



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN
KEPUASAN NASABAH TERHADAP
MINAT MENABUNG ULANG NASABAH
TABUNGAN MUDHARABAH
PADA PT. BANK SINARMAS SYARIAH, TBK
CABANG JEMBER**

*The Influence Of Service Quality And Customer Satisfaction On Interests To
Save Mudharabah Customers In Pt. Bank Sinarmas Syariah, Tbk
Jember Branch*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember

Oleh

Devi Lavitasari

NIM 140810201190

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2020



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN
DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP
MINAT MENABUNG ULANG NASABAH
TABUNGAN MUDHARABAH
PADA PT. BANK SINARMAS SYARIAH, TBK
CABANG JEMBER**

*The Influence Of Service Quality And Customer Satisfaction On Interests To
Save Mudharabah Customers In Pt. Bank Sinarmas Syariah, Tbk
Jember Branch*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember

Oleh

Devi Lavitasari

NIM 140810201190

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2020

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

SURAT PERNYATAAN

NAMA : Devi Lavitasari
NIM : 140810201190
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Minat Menabung Ulang Nasabah Tabungan Mudharabah Pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk Cabang Jember.

Menyatakan dengan ini sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar- benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplak milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 2 Desember 2019
Yang Menyatakan

Devi Lavitasari
NIM 140810201190

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Minat Menabung Ulang Nasabah Tabungan Mudharabah Pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk Cabang Jember

Nama Mahasiswa : Devi Lavitasari

NIM : 140810201190

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Disetujui Tanggal : 18 November 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Prof. Dr. Raden Andi Sularso, MSM.

NIP. 196004131986031002

Dr. Bambang Irawan, M.Si.

NIP. 196103171988021001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi S-1
Manajemen

Hadi Paramu, S.E., M.B.A., Ph.D.

NIP.196901201993031002

JUDUL SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Minat Menabung Ulang Nasabah Tabungan Mudharabah Pada PT Bank Sinarmas Syariah, Tbk Cabang Jember. Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Devi Lavitasari

NIM : 140810201190

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal:

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Drs. Sudaryanto, MBA., Ph. D. : (.....)

NIP. 196604081991031001

Sekretaris : N. Ari Subagio, S.E, M. Si. : (.....)

NIP. 197311092000031002

Anggota : Wiji Utami, S.E., M. Si. : (.....)

NIP. 197401202000122001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Jember

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA.

NIP. 197107271995121001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan segala kerendahan hati dan penuh syukur saya persembahkan skripsi ini sebagai bentuk tanggung jawab, bakti, dan ungkapan terima kasih kepada:

1. Orang Tua saya tercinta Bapak Muhamad Huzaini dan Ibu Sukesi
2. Adik-adik tercinta Rezi Muhammad dan Bagus Firman.
3. Dosen Pembimbing Prof Dr. Raden Andi Sularso, MSM. dan Dr. Bambang Irawan, M. Si. yang selalu membimbing saya dengan sabar dalam pengerjaan skripsi ini. Terimakasih atas bimbingan dan bekal ilmu yang telah diberikan.
4. Para Guru terbaik mulai dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi, terimakasih atas bimbingan dan semua ilmu yang telah diberikan kepada saya.
5. Para sahabat terbaik saya Lambe Turah dan Sahabat saya di komunitas GENBI Jember yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

&

Terimakasih untuk semua orang yang telah memberikan bantuan, doa dan motivasi yang diberikan untuk selesainya skripsi ini.

Terima kasih sudah selalu ada di segala momen tawa dan tangis.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Asy Syarh: 5)

