorang dalam hal ini nasabah disebut juga dengan konsumen atau pelanggan bank terhadap produk yang ada pada suatu bank atau lembaga keuangan tertentu. Suatu lembaga keuangan harus memahami apa yang menjadi minat nasabah atau masyarakat sekitar, hal ini harus ada kepekaan tinggi serta disikapi dengan serius agar eksistensi tetap

² Rahmat , *Psikologi Pendidikan* (Jakarta Timur: PT Bumi Aksara, 2018), 161.

³ Rahmat, 162.

⁴ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* , (Bandung:Alfabeta, 2017), 164.

terjaga dan bisa lebih meningkatkan eksistensi lembaga keuangan tersebut.

b. Indikator Minat

Indikator minat menurut Ferdinand, dapat diukur dengan berbagai indikator. Secara umum indikator tersebut berkenaan dengan empat dimensi pokok yaitu:⁵

- 1) Minat transaksional yaitu kecenderungan konsumen untuk membeli produk atau jasa.
- 2) Minat refrensial merupakan kecenderungan konsumen untuk merefrensikan atau menginformasikan produk atau jasa kepada orang lain.
- 3) Minat prefrensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki minat utama pada produk dan jasa tersebut.
- 4) Minat eksploratif merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi-informasi lain mengenai produk dan jasa yang diminatinya sehingga tahu sifat-sifat positif yang terdapat dalam produk atau jasa tersebut.

⁵ Yuliana Siti Chotifah, "Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Program *Office Channeling*", Dalam *Journal of Finance and Islamic Banking*, Vol.1 No.1 Januari-Juni (2018).

2. Deposito *Mudharabah*

a. Pengertian Deposito *Mudharabah*

Deposito *mudharabah* merupakan dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu, sesuai dengan akad perjanjian yang dilakukan antara bank dan nasabah investor. Deposito *mudharabah* diprediksi ketersediaannya karena terdapat jangka waktu dalam penempatannya. Sifat deposito *mudharabah* yaitu penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai jangka waktunya, sehingga pada umumnya balas jasa yang berupa nisbah bagi hasil yang diberikan oleh bank untuk deposito lebih tinggi dibandingkan tabungan *mudharabah*.

Deposito menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008 adalah simpanan berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah penyimpan dengan bank. Deposito merupakan dana yang diambil sesuai dengan perjanjian berdasarkan jangka waktu yang disepakati. Penarikan hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu, misal apabila deposito diperjanjikan jangka waktunya satu bulan, maka deposito tersebut dapat dicairkan setelah satu bulan.

Contoh, deposito ditempatkan pada 20 juni 2006, dengan jangka waktu penempatannya satu bulan, maka jatuh temponya deposito tersebut adalah 20 juli 2006, satu bulan setelah deposito

ditempatkan. Nasabah deposito baru dapat mencairkan dananya pada tanggal 20 juli 2006, yaitu satu bulan setelah penempatan.⁶

b. Jenis-jenis Deposito *Mudharabah*

Bank memberikan beberapa alternatif pilihan kepada masyarakat dalam menempatkan dananya dalam beberapa jenis antara lain:

1) Deposito Berjangka

Deposito berjangka adalah bentuk simpanan berjangka yang penarikannya disesuaikan dengan jangka waktu tertentu. Jangka waktu deposito ini bervariasi antara lain: deposito jangka waktu 1 bulan, deposito jangka waktu 3 bulan, deposito jangka waktu 6 bulan, deposito jangka waktu 12 bulan, deposito jangka waktu 24 bulan. Perbedaan jangka waktu tersebut merupakan perbedaan masa penyimpanan, bank biasanya memberikan balas jasa berupa bunga dengan tingkat bunga yang berbeda. Pada umumnya semakin lama jangka waktu deposito berjangka akan semakin besar tingkat suku bunganya.

Deposito berjangka diterbitkan atas nama perorangan maupun lembaga. Bukti kepemilikan deposito berjangka yang diberikan adalah berupa bilyet deposito. Dan deposito berjangka ini tidak dapat dipindahtangankan atau diperjualbelikan.

⁶ Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 79.

2) Sertifikat Deposito

Sertifikat deposito merupakan jenis simpanan dana dari masyarakat yang penarikannya sesuai jangka waktu tertentu, dan dapat diperjualbelikan. Menurut Undang-undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 “*Sertifikat Deposito adalah simpanan dalam bentuk deposito yang sertifikat bukti penyimpanannya dapat dipindahtangankan*”. Hal ini pemilik sertifikat deposito dapat menjualnya apabila membutuhkan dana segera. Didalam sertifikat deposito tidak tercantum nama pemegang hak, baik nama perorangan maupun nama badan usaha. Sertifikat deposito diterbitkan atas unjuk, artinya siapa saja yang membawa sertifikat deposito, dapat mencairkannya di bank penerbit sertifikat deposito.

3) Deposit *On Call*

Deposit *On Call* (DOC) merupakan jenis deposito yang penarikannya harus dengan pemberitahuan sebelumnya. Jangka waktu deposit *on call* adalah antara 7 hari-10 hari. Deposit *on call* diterbitkan dengan jumlah besar dan genap, serta didalam bilyet deposit *on call* diterbitkan atas nama. Artinya deposit *on call* tersebut hanya dapat dicairkan oleh pihak yang namanya tertera dalam bilyet deposit *on call*, kecuali ada surat kuasa kepada pihak lain dari pihak pemegang hak.⁷

⁷ Ismail, 80.

c. Karakteristik Deposito *Mudharabah*

Adapun yang merupakan karakteristik dan ketentuan umum dalam deposito *mudharabah* adalah sebagai berikut:

- 1) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan atau pembagian keuntungan secara resiko yang ditimbulkan dari penyimpanan dana, yang dicantumkan dalam akad.
- 2) Pada deposito *mudharabah*, wajib diberikan sertifikat atau tanda penyimpanan deposito kepada deposan.
- 3) Deposito *mudharabah* hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati.
- 4) Modal dinyatakan dengan jumlahnya dalam bentuk tunai dan bukan piutang.⁸

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Cukup banyak faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal : bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat.

Menurut Sukmadinata faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu.

⁸ Muhammad, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Yogyakarta:Trust Media, 2009), 15.

- a. Pengetahuan
- b. Pengalaman
- c. Informasi⁹

Menurut Ajzen dan Fishbein menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan tindakan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang yang terbagi dalam tiga keyakinan, yaitu faktor latar belakang terdiri dari:

- a. Faktor pribadi yang meliputi sikap umum, kepribadian, nilai, emosi, dan kecerdasan
- b. Faktor sosial yang meliputi usia dan jenis kelamin, ras dan etnis, pendidikan, pendapatan, dan kepercayaan
- c. Informasi yang meliputi pengalaman, pengetahuan, dan pemberitahuan masa.¹⁰

Menurut Muhammad faktor yang mempengaruhi minat di bank syariah adalah :

- a. Pelayanan
- b. Bagi Hasil
- c. Keyakinan Atau Religiusitas
- d. Lokasi.¹¹

⁹ Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian, Pendidikan, Hukum, Dan Ekonomi Di Sulawesi Tenggara*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 5.

¹⁰ Dr. Mahyani, *Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behaviour (Sebuah Kajian Historis Tentang Pelaku)*, 13.

¹¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), 237

Berdasarkan teori Sukmadinata, teori Ajzen dan Fishbein, dan teori Muhammad maka dalam penelitian ini, peneliti mengambil beberapa dimensi yang dapat mempengaruhi minat nasabah pada deposito *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo yaitu:

1. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Menurut Notoatmojo pengetahuan atau *knowledge* adalah hasil penginderaan manusia atau hasil tahu seseorang terhadap suatu objek melalui panca indera yang dimilikinya.¹² Secara umum, orang bisa mengatakan bahwa pengetahuan adalah aktivitas makhluk hidup yang dilengkapi dengan dan atau panca indera, sebagai alat yang menyebabkan kita dapat menyajikan dunia eksternal mental ke dalam diri kita sendiri. Makhluk yang mempunyai pengetahuan adalah makhluk yang mampu memiliki di dalam dirinya sendiri kehadiran benda lain tertentu, tepatnya sejauh ia adalah benda lain. Maka dalam hal ini pengetahuan dapat dibedakan menjadi dua model pengetahuan, yaitu:¹³

1) Pengetahuan Inderawi

Di dalam diri manusia dan hewan terdapat berbagai macam pengetahuan inderawi. Biasanya yang dianggap sebagai indra eksternal ada lima: Penglihatan, pendengaran, perasa,

¹² Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), 2.

¹³ Muhammad Isa "Pengetahuan Masyarakat Desa Hutatonga Kecamatan Panyabungan Barat Tentang Perbankan Syariah" *Dalam Jurnal At-Tijarah*, Volume 3, No. 2, Desember (2017).

pencium dan peraba. Di samping itu, secara tradisional ada empat indra internal: Indra sentral atau sesivitas umum, imajinasi, memori indera, indera estimasi. Maka semua indera inilah yang menangkap semua tentang pengetahuan kita.

2) Pengetahuan Intelektual

Pengetahuan intelektual pada umumnya dikaitkan dengan pengetahuan tunggal yang supra inderawi, yang disebut intelek. Dalam hal ini pengetahuan tidak hanya terbatas pada objek-objek tertentu dalam kekonkritannya (nyata), akan tetapi melampaui individualitas konkrit (nyata) dan menjangkau alam umum yang tersembunyi, seolah-olah di bawah realisasi-realisaasi ekstra mental.

b. Indikator Pengetahuan

Engel dan Minor membagi pengetahuan konsumen ke dalam tiga jenis tingkatan yaitu sebagai berikut:¹⁴

- 1) Pengetahuan produk, merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi merk, fitur produk dan kepercayaan mengenai produk.
- 2) Pengetahuan Pembelian, meliputi berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang di mana membeli produk dan kapan akan membelinya

¹⁴ Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Pustaka Setia, 2015), 130.

- 3) Pengetahuan pemakaian, menggambarkan dari ketiga kategori dari pengetahuan konsumen. Pengetahuan ini mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan.

2. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).¹⁵ Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.¹⁶

Pendapatan dalam ilmu ekonomi teoritis adalah hasil yang diterima, baik berupa uang maupun lainnya atas penggunaan kekayaan (jasa manusia).¹⁷ Pendapatan juga didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang, perusahaan, atau suatu bangsa dalam suatu periode tertentu.¹⁸ Sedangkan menurut Suparmono dalam bukunya pengantar ekonomika makro pendapatan adalah jumlah

¹⁵ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), 185 .

¹⁶ Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), 230.

¹⁷ Muhamad Sarifudin, *Pembiayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Pendapatan Nasabah di BPRS* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2001), 48.

¹⁸ *Ibid*, 49.

barang-barang dan jasa-jasa akhir yang dihasilkan oleh seseorang atau suatu organisasi pada periode tertentu.¹⁹

Tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya.²⁰

b. Indikator Pendapatan

Adapun indikator pendapatan yaitu:

- 1) Gaji dan upah.
- 2) Pendapatan dari usaha sendiri.
- 3) Pendapatan dari usaha lain.²¹

3. Religi

a. Pengertian Religi

Religiusitas adalah suatu nilai yang diagungkan yang berpengaruh kuat terhadap emosi, perilaku, pemikiran serta

¹⁹ Suparmono, *Pengantar Ekonomika Makro*, (Yogyakarta:UPP, 2002), 18.

²⁰ Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Dalam Journal konomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.

²¹ Suparmoko, "Keuangan Negara:Teori dan Praktik" (Yogyakarta:BPPEE, 2000), 75.

psikologis yang baik dipengaruhi tingkat religiusitas. Menurut Mangunwijaya religiusitas merupakan aspek yang telah dihayati oleh individu di dalam hati, getaran hati nurani pribadi dan sikap personal.²² Agama memberikan dampak atau pengaruh terhadap konsumsi seseorang, sehingga dalam memilih suatu barang atau jasa melakukan pertimbangan atas nilai-nilai agama yang diyakini.

b. Indikator Religi

Adapun lima indikator religiusitas yaitu:

1) Dimensi keyakinan/ideologi

Adalah seberapa kuat dan kokohnya keyakinan seorang pada ajaran agamanya. Dalam Islam, dimensi ini berkaitan dengan rukun iman yang 6. Adapun pokok dari dimensi ini yaitu pengakuan atas ke-Esaan Allah.

2) Dimensi praktik

Adalah komitmen dan ketaatan seseorang pada agama yang diyakini kemudian diaktualisasikan dalam bentuk ritual atau peribadatan. Ritual merupakan bentuk kegiatan dari perintah atau ajaran agama seperti salat, puasa, zakat, haji, berkorban, membaca dan mengamalkan al-Quran. Ketaatan adalah usaha yang dilakukan oleh seseorang untuk melakukan kegiatan ritual dengan baik.