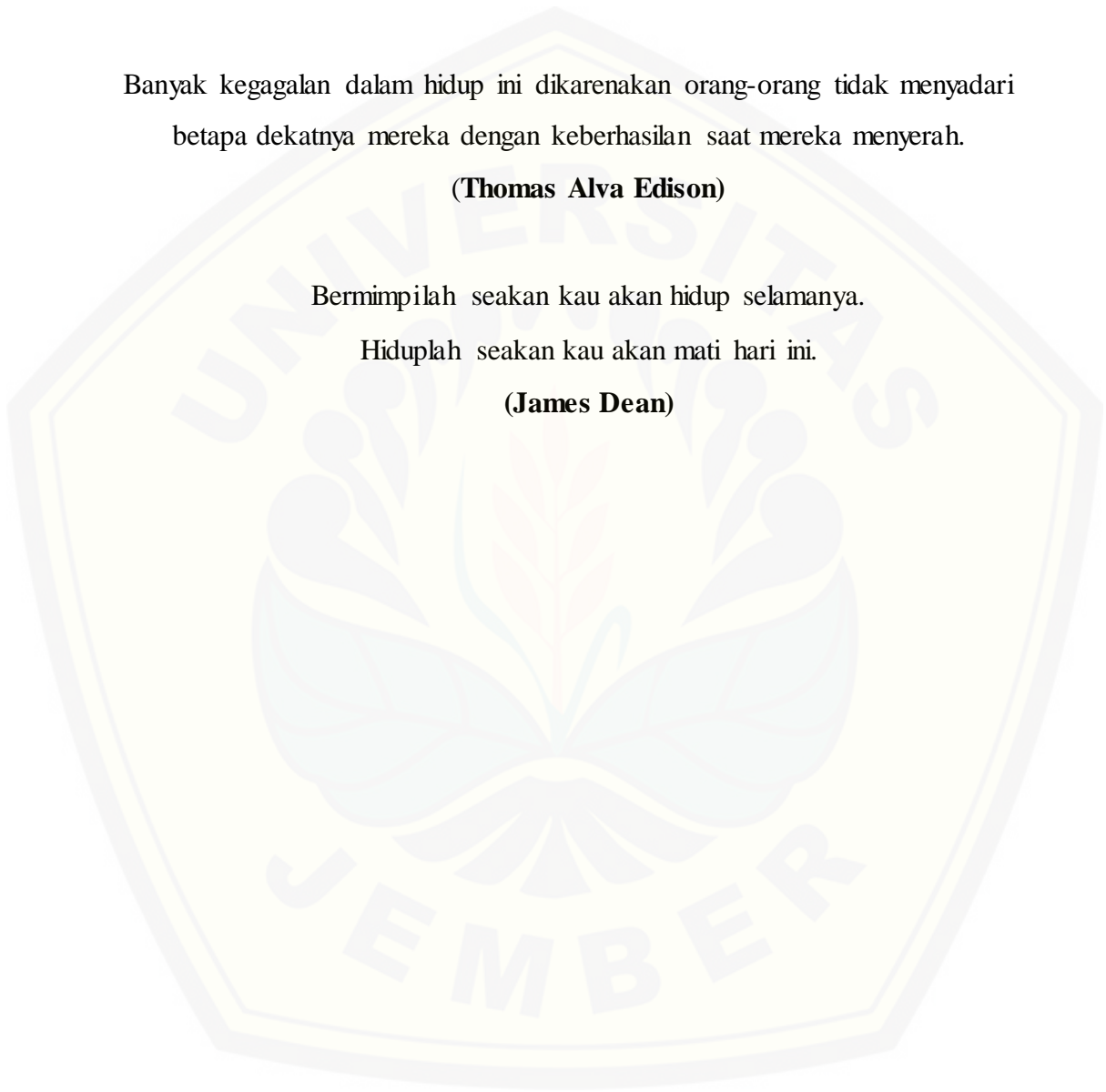
Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

(Thomas Alva Edison)

Bermimpilah seakan kau akan hidup selamanya.

Hiduplah seakan kau akan mati hari ini.

(James Dean)



RINGKASAN

“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP MINAT MENABUNG ULANG NASABAH TABUNGAN MUDHARABAH PADA PT. BANK SINARMAS SYARIAH, TBK CABANG JEMBER” ; Devi Lavitasari; 140810201190; 2019; 99 halaman; Jurusan Manajemen; Fakultas Ekonomi dan Bisnis; Universitas Jember.

Orientasi nasabah merupakan faktor kunci keberhasilan dari suatu perusahaan. Setiap organisasi maupun perusahaan wajib menggunakan sudut pandang konsumen atau nasabah dalam melakukan aktifitas pemasaran agar dapat memenuhi kebutuhan dan juga keinginan konsumen atau nasabah. Konsumen akan menilai suatu produk setelah ia merasakan kepuasan pada produk yang ditawarkan perusahaan, sehingga pengalaman yang didapat oleh nasabah akan cenderung membentuk perilaku mereka melakukan pembelian. Jika produk yang dinikmati dirasa puas maka konsumen akan melakukan pembelian secara berulang, tetapi jika produk yang ditawarkan perusahaan dirasa tidak sesuai harapan maka konsumen tidak akan menggunakan produk secara berulang.

Untuk menarik konsumen atau nasabah agar melakukan pembelian secara berulang, maka organisasi maupun perusahaan harus dapat memahami keinginan nasabah dengan meningkatkan kualitas layanan, khususnya pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Jika layanan yang diberikan perusahaan dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen atau nasabah, maka konsumen akan merasa puas dengan apa yang telah dilakukan perusahaan. Semakin tinggi perusahaan jasa meningkatkan tingkat kualitas layanan akan harapan nasabah maka tingkat kepuasan seorang nasabah juga akan semakin tinggi sehingga pembelian produk atau penggunaan produk secara berulang dan terus menerus. Jika nasabah sudah percaya dan melakukan pembelian atau penggunaan produk perusahaan secara terus menerus dan berulang maka tingkat profit yang didapat perusahaan juga semakin meningkat.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa adalah PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk Cabang Jember. Perusahaan jasa ini adalah suatu

perusahaan perbankan yang menerapkan sistem Syariah pada ruang lingkup pelayanan dan juga sistem kerja perusahaan. Untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, Bank Sinarmas Syariah dituntut untuk peka terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah pada khususnya, sehingga strategi yang digunakan adalah peningkatan kualitas layanan agar dapat menciptakan kepercayaan nasabah dan juga meningkatkan kepuasan nasabah dengan elalu memperhatikan keinginan nasabah demi meningkatkan kepercayaan nasabah. Jika nasabah merasa semua kebutuhan dan keinginannya terpenuhi dengan baik maka nasabah akan melakukan transaksi maupun penggunaan produk secara berulang, khususnya produk tabungan. Selain penggunaan produk secara berulang yang dulakukan oleh nasabah hal ini juga dapat meningkatkan profit bagi perusahaan dan dapat meningkatkan kejayaan perusahaan itu sendiri agar tetap bisa bersaing di pasaran dengan banyaknya pesaing bisnis di bidang perbankan syariah yang lainnya.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap minat menabung ulang nasabah tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk Cabang Jember. Objek pada penelitian ini adalah nasabah Bank Sinarmas Syariah Cabang Jember yang pernah menabung lebih dari 1 kali dengan jumlah tabungan minimal sebesar Rp. 3.000.000 rupiah. Sampel dari penelitian ini berjumlah 108 responden, dengan jumlah indikator variabel yaitu 12. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan Hasil pengujian regresi linier berganda atas pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung ulang menunjukkan hubungan yang positif signifikan. Ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang baik akan meningkatkan minat menabung ulang. Hasil pengujian regresi linier berganda atas pengaruh kepuasan nasabah terhadap minat menabung ulang menunjukkan hubungan yang positif signifikan. Ini membuktikan bahwa kepuasan nasabah yang baik akan meningkatkan minat menabung ulang.

SUMMARY

"THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION ON INTERESTS TO SAVE MUDHARABAH CUSTOMERS IN PT. BANK SINARMAS SYARIAH, TBK JEMBER BRANCH"; Devi Lavitasari; 140810201190; 2019; 99 pages; Management major; Faculty of Economics and Business; University of Jember.

Customer orientation is a key success factor of a company. Every organization and company must use the perspective of consumers or customers in conducting marketing activities in order to meet the needs and desires of consumers or customers. Consumers will judge a product after he feels satisfaction with the products offered by the company, so the experience gained by consumers or customers will tend to shape their behavior to make a purchase. If the product enjoyed is satisfied, consumers will make repeated purchases, but if the product offered by the company is deemed not as expected, consumers will not use the product repeatedly.

To attract consumers or customers to make repeated purchases, the organization or company must be able to understand the desires of customers by improving service quality, especially in companies engaged in services. If the services provided by the company can meet the desires and expectations of consumers or customers, then consumers will feel satisfied with what the company has done. The higher the service company increases the level of service quality will be customer expectations, the level of satisfaction of a customer will also be higher so that product purchases or product use repeatedly and continuously. If customers already trust and make purchases or use of the company's products continuously and repeatedly, then the level of profits obtained by the company also increases.

One of the companies engaged in services is PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk Jember Branch. This service company is a banking company that implements the Sharia system in the scope of services and also the work system of the company. To face increasingly fierce business competition, Bank Sinarmas

Syariah is required to be sensitive to the needs and desires of customers in particular, so that the strategy used is to improve service quality in order to create customer trust and also increase customer satisfaction by always paying attention to customer desires to increase customer confidence. If the customer feels all his needs and desires are fulfilled properly, the customer will carry out transactions and repeated use of the product, especially savings products. In addition to repeated use of the product by the customer, this can also increase profits for the company and can increase the glory of the company itself in order to remain competitive in the market with many other business competitors in the field of Islamic banking.

Based on this phenomenon, this study aims to examine and analyze the significant influence of service quality and customer satisfaction on the interest of saving customers back to mudharabah savings at PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk Jember Branch. The object of this research is a customer of Sinarmas Syariah Bank Jember Branch who has saved more than 1 time with a minimum savings amount of Rp. 3,000,000 rupiah. The sample of this study amounted to 108 respondents, with a number of variable indicators, namely 12. The analytical method used is multiple linear regression analysis.

Based on the results of multiple linear regression testing on the effect of service quality on saving interest shows a significant positive relationship. This proves that good service quality will increase interest in saving again. The results of multiple linear regression testing on the effect of customer satisfaction on the interest of saving again showed a significant positive relationship. This proves that good customer satisfaction will increase interest in saving again.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Minat Menabung Ulang Nasabah Tabungan Mudharabah Pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk Cabang Jember”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulisan ini menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jember.
2. Bapak Hadi Paramu, S.E., M.B.A., Ph.D. selaku Koordinator Program Studi S-1 Manajemen
3. Dr. Novi Puspitasari, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik
4. Prof. Dr. RadenAndiSularso, MSM. selaku pembimbing I dan Bapak Dr. Bambang Irawan, M.Si. selaku pembimbing II yang telah dengan ikhlas meluangkan waktu guna memberikan bimbingan, saran dan pengarahan selama penulisan skripsi ini.
5. Tim penguji Bapak Drs. Sudaryanto, MBA., Ph.D. kemudian Bapak N. Ari Subagio, S.E., M.Si. dan Bapak Ibu Wiji Utami, S.E., M.Si. yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran guna menguji sehingga menyempurnakan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen yang telah bersedia membagi ilmu pengetahuan dan memotivasi diri untuk menggali ilmu lebih dalam lagi.
7. Kepala Kantor PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk Cabang Jember yang telah mengizinkan melakukan penelitian dan pemberian data yang berkaitan guna penelitian.

8. Orang tua tercinta Bapak Muhamad Huzaini dan Ibu Sukesi yang senantiasa mencurahkan seluruh cinta dan kasih sayangnya, serta selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat yang tidak pernah putus.
9. Adik saya Bagus Firman Fahrezadan Rezi Muhammad Fah Levi, yang selalu memberikan semangat dan doa.
10. Sahabat saya Intan April, Noviah F, Maria Pitri, Ayu R, Rani Novita, WiraniRaseta, Rindi Arum, Risky Rosita, AdhamasRizky, Ali Yusuf, Lazuardi R dansemuatemansayayang selalu memberikan dukungan dan semangat.
11. Sahabat-sahabat tersayang saya Mariyatus Sholeha, Pradini Anjar, Farah Zahira, Maki Asrori, Bagoes Setya, Dianidza, Luklu Isnuriah, Revi Nanda terima kasih atas doa, bantuan, semangat dan kebersamaannya selama di organisasi kebanggan.
12. Keluarga besar GENBI Jember.
13. KKN 98 Desa Sabrang, Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember Gel. II Tahun 2017.
14. Teman-teman Fakultas Ekonomi terutama jurusan Manajemen angkatan 2014.
15. Dan semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi ksempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 2 Desember 2019