3) Dimensi pengalaman

²² Mangunwijaya, *Menumbuhkan Sikap Religius Anak*, (Jakarta: Gramedia, 1986), 34.

Dimensi ini berhubungan dengan pengalaman religius yang pernah dirasakan sebelumnya, seperti diberikan kenikmatan yang luar biasa oleh Allah Swt, selamat dari bencana dan lain-lain.

4) Dimensi pengetahuan agama

Adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran atau nilai-nilai yang ada dalam agama yang diyakini. Pemahaman terhadap agama dapat dicapai dengan aktivitas-aktivitas yang bersifat rasional empiris dan juga bisa dengan tekstual normatif. Pengetahuan agama dapat diperoleh dari pengajian, majlis ta'lim, membaca buku atau kitab dan seterusnya.

5) Dimensi konsekuensi

Dimensi ini dipengaruhi oleh sebab akibat dari perilaku seseorang yang berkaitan dengan ganjaran atau balasan yang akan didapatkan.²³

4. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Suryaningtyas kualitas pelayanan merupakan salah satu syarat kelangsungan hidup dari suatu perusahaan atau instansi, tingginya kualitas pelayanan yang diberikan akan tercermin pada aspek kepuasan pengguna jasa. Sedangkan Menurut Kotler pengertian pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan

²³ Muammad Nasrullah, "Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk", *Dalam Jurnal Hukum Islam (JHI)*, No. 2, Vol 13, (Desember 2015), 82-83.

yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh konsumen.²⁴

b. Indikator Pelayanan

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono terdapat lima indikator pokok dalam kualitas pelayanan sebagai berikut:²⁵

1) Reliabilitas (*reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

3) Jaminan (*Assurance*)

Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan

²⁴ Nia Anggraini, "Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru" Dalam *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 1 No, (9 Februari 2021).

²⁵ Nia Anggraini, "Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru" Dalam *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 1 No, (9 Februari 2021).

juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.

4) Empati (*Empathy*)

Menyatakan bahwa perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5) Bukti fisik (*Tangible*)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, peralatan/perlengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi.

Berdasarkan kelima dimensi kualitas layanan tersebut, maka kepuasan pelanggan dapat diukur, dipahami dan dijadikan sebagai suatu hasil yang baik untuk kepentingan peningkatan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan yang baru pertama kali maupun pelanggan yang sudah berulang-ulang menggunakan jasa tersebut.

B. Kajian Pustaka

Tabel 2.1
Studi Penelitian Terdahulu

No	Judul, Tahun, dan Nama	Persamaan	Perbedaan	Keterangan
1	Faktor-faktor yang	Penelitian ini	Objek penelitian	Adanya nilai

No	Judul, Tahun, dan Nama	Persamaan	Perbedaan	Keterangan
	Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung pada Tabungan <i>mudharabah</i> di Bank Muamalat Cabang Balai Kota, 2014, Safaruddin Munthe	variabel Y sama-sama menggunakan minat nasabah	ini menggunakan tabungan <i>mudharabah</i> sedangkan peneliti menggunakan objek deposito <i>mudharabah</i> , dan metode penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan analisis faktor	positif dan signifikan yang menunjukkan dari 4 variabel yaitu bagi hasil, pendapatan pelayanan dan religiusitas mempengaruhi minat nasabah.
2	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Produk Tabungan Berjangka di BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Capem Galis Bangkalan, 2019, Luluk Latifah	Metode penelitian sama-sama menggunakan analisis faktor dan variabel Y sama-sama menggunakan minat nasabah	Objek penelitian ini menggunakan tabungan berjangka sedangkan peneliti menggunakan objek deposito <i>mudharabah</i>	Adanya nilai positif dan signifikan dari 5 faktor yaitu lokasi, promosi, keunggulan, kualitas pelayanan, dan kelompok referensi yang mempengaruhi minat nasabah. Dan adapun Faktor yang paling dominan yaitu faktor lokasi
3	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo, 2018, Dewi	Metode penelitian sama-sama menggunakan analisis faktor dan variabel Y sama-sama menggunakan minat nasabah	Objek penelitian ini minat nasabah non muslim menjadi nasabah pegadaian syariah sedangkan peneliti minat	Terdapat 3 faktor yang mempengaruhi minat nasabah yaitu: faktor reputasi faktor promosi faktor produk, dan faktor yang

No	Judul, Tahun, dan Nama	Persamaan	Perbedaan	Keterangan
	Silviana		nasabah menggunakan deposito <i>mudharabah</i>	paling dominan yaitu faktor reputasi
4	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menabung (Studi Kasus Pada Nasabah BMT an-Nur Rewwin Sidoarjo), 2018, Nur Laili Maghfiroh	Metode penelitian sama-sama menggunakan analisis faktor dan variabel Y sama-sama menggunakan minat nasabah	Objek penelitian ini menggunakan tabungan sedangkan peneliti menggunakan objek deposito <i>mudharabah</i>	faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat untuk menabung adalah faktor reputasi, lokasi, bagi hasil, dan faktor pelayanan. Dan Faktor yang paling dominan memengaruhi minat masyarakat menabung adalah faktor reputasi
5	Minat Nasabah Menggunakan Produk Deposito <i>Mudharabah</i> Pada PT Bank Pembangunan Daerah Sumut Capem Syariah Hampanan Merak, 2019, Siti Zahira	Objek penelitian sama-sama menggunakan deposito <i>mudharabah</i>	Penelitian yang dilakukan menggunakan deskriptif kualitatif sedangkan peneliti menggunakan penelitian kuantitatif	Faktor yang memengaruhi minat nasabah yaitu dorongan alam, pengetahuan, dorongan dalam individu, serta emosional
6	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Melakukan Deposito <i>Mudharabah</i> pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Idi Rayeuk, 2017,	Objek penelitian sama-sama menggunakan deposito <i>mudharabah</i>	Penelitian yang dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda sedangkan peneliti menggunakan teknik analisis faktor	Faktor faktor yang memengaruhi adalah faktor bagi hasil, faktor pelayanan dan faktor promosi dan variabel pelayanan yang

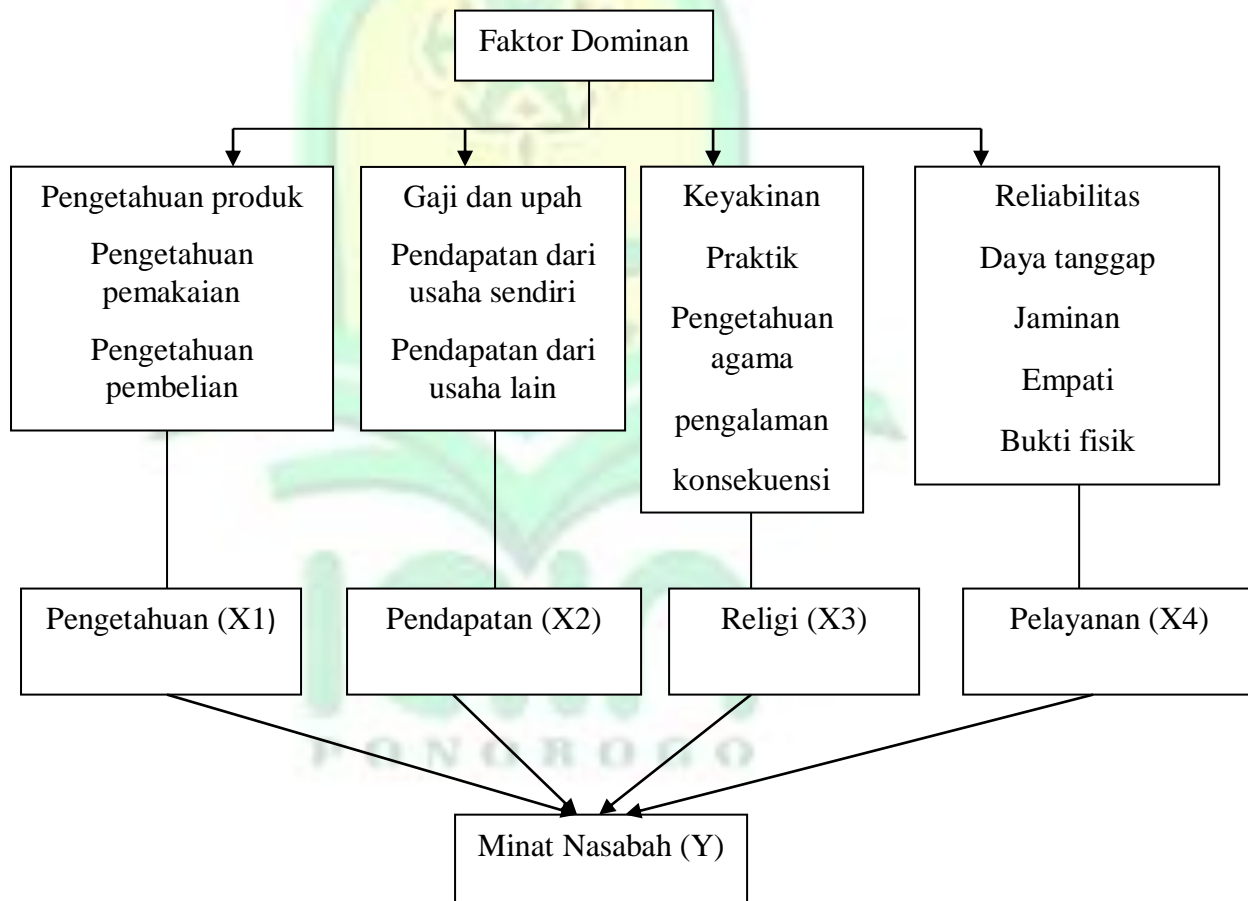
No	Judul, Tahun, dan Nama	Persamaan	Perbedaan	Keterangan
	Muhammad Dayan			memiliki pengaruh dominan
7	Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung (Studi Kasus pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean), 2014, Ayu Nurtika Dewi	Penelitian ini variabel Y sama-sama menggunakan minat nasabah	Metode penelitian yang dilakukan menggunakan analisis kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan teknik analisis faktor	Terdapat 3 faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah yaitu: faktor pelayanan, faktor produk, faktor lokasi, dan faktor yang paling dominan berpengaruh yaitu faktor produk tabungan
8	Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat nasabah produk simpanan <i>mudharabah</i> (Studi Kasus pada KJKS BMT Muamalat Rowosari, Kendal), 2011, Orizanti Nurul S	Penelitian ini variabel Y sama-sama menggunakan minat nasabah	Metode penelitian yang dilakukan menggunakan analisis kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan teknik analisis faktor	Terdapat 3 faktor yang dapat mempengaruhi yaitu: faktor dorongan dari dalam, faktor motif sosial, faktor emosional
9	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung (Survey pada Nasabah Bank BRI Syariah Cabang Cirebon), 2013, Imam Jalaluddin	Penelitian ini variabel Y sama-sama menggunakan minat nasabah	Metode penelitian yang dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda, sedangkan peneliti menggunakan teknik analisis faktor	Terdapat 6 faktor yang dapat mempengaruhi yaitu: faktor motivasi, faktor belajar, faktor sikap, faktor persepsi, faktor <i>nisbah</i> , faktor perhitungan bisnis, dan faktor yang paling dominan berpengaruh yaitu faktor <i>nisbah</i>

No	Judul, Tahun, dan Nama	Persamaan	Perbedaan	Keterangan
10	Analisis Minat Menabung Masyarakat terhadap Tabungan pada PT.Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang Bukit Tinggi, 2017, Rizi Wahyudi	Penelitian ini variabel Y sama-sama menggunakan minat nasabah	Metode penelitian yang dilakukan menggunakan uji t, uji regresi berganda, sedangkan peneliti menggunakan teknik analisis faktor	Terdapat 6 faktor yang dapat mempengaruhi yaitu: pendapatan, pendidikan, umur, pekerjaan, jenis kelamin, jumlah anggota keluarga dan faktor yang dominan berpengaruh yaitu faktor pendapatan.
11	Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah Di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu, 2021, Heni Juliana	Metode penelitian sama-sama menggunakan analisis faktor dan variabel Y sama-sama menggunakan minat nasabah	Objek penelitian ini menggunakan tabungan wadiah sedangkan peneliti menggunakan objek deposito <i>mudharabah</i>	Terdapat 5 faktor yaitu: faktor produk, faktor reputasi, faktor promosi, faktor pelayanan, faktor reputasi, dan prosedur
12	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Atas Tabungan Wadi'ah, 2019, Wardatul	Penelitian ini variabel Y sama-sama menggunakan minat nasabah	Objek penelitian ini menggunakan tabungan wadiah sedangkan peneliti menggunakan objek deposito <i>mudharabah</i> , dan metode penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan analisis faktor	Dari 4 faktor terdapat 3 faktor yang nilai positif dan signifikan yaitu faktor bagi hasil, pelayanan, dan religi

No	Judul, Tahun, dan Nama	Persamaan	Perbedaan	Keterangan
13	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Simpatik Pada Bank Syariah Indonesia, 2021, Sulpiani Sultan	Metode penelitian sama-sama menggunakan analisis faktor dan variabel Y sama-sama menggunakan minat nasabah	Objek penelitian ini menggunakan tabungan simpatik sedangkan peneliti menggunakan objek deposito <i>mudharabah</i>	Terdapat 4 faktor yang mempengaruhi minat nasabah yaitu: faktor pelayanan, faktor kualitas, faktor fasilitas, dan faktor produk
14	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Bank Garansi Syariah (<i>Kafalah</i>) Pada Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan, 2019, Ihsan Fahmi	Penelitian ini variabel Y sama-sama menggunakan minat nasabah	Objek penelitian ini menggunakan produk <i>kafalah</i> sedangkan peneliti menggunakan objek deposito <i>mudharabah</i> , dan metode penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan analisis faktor	Terdapat faktor yang signifikan dan mempengaruhi minat adalah faktor agama
15	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Produk Deposito <i>Mudharabah</i> Dengan Jangka Waktu 1 Bulan Di Bank Nagari Syariah Capem Dharmasraya, 2020, Cici Indrawati	Objek penelitian sama-sama menggunakan deposito <i>mudharabah</i>	Metode penelitian yang dilakukan menggunakan deskriptif kualitatif sedangkan peneliti menggunakan penelitian kuantitatif	Adanya faktor internal yaitu kemudahan dalam permohonan, system perpanjangan otomatis, bagi hasil, dan faktor eksternal yaitu faktor lingkungan dan faktor pribadi

C. Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaran dalam bukunya *Bisness Research* (1992) mengemukakan bahwa, kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik adalah yang menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.²⁶



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R dan D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2016), 60.