Penulis,

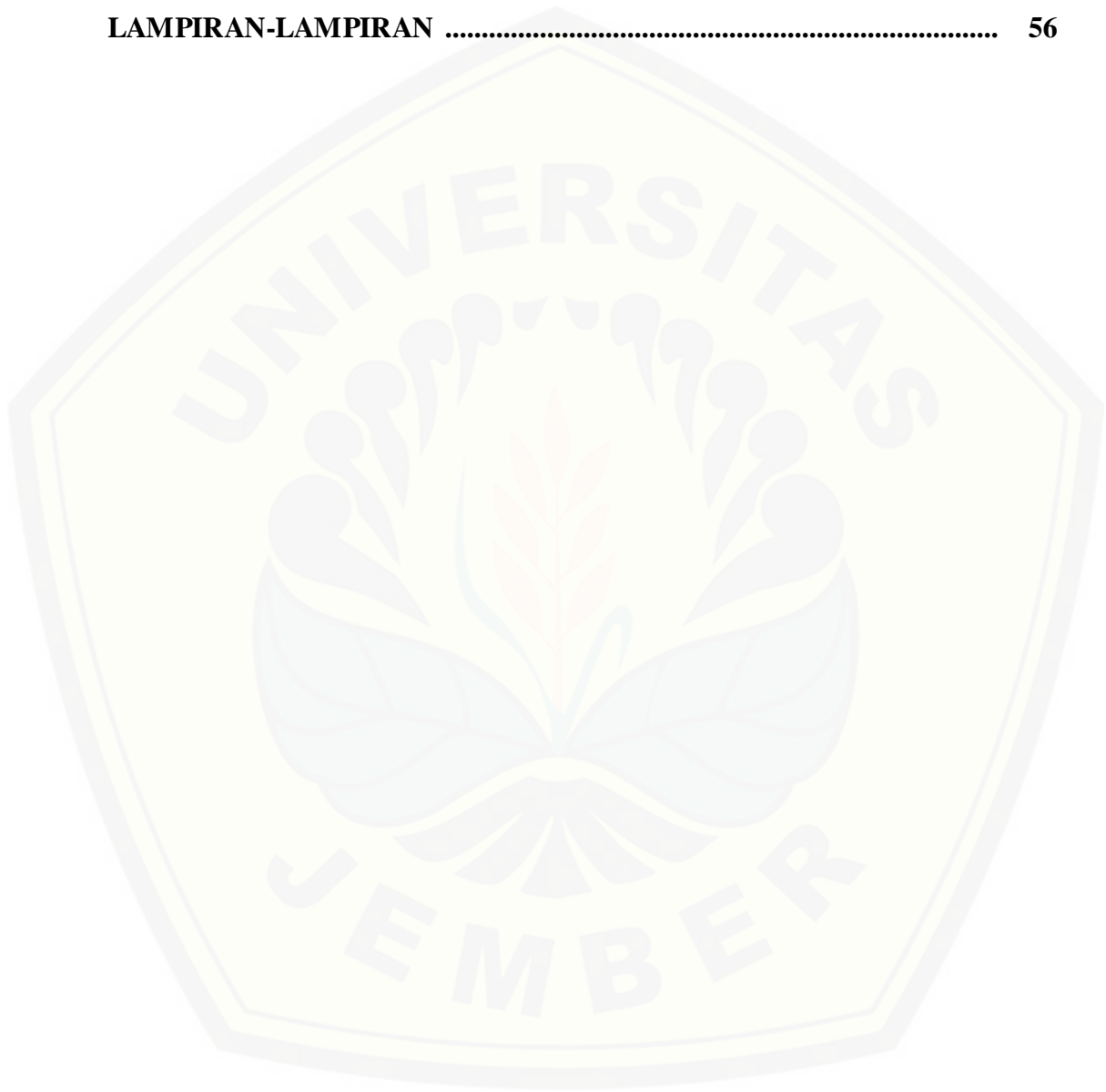
Devi Lavitasari

NIM 140810201190

DAFTAR ISI	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	x
PRAKATA	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Perbankan Syariah	7
2.1.2. Tabungan Mudharabah	8
2.1.3. Kualitas Layanan	9
2.1.4. Kepuasan Nasabah.....	10
2.1.5. Minat Menabung Ulang	12
2.2. Penelitian Terdahulu.....	14
2.3. Kerangka Konseptual	17
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	19

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1. Rancangan Penelitian	20
3.2. Populasi dan Sampel.....	20
3.3. Jenis dan Sumber Data	21
3.3.1 Jenis Data.....	21
3.3.2 Sumber Data	21
3.4. Metode Pengumpulan Data	22
3.5. Definisi Operasional Variabel	22
3.6. Definisi Operasional Variabel	23
3.7. Skala Pengukuran	25
3.8. Metode Analisis Data	26
3.8.1 Uji Instrumen Data	26
3.8.2 Uji Asumsi Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	28
3.8.4 Pengujian Hipotesis	29
3.9. Kerangka Pemecahan Masalah	31
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.2 Karakteristik Responden	34
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	36
4.1.4 Uji Instrumen	39
4.1.5 Uji Normalitas Data.....	41
4.1.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
4.1.7 Uji Asumsi Klasik	43
4.1.8 Uji Hipotesis	44
4.2 Pembahasan	45
4.2.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Ulang	46
4.2.2 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Minat Menabung Ulang	48
4.3 Keterbatasan Penelitian	50

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1. Kesimpulan	51
5.2. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN-LAMPIRAN	56

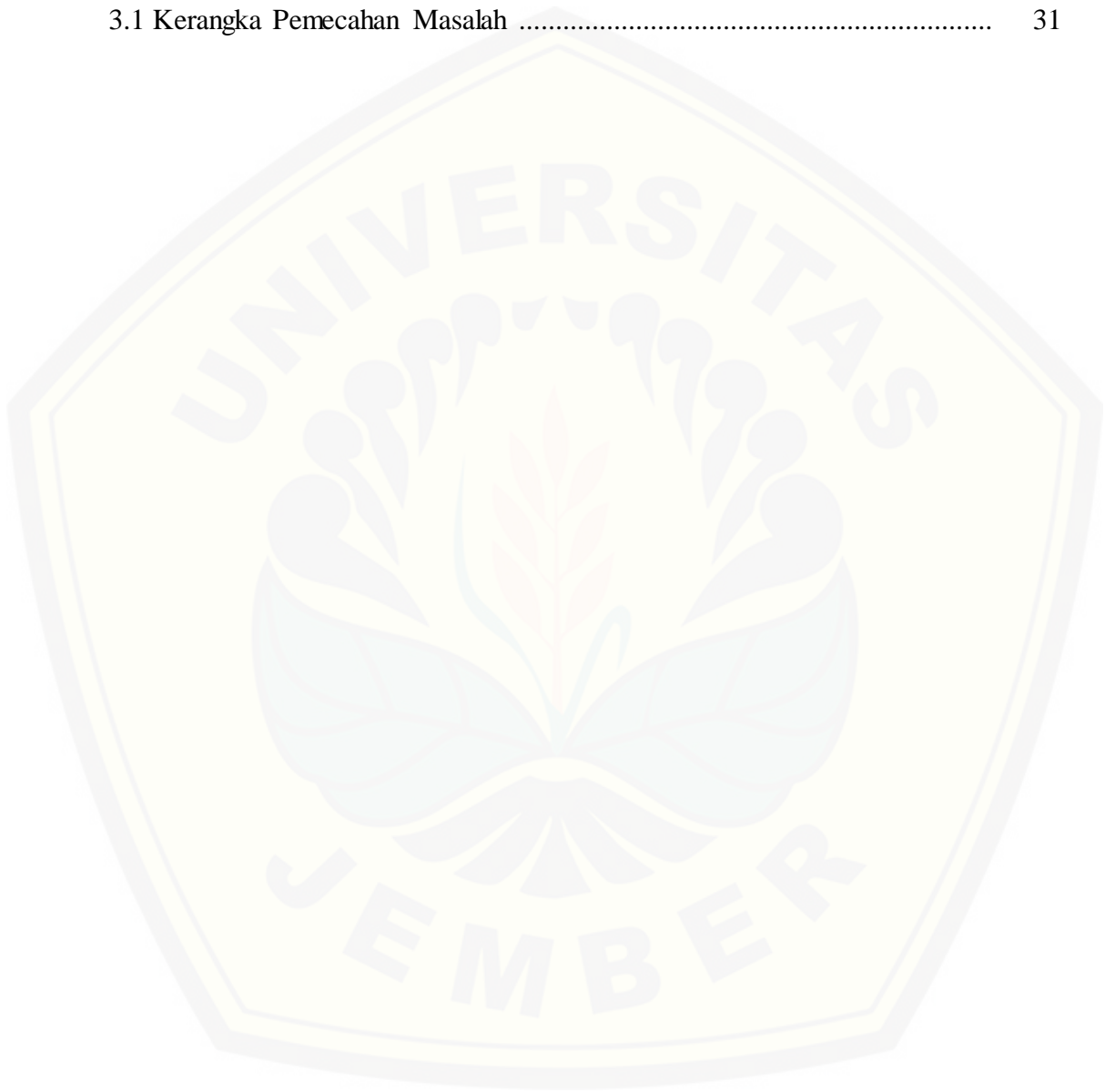


DAFTAR TABEL

1.1 Data Keuangan Perusahaan	4
2.1 Penelitian Terdahulu	16
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	35
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	35
4.6 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan.....	37
4.7 Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah	38
4.8 Deskripsi Variabel Minat Menabung Ulang	39
4.10 Hasil Uji Validitas.....	40
4.11 Hasil Uji Reliabilitas	41
4.12 Hasil Uji Normalitas Data	41
4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	42
4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	43
4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
4.16 Hasil Uji t	44

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual	8
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 2 Rekapitulasi Penelitian	61
Lampiran 3 Jawaban Responden.....	66
Lampiran 4R Tabel	69
Lampiran 5 Output SPSS Hasil Uji Validitas	74
Lampiran 6 Output SPSS Hasil Uji Reliabilitas	77
Lampiran 7 Output SPSS Hasil Uji Normalitas	79
Lampiran 8 Output SPSS Hasil Uji Regresi Linier Berganda	80
Lampiran 9 Output SPSS Hasil Uji Multikolinieritas.....	81
Lampiran 10 Output SPSS Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	81
Lampiran 11 Output SPSS Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	82