Kerangka berfikir di atas menjelaskan terkait adanya pengaruh internal dan eksternal yang terdiri dari faktor pengetahuan, faktor pendapatan, faktor religi dan faktor pelayanan. Dari empat dimensi tersebut masih terdapat 16 indikator yang akan diobservasi sehingga dapat diketahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.²⁷ Hipotesis yang masih merupakan jawaban sementara tersebut, selanjutnya akan dibuktikan kebenarannya secara empiris atau nyata.²⁸ Dari rumusan masalah dan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1 = Terdapat minimal 1 faktor mempengaruhi minat nasabah menggunakan Deposito *Mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.

H0 = Tidak ada faktor mempengaruhi minat nasabah menggunakan Deposito *Mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.

²⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R dan D* (Bandung:CV Alfabeta, 2016), 61.

²⁸ Ibid, 61.

- H1 = Terdapat minimal 1 faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah menggunakan Deposito *Mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.
- H0 = Tidak ada faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah menggunakan Deposito *Mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah inti utama dari sebuah penelitian. Secara umum rancangan penelitian akan mempengaruhi hasil dari penelitian itu sendiri.¹ Rancangan penelitian kuantitatif biasanya menggunakan data kuantitatif, berupa angka-angka dan perhitungan-perhitungan, baik yang bersifat analisis terhadap variabel-variabel tunggal (*univariat*), maupun hubungan antar variabel (*bivariat*), atau lebih banyak variabel (*multivariat*). Rancangan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif ini untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel diukur yang biasanya dengan menggunakan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.²

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima variabel yang pada dasarnya yaitu segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi mengenai hal tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas (yang mempengaruhi) berupa variabel X dan variabel terikat (yang dipengaruhi) berupa variabel Y, yaitu:

1. X1 : Pengetahuan

¹ Syahrudin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014), 161.

² Indra Prasetia, *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori dan Praktik* (Medan: Umsu PRESS, 2022), 17.

2. X2 : Pendapatan
3. X3 : Religi
4. X4 : Pelayanan
5. Y : Minat Nasabah

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian yaitu segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi mengenai hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Ada dua macam variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel bebas

Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang diduga sebagai sebab munculnya variabel yang lain. Dalam konteks ini variabel lain yang dimaksud adalah variabel terikat atau variabel dependen. Variabel dari penelitian ini adalah pengetahuan yang dilambangkan dengan X1, Pendapatan yang dilambangkan dengan X2, Religi yang dilambangkan dengan X3, dan Pelayanan yang dilambangkan dengan X4.

2. Variabel terikat

Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat nasabah yang dilambangkan dengan Y. Gambaran yang jelas mengenai variabel pada penelitian ini akan dijelaskan dari definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian adalah sebagai berikut:

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung:Alfabeta, 2016), 38.

Tabel 3.1
Variabel, Definisi Operasional, dan Indikator

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Item	Sumber
Pengetahuan (X1)	Menurut Notoatmojo pengetahuan atau <i>knowledge</i> adalah hasil penginderaan manusia atau hasil tahu seseorang terhadap suatu objek melalui panca indera yang dimilikinya	a. Pengetahuan produk b. Pengetahuan pembelian c. Pengetahuan pemakaian	1,2 3,4 5,6	Notoatmodjo, <i>Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku</i> , Jakarta: Rineka Cipta, 2014
Pendapatan (X2)	Menurut Suparmono pendapatan adalah jumlah barang-barang dan jasa-jasa akhir yang dihasilkan oleh seseorang atau suatu organisasi pada periode tertentu	a. Gaji dan upah b. Pendapatan dari usaha sendiri c. Pendapatan dari usaha lain	7,8 9,10 11,12	Suparmoko, <i>Keuangan Negara: Teori dan Praktik</i> Yogyakarta: BPEE, 2000
Religi (X3)	Menurut Mangunwijaya religiusitas merupakan aspek yang telah dihayati oleh individu di dalam hati, getaran hati nurani pribadi dan sikap personal.	a. Keyakinan b. Dimensi praktik c. Pengalaman d. Pengetahuan agama e. Konsekuensi	13, 14 15, 16 17, 18 19, 20 21, 22	Mangunwijaya, <i>Menumbuhkan Sikap Religius Anak</i> , Jakarta Gramedia, 1986

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Item	Sumber
Pelayanan (X4)	Menurut Kotler pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.	a. Realibilitas b. Daya tanggap c. Jaminan d. Empati e. Bukti fisik	23, 24 25, 26 27, 28 29, 30 31, 32	Nia Anggraini, <i>Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru, Dalam Jurnal Inovasi Penelitian, Vol. 1 No, 9 Februari 2021</i>
Minat Nasabah (Y)	Menurut Sumardi Suryabrata minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan suatu hal atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh	a. Minat transaksional b. Minat refrensial c. Minat prefensial d. Minat eksploratif	33, 34 35, 36 37, 38 39, 40	Fahmi Gunawan, <i>Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi, Tenggara, CV Budi Utama Yogyakarta, 2018</i>

C. Lokasi dan Periode Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo yang beralamat di Jln. Cokroaminoto Ponorogo, Jawa Timur. Peneliti melaksanakan penelitian ini pada bulan Desember 2021. Dengan objek penelitian nasabah deposito *mudharabah* Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan deposito *mudharabah* di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto dari bulan Juli 2021 hingga Desember 2021 berjumlah 820 nasabah.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁵

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel dikarenakan keterbatasan tenaga, waktu dan biaya. Sehingga sampel yang diambil

⁴ Sugiyono, 80.

⁵ Sugiyono, 81.

peneliti mewakili dari populasi yang diambil tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian populasi dari nasabah deposito *mudharabah* mulai bulan Juli 2021 sampai bulan Desember 2021 yang berjumlah 820 orang. Untuk penentuan ukuran sampel dari populasi diukur dengan menggunakan rumus *Slovin*.⁶ Karena jumlah respondennya sudah diketahui.

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

n = Banyak Sampel

N = Banyak Populasi

e = Persentase kesalahan yang diinginkan atau ditolerir

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

$$n = \frac{820}{1+820(0,1)^2} + \frac{820}{1+8,2} = \frac{820}{9,2}$$

$$= 89,1304 = 89$$

Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata nasabah deposito *mudharabah* dari bulan April 2021 sampai bulan Desember 2021 yang berjumlah 820 orang, maka jumlah sampel yang diteliti adalah 89 (dibulatkan menjadi 90) orang/nasabah. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik probability sampling yaitu teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Dengan metode penarikan sampel yang digunakan adalah simple random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama

⁶ Sugiyono, 160.

kepada setiap anggota yang ada dalam suatu populasi untuk dijadikan sampel.⁷

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data adalah sekumpulan informasi, nilai ataupun kalimat yang diperoleh berdasarkan fakta yang ada untuk mengambil keputusan. Data diperoleh dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel. Data yang digunakan yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan analisis faktor. Dalam penelitian ini, yang digunakan sebagai data kuantitatif yaitu berupa jumlah nasabah serta jumlah responden yang dihitung dengan perhitungan statistik dari kuesioner.

2. Sumber Data

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah nasabah. Penelitian ini membutuhkan tanggapan responden terkait minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada data yang telah dikumpulkan langsung dan diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan membagikan kuesioner atau angket pada nasabah yang telah menjadi sampel penelitian yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto untuk memperoleh data yang berkaitan dengan gambaran deskriptif populasi atau subyek penelitian.

⁷ Syahrudin, 116.

3. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini guna memperoleh suatu data dan pengelolaan data yaitu dengan menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.

4. Instrumen Penelitian

Untuk mengukur nilai variabel yang diteliti menggunakan instrumen penelitian. Sehingga jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada variabel yang diteliti. Instrumen penelitian digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* ini merupakan model skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi atau fenomena sosial lainnya.⁸

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari 5 bagian yaitu pertanyaan atau pernyataan yang berhubungan dengan pengetahuan, pendapatan, religi, pelayanan dan minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto. Nasabah atau responden cukup memberikan tanda \surd (checklist) atau \times (silang)

⁸ Slamet Riyanto, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* (Sleman: CV Budi Utama, 2020),24.

pada pilihan jawaban. Pada penelitian ini menggunakan 5 pilihan/skala untuk penentuan sikap fenomena sosial yang dinyatakan pada pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner/ angket tersebut. Dan masing-masing instrumen akan diberikan jawaban dan nilai berdasarkan Skala *Likert* diantaranya:⁹

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju (SS)	Diberi Skor 5
Setuju (S)	Diberi Skor 4
Ragu-ragu (R)	Diberi Skor 3
Tidak setuju (TS)	Diberi Skor 2
Sangat tidak setuju (STS)	Diberi Skor 1

Sumber: Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D

5. Validitas dan Reliabilitas Instumen

1. Validitas

Validitas merupakan istilah yang menggambarkan kemampuan sebuah instrumen untuk mengukur apa yang ingin diukur. Validitas juga berarti membicarakan kesahihan sebuah alat ukur mendapatkan data.¹⁰ Hasil penelitian dinyatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang di teliti. Perhitungan ini dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 24. Pada setiap butir pertanyaan di uji validitas. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dengan sig 5 % jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dikatakan valid.

⁹ Sugiyono, 94.

¹⁰ Syahrums, 133.

2. Reliabilitas

Instrumen penelitian harus memenuhi syarat berikutnya yaitu reliabilitas. Reliabilitas yaitu sebuah instrumen penelitian yang dapat mengukur sebuah variabel pada suatu saat dan kelak juga dapat digunakan di waktu lainnya untuk mengukur variabel yang sama. Jadi reliabilitas adalah kemampuan alat ukur untuk tetap konsisten meskipun ada perubahan waktu.¹¹ Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan teknik *Cronbach's Alpha*. Penelitian dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* > 0,6 dan sebaliknya.¹²

6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis faktor yaitu suatu metode yang digunakan untuk mengelompokkan beberapa variabel menjadi suatu struktur faktor yang representatif. Variabel-variabel yang dapat diobservasi dan diukur dikelompokkan menjadi sebuah faktor. Faktor pada dasarnya merupakan sesuatu yang tidak dapat diukur maupun diobservasi secara langsung, artinya faktor memiliki makna yang ditunjukkan dari variabel-variabel yang membentuknya. Variabel dalam konteks ini dapat berupa dimensi atau item-item yang diteliti.¹³

Analisis faktor ditujukan untuk meringkas variabel-variabel menjadi suatu faktor. Sehingga nantinya akan ditemukan variabel yang dominan atau

¹¹ Syahrudin, 134.

¹² Imam Ghazali, "Aplikasi Multivariat dengan Program IBM SPSS 23", (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 48.