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan dan jasa keuangan telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Kemajuan industri perbankan ini berdampak pada meningkatnya sistem perbankan yang beranekaragam. Tidak hanya sistem perbankan konvensional saja saat ini yang diterapkan di Indonesia, tetapi karena kebutuhan dan mayoritas masyarakat di Indonesia beragama Islam, sehingga lahirlah perbankan dengan syariat-syariat dan ketentuan Islam yaitu “perbankan syariah”. Hal ini timbul karena persaingan dalam dunia perbankan dipicu oleh pertumbuhan dan perkembangan setiap bank. Sedangkan pertumbuhan dan perkembangan setiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana masyarakat, baik dana bersekala kecil maupun dana yang berskala besar. Sebagai lembaga keuangan, dana merupakan permasalahan bank yang paling utama. Tanpa dana yang cukup, bank tidak dapat berbuat apa-apa. Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

Kualitas Layanan adalah suatu proses pelayanan yang baik dalam proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia secara umum dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu pelayanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan pelayanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara. Dalam rangka mempertahankan hidupnya, manusia sangat memerlukan pelayanan, baik dari diri sendiri maupun dari karya orang lain, Moenir (2005: 208)

Kepuasan menurut Kotler (2007:98) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Minat menggunakan ulang adalah sebuah perilaku konsumen atau nasabah dalam membuat keputusan membeli kembali, dan menggunakan produk atau jasa yang dibeli kembali, juga faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk atau jasa secara berulang. Sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen terlebih dahulu melalui beberapa tahapan sampai kepada keputusan membeli, yaitu proses tahap demi tahap yang digunakan konsumen ketika membeli barang atau jasa Lamb, Hair and McDaniel (2001).

Dengan melihat makin ketatnya persaingan di dunia bisnis jasa, maka bank syariah harus benar-benar mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut. Oleh karena itu dalam meningkatkan kinerja operasionalnya, perbankan syariah berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh. Bank syariah harus dapat melihat celah pasar dan keinginan yang diinginkan oleh nasabah, sehingga nasabah dapat menggunakan jasa perbankan syariah dengan maksimal secara berulang dan juga akan berdampak pada peningkatan aset perbankan syariah itu sendiri. Maka dari itu perbankan syariah harus dapat membuat nasabah merasa puas, sehingga nasabah terus menggunakan jasa perbankan syariah tersebut semakin baik.

Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung maupun meminjam pada bank syariah tersebut. Selain itu nasabah akan mempertimbangkan kualitas layanan bank syariah tersebut terhadap nasabah sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya. Untuk kepuasan nasabah terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat, yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (*Perceived quality*). Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepercayaan dalam menyimpan dananya di Bank, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya.

Perbankan Syariah mulai dikenal oleh masyarakat pada tahun 1992 setelah diberlakukannya UU No. 7 tahun 1992 yang memungkinkan Bank Syariah menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan asas Nisbah atau bagi hasil. Perlahan-lahan Bank Syariah mampu untuk memberikan kebutuhan masyarakat yang menginginkan sistem perbankan yang berlandaskan pada prinsip syariah islam.

Di kota Jember sendiri saat ini terdapat banyak perbankan yang bersifat syariah seperti Muamalat Syariah, Bank Mandiri Syariah (BSM), BRI Syariah, Sinarmas Syariah yang menawarkan berbagai keunggulan masing-masing pada setiap produknya dalam menarik nasabah.

Perbankan syariah sendiri di Indonesia mulai digencarkan dan diperkenalkan lebih luas oleh induk Bank yakni Bank Indonesia dikarenakan perbankan syariah memiliki keunggulan yang unggul dibandingkan bank konvensional yang ada di Indonesia demi perkembangan pemerataan ekonomi menengah kebawah secara syariah berdasarkan prinsip ekonomi Islam. Contoh dukungan dan pengenalan tertang perbankan syariah yang dilakukan Bank Indonesia adalah dengan pembuatan berbagai kebijakan perbankan syariah dan juga dengan pengenalan secara terbuka kepada masyarakat yaitu pengadaan event ISEF (Indonesia Ekonomi Syariah Festival) yang diselenggarakan setiap tahun guna memperkenalkan produk-produk perbankan syariah kepada masyarakat secara langsung.

Dalam hal ini peneliti melihat ada fenomena yang terjadi dari perkembangan PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk Cabang Jember pada khususnya. PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember mulai berdiri dan melakukan kegiatan usahanya pada Juli 2013 yang beralamatkan di jalan Ahmad Yani Jember, Jawa Timur. Awal mula PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember memiliki kantor operasional yang jadi satu dengan kantor operasioanl PT. Bank Sinarmas, Tbk konvensional. Kemudian pada bulan Januari 2018 PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember mulai memiliki kantor pusat sendiri yang beralamatkan di Jalan Diponogoro Jember, Jawa Timur. Dengan hanya kurun waktu 5 tahun Bank Sinarmas Syariah mampu dalam mendirikan kantor cabang

sendiri dan tidak dalam satu kantor dengan Bank Sinarmas yang berbasis konvensional. Ini artinya adanya peran serta nasabah dalam mempercayai Bank Sinarmas Syariah itu sendiri untuk ters berkembang.

Selain itu pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember, peneliti melihat adanya penurunan jumlah tabungan yang terjadi sejak tahun 2014 hingga 2018 yang terus terjadi pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember. Berikut adalah data jumlah tabungan pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember:

Tabel 1 Jumlah Tabungan PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember
Per 31 Desember 2014-2018

No	Tahun	Jumlah Tabungan (dalam rupiah)
1	2014	190.000.000.000
2	2015	172.000.000.000
3	2016	165.000.000.000
4	2017	152.000.000.000
5	2018	136.000.000.000

Sumber: data keuangan PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk Cabang Jember

Berdasarkan fenomena tersebut maka penelitian terhadap PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember, menarik untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap minat menabung ulang nasabah tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember pada khususnya, sehingga peneliti dapat melihat perkembangan yang terjadi pada bank PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember tersebut kenapa terjadi penurunan yang terus menerus dalam kurun waktu 5 tahun terakhir.

1.2 Rumusan Masalah

Terkait dengan latar belakang diatas, maka rumusan masalah untuk menyusun proposal yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Minat Menabung Ulang Nasabah Tabungan Mudharabah Pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember

- a. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menabung ulang nasabah tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember?
- b. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap minat menabung ulang nasabah tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung ulang nasabah tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember.
- b. Untuk menguji pengaruh kepuasan nasabah terhadap minat menabung ulang nasabah tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember.

1.4 Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak, antara lain:

a. Bagi Akaemisi

Sebagai bahan pembelajaran dan pengamplikasian ilmu dibidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran.

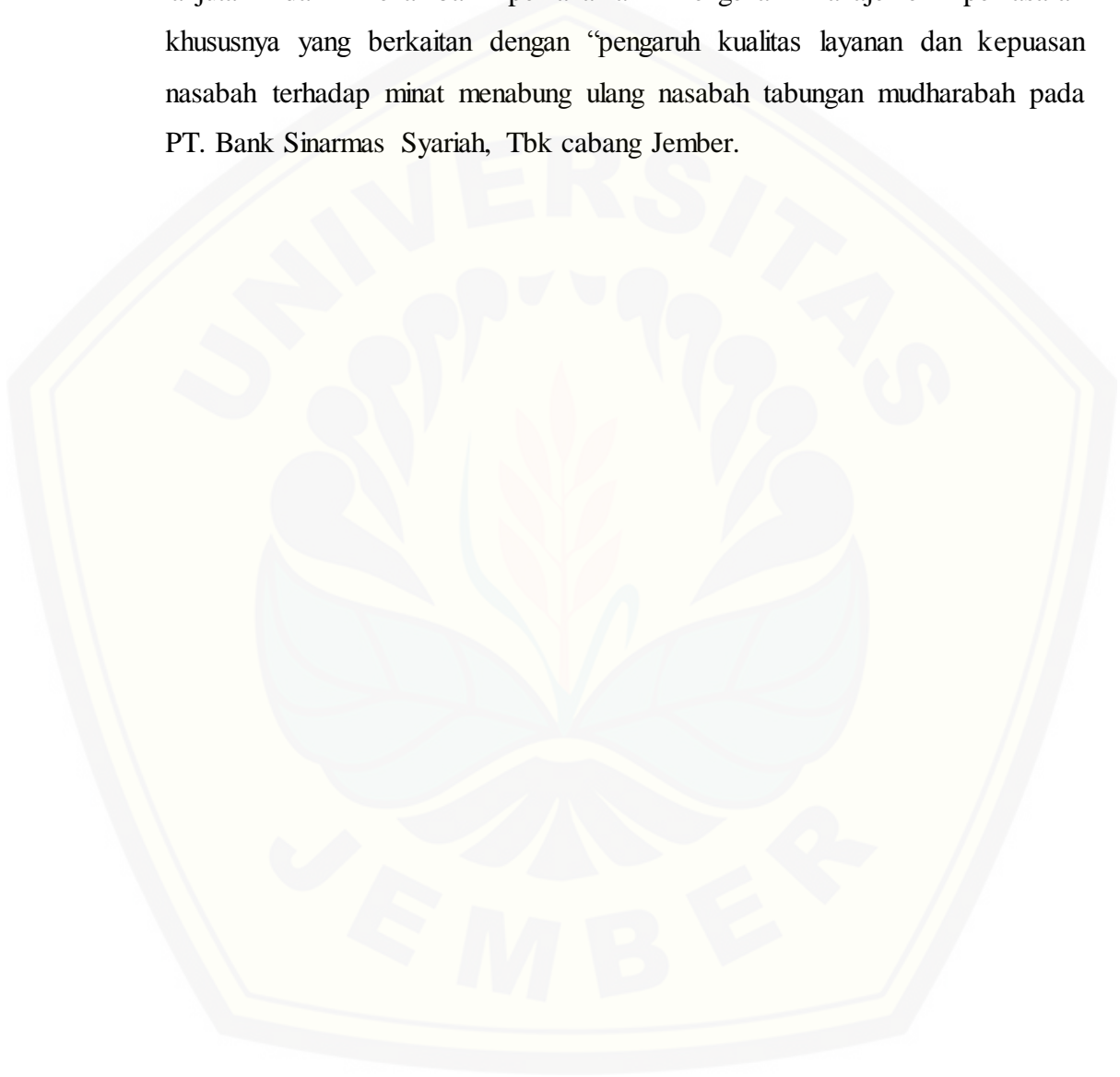
b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan positif untuk perusahaan perbankan syariah, khususnya pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember

supaya dapat merumuskan strategi pemasaran guna mempertahankan keunggulan kompetitif terhadap nasabah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian lanjutan dan menambah pemahaman mengenai manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan ‘pengaruh kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap minat menabung ulang nasabah tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Perbankan Syariah

Di Indonesia sebagai negara Muslim terbesar di dunia, telah muncul pula kebutuhan untuk adanya bank yang melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah seperti itu. Keinginan ini kemudian terpampang dan dikeluarkannya UU Nomor 7 tahun 1992 sekalipun belum dengan istilah yang tegas, tetapi baru dimunculkan dengan memakai istilah “bagi hasil”. UU ini menjelaskan tentang perbankan, bank yang kegiatan usahanya dilakukan berdasarkan prinsip syariah tersebut secara teknik yuridis disebut “Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil”.