¹³ Jogiyanto Hartono, *Metoda Pengumpulan dan Teknis Analisis Data* (Yogyakarta: ANDI Anggota IKAPI) 149.

yang paling penting untuk dianalisis. Berikut ini merupakan proses analisis faktor:

1. Menentukan variabel yang akan dianalisis yang diambil sesuai dengan teori, penelitian terdahulu, dan pendapat peneliti.
2. Melakukan pengujian terhadap variabel-variabel yang sudah dipilih dengan:
 - a. Menyusun Matriks Korelasi dan *Bartlett's Test Of Sphericity*

Dalam melakukan analisis faktor, langkah pertama yang dilakukan adalah dengan mencari korelasi matriks antara indikator-indikator yang diobservasi. Hal ini diperlukan untuk memperoleh hasil analisis faktor yang tepat. Pemeriksaan kecukupan hubungan antara variabel secara keseluruhan sehingga perlu dilakukannya analisis faktor yang dapat dilakukan dengan menggunakan analisis statistik yaitu uji *Bartlett's Test of Sphericity* dan *Kaiser-Meyers-Olkin Measure of Sampling Adequacy* lebih memperkuat perlu atau tidaknya dilakukan analisis faktor.¹⁴

Uji KMO dan *Bartlett's Test*, memiliki beberapa hal yaitu angka KMO haruslah berada diatas 0,5 dan signifikan harus berada di bawah 0,05. Sedangkan pada uji *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) angkanya barulah berada pada 0 sampai 1, dengan kriteria:¹⁵

¹⁴ Sofyan Yamin, (*Tutorial Statistic SPSS, Lisrel, Warppls & JASP (Mudah dan Aplikatif)*), (Dewangga Energi Internasional Publishing, 2021) 370.

¹⁵ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2018), 20.

- a.) $MSA = 1$, Variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
- b.) $MSA > 0,5$, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- c.) $MSA < 0,5$, variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya.

Dalam penelitian ini yang digunakan untuk menyusun matriks korelasi adalah *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) dengan alasan KMO and *Bartlett's* diatas berguna untuk mengetahui kelayakan suatu variabel apakah dapat diproses lebih lanjut menggunakan teknik analisis faktor ini atau tidak. Nilai KMO yang lebih tinggi sangat diharapkan. Nilai KMO secara individu dilihat dari nilai MSA yang terdapat dalam output *Anti Image Correlation*. Nilai yang diharapkan adalah lebih besa dari 0,5.

b. Ekstraksi faktor

Langkah selanjutnya adalah ekstraksi data menggunakan analisis faktor. Ekstraksi ini menghasilkan matriks faktor dengan menggunakan metode PCA (*Principal Components Analysis*). Dengan ini, peneliti mengidentifikasi faktor *loadings* dari setiap variabel. Identifikasi faktor *loadings* bertujuan untuk mengetahui kecenderungan suatu variabel masuk dalam kategori faktor tertentu.

Faktor *loadings* yang tinggi menunjukkan bahwa variabel tersebut kemungkinan masuk dalam faktor tersebut.¹⁶

c. Merotasi faktor

Setelah melakukan ekstraksi faktor langkah yang selanjutnya adalah melakukan rotasi faktor. Apabila belum menemukan struktur faktor yang tepat dalam analisis faktor, maka dapat melakukan rotasi faktor. Rotasi faktor ini dapat diperlukan untuk memperjelas dan mempertegas faktor *loading* dalam setiap faktor sehingga mudah diterjemahkan sebagai faktor. Dalam penelitian ini untuk merotasi faktor menggunakan metode *varimax*. Metode ini bekerja untuk meminimumkan jumlah variabel yang mempunyai *loading* tertinggi dalam setiap faktor.¹⁷

d. Interpretasi faktor

Setelah melakukan rotasi faktor, maka dapat diketahui variabel-variabel pembentuk faktor dengan melihat nilai faktor *loading* pada variabel tersebut. Dalam menginterpretasikan faktor maka variabel yang terbentuk harus mempunyai nilai faktor *loading* yang signifikan. Pada dasarnya langkah diatas mengindikasikan korelasi antara variabel dengan faktor itu sendiri, dengan kata lain merupakan peranan variabel didalam suatu faktor.

¹⁶ Jogiyanto Hartono, 163.

¹⁷ Sofyan Yamin, 371.

e. Penamaan faktor

Setelah matriks faktor terstruktur dan setiap variabel sudah masuk dalam masing-masing faktor, proses analisis faktor eksploratori selanjutnya adalah penamaan atau pemberian label pada faktor. Untuk memberikan nama atau label pada faktor, peneliti dapat menggunakan cara. Cara pertama, faktor yang dipertimbangkan sangat penting dan memiliki pengaruh yang sangat tinggi akan dipertimbangkan sebagai label atau nama untuk mempresentasikan faktor tersebut. Cara kedua, penamaan suatu faktor biasanya juga dapat bergantung pada teori atau konsep yang mendasarinya.¹⁸

f. Validasi

Validasi atas hasil faktor untuk mengetahui apakah faktor-faktor yang terbentuk telah valid.

¹⁸ Jogyanto Hartono, 161.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, tentu potensi industri keuangan syariah cukup menjanjikan di masa depan. Hal ini tentu saja bisa terjadi jika adanya sinergi antara pemegang kebijakan dan juga kesadaran masyarakat terhadap transaksi halal berbasis syariah yang terus ditegakkan dalam prinsip ekonomi. Adanya peningkatan yang signifikan beberapa tahun terakhir terhadap produk dan layanan berbasis syariah di Indonesia membuat pemerintah mencermati hal ini sebagai sebuah momen penting dalam tonggak perekonomian syariah di Indonesia. Sikap optimis inilah yang membuat pemerintah akhirnya menggabungkan 3 daftar bank syariah besar besutan BUMN, yaitu PT Bank Syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi intensitas baru yang diberi nama Bank Syariah Indonesia.¹

Penggabungan 3 bank syariah pemerintah yang diresmikan pada 1 Februari 2021 oleh Presiden Joko Widodo ini juga menegaskan bahwa pemerintah sangat serius dalam memperhatikan perkembangan layanan berbasis syariah yang mampu bertahan di tengah kondisi ekonomi Indonesia yang masih bergejolak. Komitmen pemerintah untuk

¹ <https://www.goala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-bank-syariah-indonesia>, (diakses pada tanggal 4 April 2022 pukul 12.38).

mendorong perekonomian melalui BSI ini diharapkan akan jadi energi baru dalam pembangunan ekonomi nasional. BSI menjadi cerminan wajah syariah di Indonesia yang modern, universal, dan tentu saja memberikan kebaikan bagi seluruh masyarakat. Setelah melakukan merger, Bank Syariah Indonesia akan jadi bank syariah terbesar di Indonesia dengan total aset Rp239,56 triliun dengan lebih dari 1.000 kantor cabang dan 20.000 karyawan. BSI juga akan menjadi bank dengan peringkat 7 berdasarkan total aset yang dimiliki.

Rencana untuk menggabungkan 3 bank syariah besar ini sudah dilakukan sejak maret 2020 lalu. Proses pendirian ini harus melalui tahapan yang cukup ketat termasuk proses perizinan dari OJK. Kemudian proses pengesahan nama baru yakni Bank Syariah Indonesia yang dilakukan Kementerian Hukum dan HAM, persiapan logo baru, dan lainnya. Kemudian pada 1 Februari 2021, BSI diresmikan oleh Presiden Joko Widodo dan mulai beroperasi di beberapa wilayah di Indonesia. Peresmian BSI juga dijadikan ajang pengenalan logo BSI di publik. Pengenalan logo BSI tersebut disampaikan langsung oleh Direktur Utama PT Bank Syariah Indonesia, Hery Gunardi. Logo BSI secara keseluruhan bernuansa hijau dan putih dengan tulisan BSI dan bintang berwarna kuning di ujung sebelah kanan dari tulisan. Tulisan BSI disematkan kata “Bank Syariah Indonesia” filosofi yang terkandung dalam bintang kuning bersudut 5 mempresentasikan 5 sila Pancasila dan 5 rukun Islam. Tulisan

BSI menjadi representasi Indonesia baik di tingkat nasional maupun global.²

Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto yang sebelumnya Bank BRI Syariah Ponorogo merupakan Kantor Cabang Pembantu dari Bank BRI Syariah yang ada di Madiun. Bank ini berdiri sejak bulan Juli tahun 2013. Kantor Cabang Pembantu Ponorogo ini beralamatkan di Jl. Cokroaminoto, Ponorogo, Jawa Timur. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroamino ini memiliki 13 karyawan termasuk pimpinan cabang pembantu yaitu Bapak Gatot Wijanarko.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo

a. Visi

Menjadi salah satu dari sepuluh Bank Syariah terbesar berdasarkan kapitalisasi pasar secara global dalam waktu lima tahun kedepan.

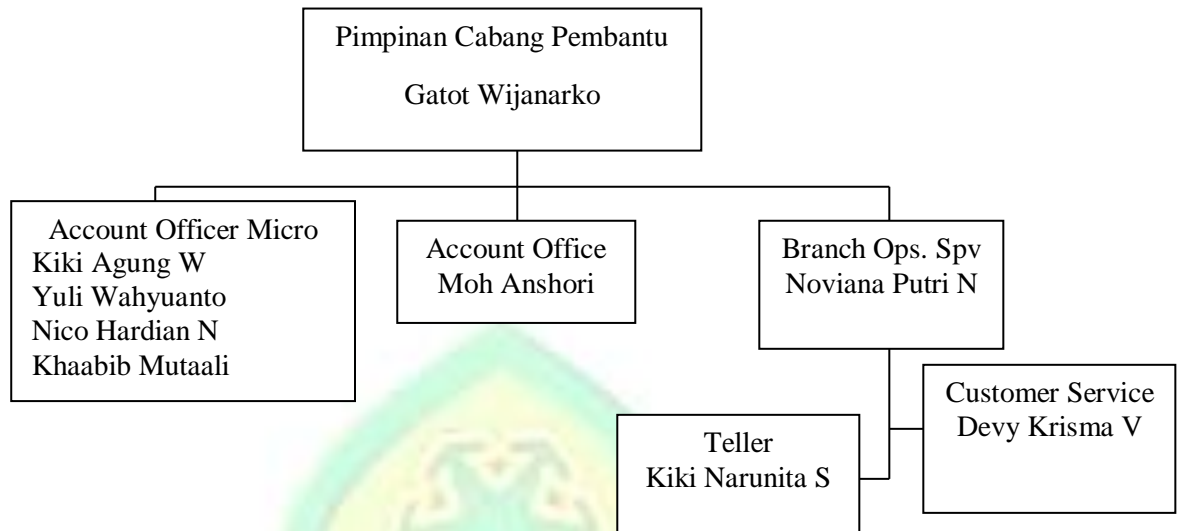
b. Misi

- 1) Memberikan solusi keuangan syariah yang amanah dan modern.
- 2) Memberikan kontribusi positif.
- 3) Memberikan pertumbuhan nilai positif.
- 4) Menyediakan produk dan layanan.
- 5) Meningkatkan produk dan layanan.
- 6) Mengembangkan talenta dan wahana berkarya untuk berprestasi sebagai perwujudan ibadah.³

² <https://www.goala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-bank-syariah-indonesia>, (diakses pada tanggal 4 April 2022 pukul 12.38).

³ <https://www.google.com/amp/s/www.syariahbank.com/mengenal-bank-syariah-indonesia/%3famp> (diakses pada tanggal 4 April 2022 pukul 12.54).

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

4. Deposito *Mudharabah* Di BSI KCP Ponorogo

Deposito *mudharabah* merupakan produk yang dipersembahkan untuk nasabah yang mempunyai keinginan untuk berinvestasi secara aman dan menguntungkan dengan tabungan berjangka 1, 3, 6 dan 12 bulan dengan minimal dana Rp 2.500.000. Produk ini ditawarkan dengan menggunakan fasilitas ARO (*Automatic roll over*) dan bilyet giro. Keunggulan dari produk ini adalah nisbah bagi hasilnya kompetitif dan hadiah langsung untuk nominal mulai Rp 50 juta sesuai ketentuan yang berlaku.

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Dalam pengujian validitas instrumen, peneliti mengambil sampel sebanyak 90 responden dengan menggunakan 40 butir pernyataan. Satu butir pernyataan dinyatakan valid apabila R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} . Dengan melihat tabel R_{tabel} (nilai r product moment) untuk $N = 90$ dengan Sig 5% diperoleh nilai sebesar 0,207. Dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic* versi 24 dan diperoleh hasil pengujian validitas sebagaimana tabel berikut.

Tabel 4.1
Hasil Pengujian Validitas Variabel X1

Variabel	Item	R tabel	Corrected Item Total Correlation (R hitung)	Keterangan
Pengetahuan (X1)	Pengetahuan1	0,207	0,832	Valid
	Pengetahuan2	0,207	0,572	Valid
	Pengetahuan3	0,207	0,657	Valid
	Pengetahuan4	0,207	0,581	Valid
	Pengetahuan5	0,207	0,861	Valid
	Pengetahuan6	0,207	0,512	Valid
Pendapatan (X2)	Pendapatan1	0,207	0,520	Valid
	Pendapatan2	0,207	0,540	Valid
	Pendapatan3	0,207	0,542	Valid
	Pendapatan4	0,207	0,414	Valid
	Pendapatan5	0,207	0,703	Valid
	Pendapatan6	0,207	0,618	Valid
Religi (X3)	Religi1	0,207	0,536	Valid
	Religi2	0,207	0,546	Valid
	Religi3	0,207	0,511	Valid
	Religi4	0,207	0,459	Valid
	Religi5	0,207	0,439	Valid
	Religi6	0,207	0,405	Valid
	Religi7	0,207	0,412	Valid

Variabel	Item	R tabel	Corrected Item Total Correlation (R hitung)	Keterangan
	Religi8	0,207	0,693	Valid
	Religi9	0,207	0,708	Valid
	Religi10	0,207	0,722	Valid
Pelayanan (X4)	Pelayanan1	0,207	0,510	Valid
	Pelayanan2	0,207	0,383	Valid
	Pelayanan3	0,207	0,724	Valid
	Pelayanan4	0,207	0,552	Valid
	Pelayanan5	0,207	0,409	Valid
	Pelayanan6	0,207	0,544	Valid
	Pelayanan7	0,207	0,528	Valid
	Pelayanan8	0,207	0,556	Valid
	Pelayanan9	0,207	0,578	Valid
	Pelayanan10	0,207	0,562	Valid

Sumber: *Olah data SPSS 24*

Berdasarkan Tabel 4.1 bahwa Rhitung pada variabel Pengetahuan untuk item pengetahuan 1 (0,832), item pengetahuan 2 (0,572), item pengetahuan 3 (0,657), item pengetahuan 4 (0,581), item pengetahuan 5 (0,861), item pengetahuan 6 (0,512). Pada variabel Pendapatan untuk item pendapatan 1 (0,520), item pendapatan 2 (0,540), item pengetahuan 3 (0,542), item pendapatan 4 (0,414), item pendapatan 5 (0,703), item pendapatan 6 (0,618). Pada variabel Religi untuk item religi 1 (0,536), item religi 2 (0,546), item religi 3 (0,511), item religi 4 (0,459), item religi 5 (0,439), item religi 6 (0,405), item religi 7 (0,412,) item religi 8 (0,693), item religi 9 (0,708), item religi 10 (0,702). Pada variabel Pelayanan untuk item pelayanan 1 (0,510), item pelayanan 2 (0,383), item pelayanan 3 (0,724), item pelayanan 4 (0,552), item pelayanan 5 (0,409), item

pelayanan 6 (0,544), item pelayanan 7 (0,528), item pelayanan 8 (0,556), item pelayanan 9 (0,578), item pelayanan (0,562).

Dari hasil pengujian validitas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner variabel Pengetahuan, Pendapatan, Religi, dan Pelayanan dinyatakan valid, karena semua item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi Rhitung $>$ nilai Rtabel (0,207). Sehingga tidak ada sama sekali item pernyataan dalam kuesioner variabel Pengetahuan, Pendapatan, Religi dan Pelayanan yang dihilangkan.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian ini diperoleh hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel sebagaimana Tabel 3.5

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Croanbach's Alpha</i>	Batas Reliabel	Keterangan
1.	Pengetahuan (X1)	0,747	0,6	Reliabel
2.	Pendapatan (X2)	0,719	0,6	Reliabel
3.	Religi (X3)	0,720	0,6	Reliabel
4.	Pelayanan (X4)	0,721	0,6	Reliabel

Sumber: *Olah data SPSS 24*

Dari Tabel 4.2 hasil pengujian reliabilitas tersebut diketahui bahwa nilai *croanbach's alpha* untuk variabel Pengetahuan (0,747), variabel Pendapatan (0,719), variabel Religi (0,720), dan variabel Pelayanan (0,721). Dapat dilihat setiap masing-masing variabel memiliki nilai *croanbach's alpha* $>$ 0,6 sehingga semua variabel instrumen penelitian ini reliabel.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

Dalam penelitian ini adapun deskripsi dari data umum responden disajikan berdasarkan karakteristik responden, sebagai berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Deskripsi karakteristik berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Identitas Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	36	40.0	40.0	40.0
	Perempuan	54	60.0	60.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: *Olah data SPSS 24*

Dari Tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu 36 orang dengan presentase 40% sedangkan perempuan yaitu 54 orang dengan presentase 60%.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia nasabah

Tabel 4.4
Identitas Nasabah Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25	29	32.2	32.2	32.2
	>25	61	67.8	67.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: *Olah data SPSS 24*

Dari Tabel 4.4 menunjukkan bahwa jumlah responden yang penulis teliti mayoritas adalah berusia > 25 tahun sebanyak 61 orang

dengan presentase 67,8% sedangkan yang lain berusia 20-25 tahun sebanyak 29 orang dengan presentase 32,2%.

3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan nasabah

Tabel 4.5
Identitas Nasabah Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	8	8.9	8.9	8.9
	Swasta	42	46.7	46.7	55.6
	Lainnya	40	44.4	44.4	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: *Olah data SPSS 24*

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa jumlah responden yang penulis teliti mayoritas adalah swasta sebanyak 42 orang dengan presentase 46,7% sedangkan pekerjaan lainnya sebanyak 40 orang dengan presentase 44,4% dan mahasiswa sebanyak 8 orang dengan persentase 8,9%.

4. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan nasabah

Tabel 4.6
Identitas Nasabah Berdasarkan Pendapatan

		Pendapatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 500.000	6	6.7	6.7	6.7
	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	38	42.2	42.2	48.9
	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000	38	42.2	42.2	91.1
	> Rp 5.000.000	8	8.9	8.9	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: *Olah data SPSS 24*

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa jumlah responden yang penulis teliti mayoritas pendapatan sebesar Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 38 orang dengan presentase 42,2%, pendapatan sebesar Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 38 orang dengan presentase 42,2% sedangkan pendapatan sebesar > Rp 5.000.000 sebanyak 8 orang dengan presentase 8,9%, dan pendapatan sebesar < Rp 500.000 sebanyak 6 orang dengan presentase 6,7%.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Analisis Faktor

a. Menyusun Matrik Korelasi (Uji Korelasi dan Kelayakan Suatu Variabel) dengan menggunakan analisis statistik yaitu uji *Bartlett's Test of Sphericity* dan *Kaiser-Meyers-Olkin Measure of Sampling Adequacy* lebih memperkuat perlu atau tidaknya dilakukan analisis faktor. Dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Uji Statistik *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) dan *Bartlett Test*

Nilai *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) dan *Bartlett's* digunakan untuk menyusun matriks korelasi untuk mengetahui kelayakan suatu variabel apakah dapat diproses lebih lanjut menggunakan teknik analisis faktor ini atau tidak. Nilai *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) secara individu dilihat dari nilai MSA yang terdapat dalam output *Anti Image Correlation*. Nilai yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,5. Jika nilai *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) yang diperoleh > 0,5 maka analisis faktor tersebut layak digunakan.

Hasil dari perhitungan *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) dan *Bartlett Test* dapat ditunjukkan pada Tabel 4.7

Tabel 4.7
KMO dan *Bartlett's Test*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.634
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2118.000
	Df	780
	Sig.	.000

Sumber: *Olah data SPSS 24*

Dari Tabel 4.7 diketahui bahwa nilai KMO sebesar 0,634 > 0,5 dan nilai Sig *Bartlett's Test* sebesar 0,000 < 0,05 sehingga analisis faktor dapat diproses lebih lanjut karena kelayakan suatu variabel yang dimiliki sudah memenuhi persyaratan.

2) *Measure of sampling adequacy*

Measure of sampling adequacy (MSA) digunakan untuk mengetahui apakah variabel yang dipilih sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut. Jika nilai MSA > 0,5 maka variabel tersebut dapat dianalisis lebih lanjut dan jika MSA < 0,5 maka variabel tersebut dikeluarkan dan tidak dapat dianalisis lebih lanjut. Nilai MSA dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8
Hasil Anti Image Matrices

Kode	Indikator	MSA	Keterangan
Pengetahuan1	Produk	0,784 ^a	Valid
Pengetahuan2	Produk	0,774 ^a	Valid
Pengetahuan3	Pembelian	0,768 ^a	Valid
Pengetahuan4	Pembelian	0,721 ^a	Valid
Pengetahuan5	Pemakaian	0,746 ^a	Valid
Pengetahuan6	Pemakaian	0,739 ^a	Valid
Pendapatan1	Gaji_Upah	0,581 ^a	Valid
Pendapatan2	Gaji_Upah	0,463 ^a	Tidak Valid
Pendapatan3	Pend_Usahasendiri	0,557 ^a	Valid
Pendapatan4	Pend_Usahasendiri	0,755 ^a	Valid
Pendapatan5	Pend_Usahalain	0,572 ^a	Valid
Pendapatan6	Pend_Usahalain	0,763 ^a	Valid
Religi1	Keyakinan	0,607 ^a	Valid
Religi2	Keyakinan	0,666 ^a	Valid
Religi3	Praktik	0,766 ^a	Valid
Religi4	Praktik	0,497 ^a	Tidak Valid
Religi5	Pengalaman	0,300 ^a	Tidak Valid
Religi6	Pengalaman	0,678 ^a	Valid
Religi7	Peng_Agama	0,655 ^a	Valid
Religi8	Peng_Agama	0,783 ^a	Valid
Religi9	Konsekuensi	0,747 ^a	Valid
Religi10	Konsekuensi	0,785 ^a	Valid
Pelayanan1	Reliabilitas	0,630 ^a	Valid
Pelayanan2	Reliabilitas	0,434 ^a	Tidak Valid
Pelayanan3	Daya_Tanggap	0,625 ^a	Valid
Pelayanan4	Daya_Tanggap	0,491 ^a	Tidak Valid
Pelayanan5	Jaminan	0,341 ^a	Tidak Valid
Pelayanan6	Jaminan	0,513 ^a	Valid
Pelayanan7	Empati	0,437 ^a	Tidak Valid
Pelayanan8	Empati	0,750 ^a	Valid
Pelayanan9	Bukti_Fisik	0,813 ^a	Valid
Pelayanan10	Bukti_Fisik	0,768 ^a	Valid

Dari 32 pernyataan pada tabel 4.8, terdapat 7 pernyataan yang mempunyai nilai MSA $< 0,5$ sehingga pernyataan tersebut tidak dapat dianalisis lebih lanjut dan harus dikeluarkan. Tujuh pernyataan tersebut yaitu Pendapatan₂ sebesar 0,463, Religi₄ sebesar 0,497, Religi₅ sebesar 0,300, Pelayanan₂ sebesar 0,434, Pelayanan₄ sebesar 0,491, Pelayanan₅ sebesar 0,341, Pelayanan₇ sebesar 0,437. Maka dilakukan untuk pengujian ulang dengan mengeluarkan tujuh variabel yang tidak valid tersebut.

- 3) Uji ulang *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) dan *bartlett test of sphericity* dan *measure of sampling adequacy* (MSA)

Tabel 4.9
Uji ulang KMO dan Bartlett Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.739
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1370.290
	Df	300
	Sig.	.000

Sumber: *Olah data SPSS 24*

Hasil pengolahan data pada tabel 4.9, yang merupakan hasil uji ulang menunjukkan bahwa nilai KMO sebesar 0,739, nilai KMO tersebut $> 0,5$ sehingga data dinyatakan telah memenuhi syarat kecukupan sampling. Adapun nilai *bartlett test of sphericity* $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak artinya pernyataan-pernyataan tersebut saling berkorelasi dan memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4.10
Hasil Uji Ulang Anti Image Matrices

Kode	Indikator	MSA	Keterangan
Pengetahuan1	Produk	0,798 ^a	Valid
Pengetahuan2	Produk	0,778 ^a	Valid
Pengetahuan3	Pembelian	0,795 ^a	Valid
Pengetahuan4	Pembelian	0,788 ^a	Valid
Pengetahuan5	Pemakaian	0,779 ^a	Valid
Pengetahuan6	Pemakaian	0,807 ^a	Valid
Pendapatan1	Gaji_Upah	0,512 ^a	Valid
Pendapatan3	Pend_Usahasendiri	0,558 ^a	Valid
Pendapatan4	Pend_Usahasendiri	0,688 ^a	Valid
Pendapatan5	Pend_Usahalain	0,629 ^a	Valid
Pendapatan6	Pend_Usahalain	0,764 ^a	Valid
Religi1	Keyakinan	0,646 ^a	Valid
Religi2	Keyakinan	0,692 ^a	Valid
Religi3	Praktik	0,764 ^a	Valid
Religi6	Pengalaman	0,703 ^a	Valid
Religi7	Peng_Agama	0,759 ^a	Valid
Religi8	Peng_Agama	0,796 ^a	Valid
Religi9	Konsekuensi	0,766 ^a	Valid
Religi10	Konsekuensi	0,769 ^a	Valid
Pelayanan1	Reliabilitas	0,534 ^a	Valid
Pelayanan3	Daya_Tanggap	0,631 ^a	Valid
Pelayanan6	Jaminan	0,610 ^a	Valid
Pelayanan8	Empati	0,818 ^a	Valid
Pelayanan9	Bukti_Fisik	0,810 ^a	Valid
Pelayanan10	Bukti_Fisik	0,774 ^a	Valid

Sumber: Olah data SPSS 24

Setelah melakukan uji ulang dengan mengeluarkan 7 pernyataan yang tidak valid, maka hasil pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa 25 pernyataan tersebut memiliki nilai $> 0,5$. Maka, pernyataan-pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut menggunakan analisis faktor.

b. Proses *Factoring* atau Ekstraksi

Langkah selanjutnya adalah ekstraksi data menggunakan analisis faktor. Ekstraksi ini menghasilkan matriks faktor dengan menggunakan metode PCA (*Principal Components Analysis*). Dengan ini, peneliti mengidentifikasi faktor *loadings* dari setiap variabel. Identifikasi faktor *loadings* bertujuan untuk mengetahui kecenderungan suatu variabel masuk dalam kategori faktor tertentu. Faktor *loadings* yang tinggi menunjukkan bahwa variabel tersebut kemungkinan masuk dalam faktor tersebut. Dimana proses ini akan menghasilkan nilai *communalities*. Pada Tabel *communalities*, nilai *extaction* menunjukkan besarnya presentase varian suatu variabel yang dapat dijelaskan dari faktor yang terbentuk dan menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel tersebut. Nilai *communalities* ditunjukkan pada Tabel 4.11

Tabel 4.11
Hasil Analisa Communalities

Indikator	Initial	Ekstraction
Religi9 (Konsekuensi)	1	0.875
Religi1 (Keyakinan)	1	0.870
Pengetahuan5 (Pemakaian)	1	0.863
Pendapatan6 (Pend.UsahaLain)	1	0.855
Religi10 (Konsekuensi)	1	0.835
Pengetahuan6 (Pemakaian)	1	0.831
Pendapatan4 (Pen.Usahasendiri)	1	0.826
Religi2 (Keyakinan)	1	0.809
Pelayanan3 (Daya Tanggap)	1	0.795
Pengetahuan1 (Produk)	1	0.785
Religi3 (Praktik)	1	0.763
Pelayanan9 (Bukti Fisik)	1	0.763

Indikator	Initial	Ekstraktion
Pelayanan6 (Jaminan)	1	0.719
Religi8 (Peng. Agama)	1	0.719
Religi7 (Keyakinan)	1	0.715
Pengetahuan3 (Pembelian)	1	0.706
Pengetahuan4 (Pembelian)	1	0.699
Pelayanan1 (Reliabilitas)	1	0.685
Pelayanan10 (Bukti Fisik)	1	0.653
Pendapatan1 (Gaji_Upah)	1	0.601
Religi6 (Pengalaman)	1	0.587
Pendapatan5 (Pend. Usahalain)	1	0.581
Pengetahuan2 (Produk)	1	0.557
Pelayanan8 (Empati)	1	0.555
Pendapatan3 (Pend. Usahasendiri)	1	0.459

Sumber: *Olah data SPSS 24*

1. Berdasarkan Tabel 4.11 untuk Indikator Konsekuensi (Religi9) pada urutan pertama memiliki nilai *extraction* (0,875), yang artinya sebesar 87,5% varian Indikator konsekuensi dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.
2. Untuk Indikator Pend.Usahasendiri (Pendapatan3) memiliki nilai *extraction* (0,459), yang artinya sebesar 45,9% varian Indikator Pend. Usahasendiri dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

Untuk indikator yang lain definisi nilai *extraction* sama dengan indikator Konsekuensi (Religi9) dan indikator Pend.Usahasendiri (Pendapatan3).

c. Faktor yang terbentuk

Pada penelitian ini, proses ekstraksi yang digunakan yaitu dengan metode PCA (*Principal Component Analysis*). Faktor-faktor yang mempunyai nilai *eigenvalues* < 1 tidak memiliki anggota variabel

pembentuk faktor, dan jika nilai *eigenvalues* > 1 maka termasuk suatu faktor yang signifikan. Hasil perhitungan *eigenvalue* pada *Total Variance Explained* ditunjukkan pada Tabel 4.12

Tabel 4.12
Hasil Analisa *Total Variance Explained*

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,485	25,938	25,938
2	4,280	17,120	43,058
3	2,197	8,789	51,848
4	1,674	6,695	58,543
5	1,264	5,054	63,597
6	1,111	4,443	68,040
7	1,094	4,376	72,416
8	0,974	3,896	76,312
9	0,874	3,497	79,809
10	0,798	3,193	83,002
11	0,689	2,757	85,759
12	0,538	2,151	87,910
13	0,475	1,900	89,810
14	0,393	1,573	91,583
15	0,351	1,406	92,789
16	0,303	1,211	94,000
17	0,288	1,151	95,151
18	0,253	1,013	96,164
19	0,194	0,777	96,941
20	0,186	0,744	97,685
21	0,157	0,629	98,315
22	0,141	0,562	98,877
23	0,120	0,478	99,355
24	0,089	0,355	99,711
25	0,072	0,289	100,000

Extraction Method: Principal Component Analysis

Sumber: Olah data SPSS 24

Tabel 4.11 menunjukkan Proses Ekstraksi dengan Metode *Principal Component Analysis (PCA)*. Syarat dari *Principal*

Component Analysis adalah dilihat dari nilai *Eigenvalues* harus diatas 1 untuk dibentuk sebagai faktor. Berdasarkan tabel tersebut, ada 7 faktor yang memiliki total *Initial Eigenvalues* lebih dari 1 yaitu faktor nomor 1-7. Jadi, disimpulkan bahwa pada hasil tersebut ada 7 faktor yang terbentuk.

Pada komponen 1 terdapat nilai *Eigenvalues* (6,485), komponen 2 terdapat nilai *Eigenvalues* (4,280), komponen 3 terdapat nilai *Eigenvalues* (2,197), komponen 4 terdapat nilai *Eigenvalues* (1,674), komponen 5 terdapat nilai *Eigenvalues* (1,264), komponen 6 terdapat nilai *Eigenvalues* (1,111), dan komponen 7 terdapat nilai *Eigenvalues* (1,094). Faktor yang terbentuk ini memiliki nilai total *percentage of varians* sebesar 72,416% artinya 72,416% varian dari 25 indikator variabel penelitian dapat dijelaskan oleh 7 faktor yang terbentuk. Sehingga faktor yang terbentuk mampu menjelaskan 72,416% dari perilaku nasabah deposito *mudharabah* dalam memilih lembaga keuangan Syariah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto.

d. Rotasi Faktor

Variabel-variabel yang telah diekstraksi selanjutnya akan dilakukan proses rotasi dengan metode *Varimaxwith Kaiser Normalization*. Karena untuk memperjelas dan mempertegas faktor *loading* dalam setiap faktor sehingga mudah diterjemahkan sebagai faktor. Metode ini bekerja untuk meminimumkan jumlah variabel yang mempunyai *loading* tertinggi dalam setiap faktor.

Kemudian untuk mengetahui distribusi dari masing-masing variabel yang ada pada 7 faktor yang terbentuk dilakukan dengan menghitung nilai *component matrix* merupakan nilai *factor loading* yang menunjukkan besar korelasi antara suatu variabel dengan faktor-faktor yang ada. Semakin besar nilai *factor loading* maka semakin besar kesempatan variabel tersebut masuk kedalam salah satu faktornya. Hasil perhitungan *componen matrix* ditunjukkan pada Tabel 4.13

Tabel 4.13
Hasil Perhitungan *Rotated Component Matrix*

Indikator	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Pengetahuan1	.283	.441	.443	.444	-.191	.000	.283
Pengetahuan2	-.058	.474	.398	.244	.218	.253	-.016
Pengetahuan3	.394	.195	.493	.216	-.261	-.152	.363
Pengetahuan4	.721	-.019	.159	.279	-.040	.260	-.079
Pengetahuan5	.294	.239	.183	.819	.024	.109	.055
Pengetahuan6	-.328	.258	-.017	.777	.196	-.053	.110
Pendapatan1	.189	-.019	.116	.010	-.147	.726	-.058
Pendapatan3	-.382	.009	-.345	.210	.172	.338	.078
Pendapatan4	.422	.018	.162	-.005	-.022	.751	.240
Pendapatan5	-.205	.034	.012	.385	.405	.436	-.187
Pendapatan6	-.788	.107	-.264	.301	.135	.184	-.098
Religi1	.069	.921	.069	.097	.003	-.053	-.023
Religi2	.019	.885	.090	.004	.068	-.062	-.095
Religi3	-.177	.803	.163	.232	.004	.015	.076
Religi6	.584	-.226	.210	-.085	.120	.176	-.313
Religi7	-.059	.692	.151	.114	-.151	.109	.403
Religi8	.467	.213	.590	-.131	.181	.203	.118
Religi9	.198	.108	.863	.001	.123	.217	.134
Religi10	.155	.253	.821	.218	.154	.010	.034
Pelayanan1	-.002	-.021	.128	.167	.771	-.207	.053
Pelayanan3	.252	.039	.093	-.043	.791	.078	.295
Pelayanan6	.036	.067	.155	.036	.289	.039	.777
Pelayanan8	.497	-.129	.126	.251	.217	.076	.399
Pelayanan9	.849	.044	.055	-.057	.048	.159	.080
Pelayanan10	.774	.048	.093	.061	.127	.098	.115
Extraction Method: Principal Component Analysis.							
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.							
a. Rotation converged in 8 iterations.							

Sumber: *Olah data SPSS 24*

Dari Hasil pengolahan data pada Tabel 4.13 kemudian peneliti urutkan berdasarkan nilai komponen tertinggi hingga komponen terendah dan nilai indikator variabel pada Tabel 4.13 peneliti kelompokkan menjadi satu kolom antara komponen 1, 2, 3, 4, 5, 6 dan 7 pada Tabel 4.14:

Tabel 4.14
Pengelompokan Faktor

Indikator	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Pelayanan9	.849	.044	.055	-.057	.048	.159	.080
Pelayanan10	.774	.048	.093	.061	.127	.098	.115
Pengetahuan4	.721	-.019	.159	.279	-.040	.260	-.079
Religi6	.584	-.226	.210	-.085	.120	.176	-.313
Pelayanan8	.497	-.129	.126	.251	.217	.076	.399
Religi1	.069	.921	.069	.097	.003	-.053	-.023
Religi2	.019	.885	.090	.004	.068	-.062	-.095
Religi3	-.177	.803	.163	.232	.004	.015	.076
Religi7	-.059	.692	.151	.114	-.151	.109	.403
Pengetahuan2	-.058	.474	.398	.244	.218	.253	-.016
Religi9	.198	.108	.863	.001	.123	.217	.134
Religi10	.155	.253	.821	.218	.154	.010	.034
Religi8	.467	.213	.590	-.131	.181	.203	.118
Pengetahuan3	.394	.195	.493	.216	-.261	-.152	.363
Pengetahuan5	.294	.239	.183	.819	.024	.109	.055
Pengetahuan6	-.328	.258	-.017	.777	.196	-.053	.110
Pengetahuan1	.283	.441	.443	.444	-.191	.000	.283
Pendapatan6	-.788	.107	-.264	.301	.135	.184	-.098
Pelayanan3	.252	.039	.093	-.043	.791	.078	.295
Pelayanan1	-.002	-.021	.128	.167	.771	-.207	.053
Pendapatan4	.422	.018	.162	-.005	-.022	.751	.240
Pendapatan1	.189	-.019	.116	.010	-.147	.726	-.058
Pendapatan5	-.205	.034	.012	.385	.405	.436	-.187
Pendapatan3	-.382	.009	-.345	.210	.172	.338	.078
Pelayanan6	.036	.067	.155	.036	.289	.039	.777

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 8 iterations.

Sumber: *Olah data SPSS 24*

Pada Tabel 4.14 dari item-item tersebut memiliki *factor loading* yang bermacam-macam, sehingga sengaja menebalkan angka untuk menunjukkan mana item-item yang mempunyai *factor loading*

terbesar saja dan untuk memudahkan pembacaan hasil dari analisis tersebut. Item-item tersebut berkelompok membentuk faktor-faktor. Maka variabel-variabel yang ada telah masuk ke dalam faktor pertama, faktor kedua, faktor ketiga, faktor keempat, faktor kelima, faktor keenam dan faktor ketujuh.

Setelah memperoleh hasil perhitungan dari *Rotated Component Matrix*, selanjutnya untuk mempermudah penamaan faktor-faktor sesuai dengan urutannya maka peneliti mengurutkan faktor dan memberikan deskripsi variabel-variabel yang masuk dalam faktor dapat dilihat pada Tabel 4.13. Dari Tabel 4.14 faktor-faktor telah diurutkan sesuai dengan item-item yang bergabung menjadi suatu faktor.

Pada Tabel 4.14 merupakan hasil dari proses rotasi (*Rotated Component Matrix*) dengan hasil distribusi yang lebih nyata dan lebih jelas. Pengelompokan *Rotated Component Matrix* dilihat berdasarkan nilai loading yang terbesar dari tiap-tiap Indikator dan komponennya, antara lain:

1. Komponen (Faktor 1) terdiri dari Pelayanan₉ (Bukti Fisik) sebesar 0,849, Pelayanan₁₀ (Bukti Fisik) sebesar 0,774, Pengetahuan₄ (Pembelian) sebesar 0,721, Religi₆ (Pengalaman) sebesar 0,584, dan Pelayanan₈ (Empati) sebesar 0,497.
2. Komponen (Faktor 2) terdiri dari Religi₁ (Keyakinan) sebesar 0,921, Religi₂ (Keyakinan) sebesar 0,885, Religi₃ (Dimensi

Praktik) (0,803), Religi7 (Pengetahuan Agama) sebesar 0,692, dan Pengetahuan2 (Produk) sebesar 0,474.

3. Komponen (Faktor 3) terdiri dari Religi9 (Konsekuensi) sebesar 0,863, Religi10 (Konsekuensi) sebesar 0,821, Religi8 (Pengetahuan Agama) sebesar 0,590, dan Pengetahuan3 (Pembelian) sebesar 0,493.

4. Komponen (Faktor 4) terdiri dari Pengetahuan5 (Pemakaian) sebesar 0,819, Pengetahuan6 (Pemakaian) sebesar 0,777, Pengetahuan1 (Produk) sebesar 0,444, dan Pendapatan6 (Pendapatan dari usaha sendiri) sebesar 0,301.

5. Komponen (Faktor 5) terdiri dari Pelayanan3 (Daya Tanggap) sebesar 0,791, dan Pelayanan1 (Reliabilitas) sebesar 0,771.

6. Komponen (Faktor 6) terdiri dari Pendapatan4 (Pendapatan dari usaha sendiri) sebesar 0,751, Pendapatan1 (Gaji dan Upah) sebesar 0,726, Pendapatan5 (Pendapatan dari usaha lain) sebesar 0,436, dan Pendapatan3 (Pendapatan dari usaha sendiri) sebesar 0,338.

7. Komponen (Faktor 7) terdiri Pelayanan6 (Jaminan) sebesar 0,777.

e. Penamaan Faktor

Apabila sudah dibentuk pengelompokan dan banyaknya faktor yang terbentuk dari hasil reduksi, maka penamaan faktor ini didasarkan oleh nama-nama variabel yang terbentuk dalam satu faktor. Dan dianggap dapat mewakili variabel-variabel dari anggota tersebut atau yang terbentuk didalamnya. Nilai *Loading* mengidentifikasi

korelasi antar variabel dengan faktor yang terbentuk. Dari Tabel 4.14 kelompok faktor hasil rotasi menunjukkan bahwa semua variabel membentuk suatu faktor berdasarkan nilai loading terbesarnya, sehingga hasil interpretasi faktor sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Interpretasi Faktor

Nama Faktor	Variabel		Nilai Loading	Nilai Eigenvalue
Faktor 1 (Pelayanan)	Pelayanan9	Bukti Fisik	0,849	6,485
	Pelayanan10	Bukti Fisik	0,774	
	Pengetahuan4	Pembelian	0,721	
	Religi6	Pengalaman	0,584	
	Pelayanan8	Empati	0,497	
Faktor 2 (Religi)	Religi1	Keyakinan	0,921	4,280
	Religi2	Keyakinan	0,885	
	Religi3	Dimensi Praktik	0,803	
	Religi7	Pengetahuan Agama	0,692	
	Pengetahuan2	Produk	0,474	
Faktor 3 (Dimensi Konsekuensi)	Religi9	Konsekuensi	0,863	2,197
	Religi10	Konsekuensi	0,821	
	Religi8	Pengetahuan Agama	0,590	
	Pengetahuan3	Pembelian	0,493	
Faktor 4 (Pengetahuan)	Pengetahuan5	Pemakaian	0,819	1,674
	Pengetahuan6	Pemakaian	0,777	
	Pengetahuan1	Produk	0,444	
	Pendapatan6	Pendapatan Usaha Lain	0,301	
Faktor 5 (Bukti Fisik)	Pelayanan3	Bukti Fisik	0,791	1,264
	Pelayanan1	Daya Tanggap	0,771	
Faktor 6 (Pendapatan)	Pendapatan4	Pendapatan Usaha Sendiri	0,751	1,111
	Pendapatan1	Gaji dan Upah	0,726	
	Pendapatan5	Pendapatan Usaha Sendiri	0,436	
	Pendapatan3	Pendapatan Usaha Lain	0,338	
Faktor 7 (Jaminan)	Pelayanan6	Jaminan	0,777	1,094

Sumber: *Olah Data SPSS 24*

Berdasarkan dari tabel 4.15 maka faktor yang terbentuk adalah sebagai berikut:

1. Faktor yang pertama yaitu Faktor Pelayanan dimana faktor ini terdiri dari 5 indikator variabel yaitu Pelayanan₉ (Bukti Fisik) sebesar 0,849, Pelayanan₁₀ (Bukti Fisik) sebesar 0,774, Pengetahuan₄ (Pembelian) sebesar 0,721, Religi₆ (Pengalaman) sebesar 0,584, dan Pelayanan₈ (Empati) sebesar 0,497.
2. Faktor yang kedua yaitu Faktor Religi dimana faktor ini terdiri dari 5 indikator variabel yaitu Religi₁ (Keyakinan) sebesar 0,921, Religi₂ (Keyakinan) sebesar 0,885, Religi₃ (Dimensi Praktik) (0,803), Religi₇ (Pengetahuan Agama) sebesar 0,692, dan Pengetahuan₂ (Produk) sebesar 0,474.
3. Faktor yang ketiga yaitu Faktor Dimensi Konsekuensi dimana faktor ini terdiri dari 4 indikator variabel yaitu Religi₉ (Konsekuensi) sebesar 0,863, Religi₁₀ (Konsekuensi) sebesar 0,821, Religi₈ (Pengetahuan Agama) sebesar 0,590, dan Pengetahuan₃ (Pembelian) sebesar 0,493.
4. Faktor yang keempat yaitu Faktor Pengetahuan dimana faktor ini terdiri dari 4 indikator variabel yaitu Pengetahuan₅ (Pemakaian) sebesar 0,819, Pengetahuan₆ (Pemakaian) sebesar 0,777, Pengetahuan₁ (Produk) sebesar 0,444, dan Pendapatan₆ (Pendapatan dari usaha sendiri) sebesar 0,301.

5. Faktor yang kelima adalah Faktor Bukti Fisik dimana faktor ini terdiri dari 2 indikator variabel yaitu Pelayanan3 (Daya Tanggap) sebesar 0,791, dan Pelayanan1 (Reliabilitas) sebesar 0,771.
 6. Faktor yang keenam adalah Faktor Pendapatan dimana faktor ini terdiri dari 4 indikator variabel yaitu Pendapatan4 (Pendapatan dari usaha sendiri) sebesar 0,751, Pendapatan1 (Gaji dan Upah) sebesar 0,726, Pendapatan5 (Pendapatan dari usaha lain) sebesar 0,436, dan Pendapatan3 (Pendapatan dari usaha sendiri) sebesar 0,338.
 7. Faktor yang ketujuh adalah Faktor Jaminan dimana faktor ini terdiri dari 1 indikator variabel yaitu Pelayanan6 (Jaminan) sebesar 0,777.
- f. Validasi Hasil Analisis Faktor

Tabel 4.16
Component Transformation Matrix

Component Transformation Matrix							
Component	1	2	3	4	5	6	7
1	.593	.400	.559	.245	.122	.204	.245
2	-.626	.664	.002	.390	.072	-.074	.063
3	-.129	-.398	-.086	.387	.727	.354	.116
4	.035	.043	-.210	.266	-.448	.750	-.345
5	-.237	.214	.299	-.689	.325	.400	-.263
6	.355	.425	-.740	-.213	.265	.062	.165
7	-.237	-.110	.002	-.219	-.274	.318	.841
Extraction Method: Principal Component Analysis.							
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.							

Sumber: Olah data SPSS 24

Cara membaca pada tabel tersebut yaitu dari arah diagonal (dari kiri ke kanan bawah), dimana membacanya yaitu antara *component 1 dan 1*, *component 2 dan 2*, *component 3 dan 3*, *component 4 dan 4*, *component 5 dan 5*, *component 6 dan 6*, dan

componet 7 dan 7. Dari data tersebut, yang menunjukkan angka diatas 0,5 yaitu terdapat pada komponen 1 (0,593), dan komponen 7 (0,841). Berdasarkan tabel tersebut baik dari *component 1*, dan *component 7* memiliki nilai *component* lebih dari 0,5 sehingga dapat membuktikan faktor atau *Component* yang terbentuk sangat tepat dan menunjukkan kalau antar *Component* atau Faktor memiliki korelasi yang cukup tinggi.

E. Pembahasan

Setelah dilakukannya analisis data di atas, maka berikut ini ialah pembahasan atau interpretasi atas data yang telah dianalisis tersebut:

1. Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Minat Nasabah Deposito *Mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto.

Berdasarkan hasil dari analisis faktor yang telah dilakukan tersebut terbentuk 7 faktor yaitu faktor yang pertama adalah faktor pelayanan, faktor yang kedua adalah faktor religi, faktor yang ketiga adalah faktor dimensi konsekuensi, faktor yang keempat adalah faktor pengetahuan, faktor yang kelima adalah faktor bukti fisik, faktor yang keenam adalah faktor pendapatan dan faktor yang ketujuh adalah faktor jaminan.

a. Faktor Pelayanan

Faktor pertama Pelayanan dengan nilai *Eigenvalue* 6,485. Faktor ini terdiri dari Pelayanan¹⁰ (Bukti Fisik) dengan nilai loading (0,774), Pengetahuan⁴ (Pembelian) dengan nilai loading (0,721),

Religi6 (Pengalaman) dengan nilai loading (0,584), Pelayanan9 (Bukti Fisik) dengan nilai loading tertinggi 0,849) namun Pelayanan8 (Empati) dengan nilai loading terendah yaitu (0,497). Kelima variabel tersebut memiliki kesamaan yaitu sama-sama dikendalikan oleh faktor Pelayanan pada diri mereka, karena membuktikan bahwa semakin baik tingkat pelayanan yang dimiliki oleh seseorang maka semakin tinggi juga dampak orang tersebut dalam memilih deposito *mudharabah* pada BSI Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto.

Menurut Muhammad minat nasabah dapat dipengaruhi oleh faktor pelayanan. Pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh konsumen. Kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam melayani nasabah, pelayanan yang tepat waktu, pemberian solusi atau menghadapi masalah, memberi pelayanan yang sangat jelas serta tidak pernah melakukan kesalahan dalam melakukan pelayanan, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini faktor pelayanan dapat mempengaruhi minat nasabah deposito *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto.

b. Faktor Religi

Faktor kedua Religi dengan nilai *Eigenvalue* 4,280. Faktor ini terdiri dari Religi2 (Keyakinan) dengan nilai loading (0,885), Religi3 (Dimensi Praktik) dengan nilai loading (0,803), Religi7 (Pengetahuan Agama) dengan nilai loading (0,692), Religi1 (Keyakinan) dengan nilai loading tertinggi (0,921), namun Pengetahuan2 (Produk) dengan nilai loading terendah yaitu (0,474). Kelima variabel tersebut memiliki kesamaan yaitu sama-sama dikendalikan oleh faktor Religi pada diri mereka, karena membuktikan bahwa semakin baik tingkat religiusitas yang di miliki seseorang maka semakin tinggi juga dampak orang tersebut dalam memilih deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto.

Menurut Muhammad minat nasabah dapat dipengaruhi oleh faktor religi. Religi merupakan suatu nilai yang diagungkan yang berpengaruh kuat terhadap perilaku, emosi, pemikiran serta psikologis yang baik dipengaruhi tingkat religiusitas. Agama memberikan dampak atau pengaruh terhadap konsumsi seseorang, sehingga dalam memilih suatu barang atau jasa melakukan pertimbangan atas nilai-nilai agama yang diyakini. Pemahaman prinsip-prinsip agama dan kehalalan jasa maupun produk menjadi pemicu untuk bertransaksi. Keyakinan nasabah pada produk dan jasa yang baik dan halal akan membawa manfaat dan berkah yang baik. Terbebasnya dari unsur ribawi akan mempengaruhi juga minat nasabah bertransaksi, karena

dalam agam islam unsur ribawi dilarang. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini faktor religi dapat mempengaruhi minat nasabah deposito *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.

c. Faktor dimensi konsekuensi

Faktor ketiga dimensi konsekuensi dengan nilai *Eigenvalue* sebesar 2,197. Faktor ini terdiri dari Religi10 (Konsekuensi) dengan nilai loading (0,821), Religi8 (Pengetahuan Agama) dengan nilai loading (0,590), Religi9 (Konsekuensi) dengan nilai loading tertinggi yaitu (0,863), namun Pengetahuan3 (Pembelian) dengan nilai loading terendah yaitu (0,493). Dimensi menunjuk pada seberapa besar perilaku umat muslim yang dipengaruhi oleh ajaran-ajaran agama. Dimensi ini dipengaruhi oleh sebab akibat dari perilaku seseorang yang berkaitan dengan ganjaran atau balasan yang akan didapatkan.

Dalam penelitian milik Alfi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah”. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa faktor religiusitas yang meliputi dimensi konsekuensi ini memiliki pengaruh terhadap minat menabung. Apabila seseorang telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini faktor dimensi konsekuensi dapat

mempengaruhi minat nasabah deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto.

d. Faktor Pengetahuan

Faktor keempat Pengetahuan dengan nilai *Eigenvalue* sebesar 1,674. Faktor ini terdiri dari Pengetahuan6 (Pemakaian) dengan nilai loading (0,777), Pengetahuan1 (Produk) dengan nilai loading (0,444), Pengetahuan5 (Pemakaian) dengan nilai loading tertinggi yaitu (0,819), namun Pendapatan6 (Pendapatan Usaha Lain) dengan nilai loading terendah yaitu (0,301). Keempat variabel tersebut memiliki kesamaan yaitu sama-sama dikendalikan faktor Pengetahuan pada diri mereka, karena membuktikan bahwa semakin baik tingkat pengetahuan yang di miliki seseorang maka semakin tinggi juga dampak orang tersebut dalam memilih deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto.

Menurut Sukmadinata minat nasabah dapat dipengaruhi oleh faktor pengetahuan. Pengetahuan merupakan aktivitas makhluk hidup yang dilengkapi dengan dan atau panca indera, sebagai alat yang menyebabkan kita dapat menyajikan dunia eksternal mental ke dalam diri kita sendiri. Minat nasabah dipengaruhi karena pemahaman produk atas penggunaannya dan persyaratan untuk pengajuan produk tersebut. Nasabah juga turut mengetahui bahwa produk-produk di Bank Syariah Indonesia menerapkan prinsip-prinsip islam dan produk bank tersebut

diketahui oleh nasabah dengan tanpa bunga, karena bunga pada islam dinilai haram. Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa faktor pengetahuan dapat mempengaruhi minat nasabah deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto.

e. Faktor Bukti Fisik

Faktor kelima bukti fisik dengan nilai *Eigenvalue* 1,264. Faktor ini terdiri dari Pelayanan³ (Bukti Fisik) dengan nilai loading tertinggi yaitu (0,791) dan Pelayanan¹ (Daya Tanggap) dengan nilai loading terendah yaitu (0,771). Bukti fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Bukti fisik ini berhubungan dengan daya tarik fasilitas fisik, peralatan/perlengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi. Bukti fisik sangat berpengaruh sekali terhadap nasabah untuk membeli atau menggunakan produk jasa yang ditawarkan.

Dalam penelitian milik Novi yang berjudul “Pengaruh Bukti Fisik, Reliabilitas Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati dalam Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah” dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat nasabah. Bukti fisik merupakan sesuatu yang penting diperhatikan karena berhubungan dan dirasakan langsung oleh nasabah

dan menjadi salah satu ukuran nasabah dalam menilai kinerja bank. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini faktor bukti fisik dapat mempengaruhi minat nasabah deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto.

f. Faktor Pendapatan

Faktor keenam Pendapatan dengan nilai *Eigenvalue* sebesar 1,111. Faktor ini terdiri dari Pendapatan1 (Gaji dan Upah) dengan nilai loading (0,726), Pendapatan5 (Pendapatan Usaha Sendiri) dengan nilai loading (0,438), Pendapatan4 (Pendapatan Usaha Sendiri) dengan nilai loading tertinggi yaitu (0,751), namun Pendapatan3 (Pendapatan Usaha Sendiri) dengan nilai loading terendah (0,338). Keempat variabel tersebut memiliki kesamaan yaitu sama-sama dikendalikan oleh faktor Pendapatan pada diri mereka, karena membuktikan bahwa semakin baik tingkat pendapatan yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi juga dampak orang tersebut dalam memilih deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto.

Menurut Ajzen dan Fishbein faktor minat juga dipengaruhi oleh faktor sosial yang meliputi pendapatan. Pendapatan dalam kamus manajemen ialah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan juga didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat

dihasilkan oleh seseorang, perusahaan, atau suatu bangsa dalam suatu periode tertentu. Dengan gaji yang diperoleh nasabah adalah alasan mengapa nasabah harus menyisihkan sebagian gajinya untuk didepositokan. Dengan pendapatan yang diperoleh dari usaha sendiri maupun dari pekerjaan sampingan adalah alasan juga nasabah akan menyimpan pendapatan yang lebih tinggi dengan mendepositokan pendapatannya di bank. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini faktor pendapatan dapat mempengaruhi minat nasabah deposito *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.

g. Faktor Jaminan

Faktor ketujuh jaminan dengan nilai *Eigenvalue* sebesar 1,094. Faktor ini terdiri dari Pelayanan⁶ (Jaminan) dengan nilai loading (0,777). Jaminan ini berarti perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para nasabahnya. Jaminan juga dapat diartikan bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan nasabah atau masalah nasabah.

Pada penelitian milik Sri yang berjudul “Pengaruh Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, dan Lokasi Terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah”, hasilnya dapat disimpulkan bahwa jaminan rasa aman memiliki pengaruh terhadap minat bertransaksi. Yang menjadi nilai

jaminan rasa aman salah satunya adalah dengan terbuktinya keamanan secara fisik yang dapat dirasakan oleh nasabahnya. Sehingga nasabah tidak perlu khawatir serta terancam akan uang yang telah dipercayakan dalam melakukan transaksi di bank. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini faktor jaminan dapat mempengaruhi minat nasabah deposito *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.

2. Faktor Dominan yang Mempengaruhi Minat Nasabah Deposito *Mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto.

Faktor dominan yang mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto adalah faktor pertama atau faktor pelayanan yang meliputi bukti fisik, bukti fisik, pembelian, pengalaman, dan empati. Karena pada faktor yang pertama memiliki nilai *persentage of varians* sebesar 25,938%. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor yang pertama dapat menjelaskan minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto 25,938%.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisa data terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai penjelasan BAB IV, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto yaitu faktor yang pertama adalah faktor pelayanan dengan nilai *eigenvalues* 6,485, faktor yang kedua adalah faktor religi dengan nilai *eigenvalues* 4,280, faktor yang ketiga adalah faktor dimensi konsekuensi dengan nilai *eigenvalues* 2,197, faktor yang keempat adalah faktor pengetahuan dengan nilai *eigenvalues* 1,674, faktor yang kelima adalah faktor bukti fisik dengan nilai *eigenvalues* 1,264, faktor yang keenam adalah faktor pendapatan dengan nilai *eigenvalues* 1,111, dan faktor yang ketujuh adalah faktor jaminan dengan nilai *eigenvalues* 1,094.
2. Faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto yaitu faktor pelayanan yang meliputi Pelayanan⁹ (Bukti Fisik), Pelayanan¹⁰ (Bukti Fisik), Pengetahuan⁴ (Pembelian), Religi⁶ (Pengalaman), Pelayanan⁸ (Empati).

Karena faktor pelayanan memiliki nilai *persentage of varians* terbesar 25,938% dari faktor-faktor lainnya.

B. Saran/Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan hasil dari penelitian ini, penulis memberikan saran untuk dijadikan sebagai bahan masukan atau pertimbangan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto dalam memilih lembaga keuangan syariah. Adapun saran-saran yang dapat diberikan penulis sehubungan dengan hasil penelitian ini yaitu:

1. Diharapkan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto dapat lebih memperhatikan faktor pelayanan dalam kinerjanya, dimana faktor pelayanan memiliki nilai eigenvalue tertinggi. Selain itu dari pihak bank juga tetap tidak mengabaikan faktor-faktor yang kurang dominan seperti pengetahuan, pendapatan, religi dalam mengambil keputusan, karena jika bank tidak memperhatikan faktor yang kurang dominan terhadap perilaku nasabah deposito *mudharabah*, maka tidak menutup kemungkinan jika faktor-faktor tersebut dapat memberi pengaruh yang kurang baik terhadap bank sehingga adanya penurunan kuantitas dari nasabah deposito *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto.
2. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya, untuk analisis yang digunakan berbeda dengan analisis yang digunakan pada penelitian ini, karena dengan metode yang berbeda juga menghasilkan perbedaan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Djamil, Faturrahman. *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Di Bank Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2014..

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2008.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Multivariat dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.

Gunawan, Fahmi. *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi*, Tenggara. Yogyakarta: CV Budi Utama Yogyakarta, 2018.

Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*.

Hartono, Jogiyanto. *Metoda Pengumpulan dan Teknis Analisis Data*. Yogyakarta: ANDI Anggota IKAPI.

Ismail, *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.

Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Jalaluddin, *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafinso Persada, 2012.

Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.

Mangunwijaya, *Menumbuhkan Sikap Religius Anak*. Jakarta: Gramedia, 1986.

Marbun, *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003.

Marthon, Sa'ad Said. *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*. Jakarta: ZikrulHakim, 2007.

Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011.

Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, 1st ed. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

Muhammad, *Akuntansi Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Trust Media, 2009.

Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta, 2014.

Pandia, Frianto. *Manajemen Dana Dan Kesehatan Bank*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.

Prasetia Indra, *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori dan Praktik*. Medan: Umsu PRESS, 2022.

Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*,. Bandung:Alfabeta, 2017.

Rahmat , *Psikologi Pendidikan*. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara, 2018.

Santoso, Singgih. *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018.

Sarifudin, Muhamad. *Pembiayaan Musyarakah dalam Meningkatkan Pendapatan Nasabah di BPRS*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2001.

Simamora, Bilson. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.

Sinungan, Moch Darsyah. *Manajemen Dana Bank*. Jakarta: Rineka Cipta, 1990.

Subagyo, Pangestu. and Djarwanto, *Statistik Induktif* . Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 1998

Slamet, Achmad. And Yeri Sutopo. *Statistika Inferensial*. Yogyakarta: ANDI, 2017.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Da R dan D*. Bandung: CV Alfabeta, 2016.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R dan D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2017.

Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik Dan Analisis Output Komputer*.

Suparmoko, *Keuangan Negara:Teori dan Praktik*. Yogyakarta:BPEE, 2000.

Syahrum, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* Bandung: Citapustaka Media, 2014.

Yamin, Sofyan. (*Tutorial Statistic SPSS, Lisrel, Warppls & JASP (Mudah dan Aplikatif)*), (Dewangga Energi Internasional Publishing, 2021

Yuniarti, Sri. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Pustaka Setia, 2015.

Jurnal:

Anggraini, Nia.“Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru” Dalam Jurnal Inovasi Penelitian , Vol. 1 No, 9 Februari 2021.

Chotifah, Yuliana Siti. “Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Program Office Channeling”, Dalam Journal of Finance and Islamic Banking, Vol.1 No.1 Januari-Juni (2018).

Danil, Mahyu. “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen”, Dalam Journal konomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh, Vol. IV No. 7: 9.

Engkur, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di DKI Jakarta”, Dalam Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, Vol 14 No.01, April 2018.

Isa, Muhammad. “Pengetahuan Masyarakat Desa Hutatonga Kecamatan Panyabungan Barat Tentang Perbankan Syariah” Dalam Jurnal At-Tijaroh, Volume 3, No. 2, Desember (2017).

Kristiyadi, “Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi, Dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Koerasi Jasa Keuangan Syariah” Dalam Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika, Vol.5 No.9 (2016).

Mahyani, “Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Pelaku)”

Nasrullah, Muhammad “Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk”, Dalam Jurnal Hukum Islam (JHI), No. 2, Vol 13, (Desember 2015).

Yulianti, Rahma “Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah DI Kota Banda Aceh” Dalam Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis, Vol. 2, No. 1 (Maret 2015).

Skripsi:

Cahyani, Novi Tri. “Pengaruh Bukti Fisik, Reliabilitas Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati dalam Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah”, 2021.

Larasati, Febby. “Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah” 2017.

Tias, Sri Wahyuning. “Pengaruh Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, dan Lokasi Terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah” (Studi Pada Masyarakat Desa Bandar Jaya Tiur Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah) 2018.

Internet:

<https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-bank-syariah-indonesia>,
<https://www.google.com/amp/s/www.syariahbank.com/mengenal-bank-syariah-indonesia/%3famp>