Baru setelah UU Nomor 7 tahun 1992 itu diubah dengan UU Nomor 10 tahun 1998. Istilah yang dipakai lebih terang-terangan yaitu “ Bank Berdasarkan prinsip Syariah”.

Kemudian disempurnakan kembali dalam UU Nomor 10 Tahun 1998 disebut dengan tegas istilah “Prinsip Syariah”. Kemudian dipertegas lagi UU Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah tanggal 16 Juli Tahun 2008 sebagaimana yang disebut dalam pasal 1 angka 7 UU tersebut bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah tersebut.

Menurut Kazarian (1993:51) tujuan dasar dari perbankan syariah adalah menyediakan fasilitas keuangan dengan cara mengupayakan instrumen-instrumen keuangan (*financial instrument*) yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan dan norma- norma syariah. Bank syariah berbeda dengan bank tradisional dilihat dari segi partisipasinya yang aktif didalam proses pengembangan sosio-ekonomis dari negara-negara islam. Tujuan utama dari perbankan syariah bukan untuk memaksimalkan keuntungan sebagaimana yang dilakukan oleh sistem perbankan yang berdasarkan bungs, tetapi lebih kepada dengan memberikan keuntunghan-keuntungan sosio ekonomis bagi orang-orang muslim.

2.1.2 Tabungan Mudharabah

Tabungan (*saving deposit*) adalah simpanan yang penarikannya harus dapat dilakukan menurut syariat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet dan lain-lain. tabungan ini hanya bisa ditarik dengan cara nasabah membawa buku rekening tabungan, slip pembayaran atau lewat ATM. Beberapa definisi Tabungan *Mudharabah* sebagai berikut:

Tabungan *Mudharabah* adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*. Dalam hal ini Bank Syariah mengelola dana yang diinvestasikan oleh penabung secara produktif, menguntungkan dan memenuhi prinsip-prinsip syariah Islam. Hasil keuntungannya akan dibagikan kepada penabung dan bank sesuai perbandingan bagi hasil atau *nisbah* yang disepakati bersama. Apabila tabungan hanya ditimbun tanpa diinvestasikan, maka bagaikan harta yang tidak berguna karena Islam tidak menyukai adanya tindakan penimbunan harta yang sia-sia/tidak diinvestasikan Karim (2004:95).

Standarisasi Akad Tabungan *Mudharabah* adalah sebagai berikut: Ascarya (2007: 119):

- a. Pada setiap penerimaan nasabah baru, diwajibkan untuk menerangkan esensi tabungan *mudharabah* serta kondisi penerapannya seperti bentuk investasi nasabah ke bank, definisi dan terminologi, keikutsertaan dalam skema penjaminan, *profit sharing* atau *profit revenue*, *term and conditions* dan tata cara perhitungan bagi hasil.
- b. Bank wajib meminta nasabah untuk mengisi formulir jika tidak terjadi akad yang disertakan.
- c. Nasabah wajib menandatangani formulir permohonan tersebut sebagai bukti adanya kehendak dari pihak pemilik dana untuk menyerahkan dananya kepada bank pengelola.
- d. Apabila bank setuju, bank wajib menandatangani formulir tersebut sebagai bukti adanya kesanggupan pihak bank sebagai pihak yang mengelola dana.

- e. Nasabah wajib menyetorkan dana sebesar nominal yang ditulis dalam formulir permohonan sebagai bukti investasi tunai bukan utang serta menegaskan jumlah investasi yang sesuai dengan yang disepakati.
- f. Apabila terjadi adanya perubahan nisbah bagi hasil untuk periode mendatang. Maka bank wajib mengumumkan sebelum nisbah bagi hasil tersebut diberlakukan dalam jangka waktu tertentu sesuai kebijakan bank.
- g. Bank wajib mengumumkan pendapatan akan bagi hasil (basis angka, *share base*) yang menjadi acuan pembagian hasil pada setiap dilakukannya proses pembagian hasil oleh bank untuk periode tertentu.
- h. Tabungan hanya dapat ditutup setelah periode investasi berakhir.

2.1.3 Kualitas Layanan

Layanan adalah suatu tindakan sukarela dari satu pihak-ke pihak lain untuk memenuhi kebutuhan secara sukarela. Pelayanan sendiri adalah suatu aspek yang sangat penting dalam dunia bisnis. Karena dengan pelayanan, konsumen dapat menilai bagaimana sistem kerja perusahaan tersebut. Menurut Moenir (2010:26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kegiatan orang dalam masyarakat.

Pada praktik dunia perbankan saat ini, layanan dimasukkan sebagai salah satu syarat utama dalam upaya untuk calon nasabah atau untuk melayani nasabah yang sudah ada (*existing customers*).

Pada penelitian Parasuraman tahun 1988 dalam Fandy Tjiptono (2011) mengemukakan dimensi utama jasa kualitas pelayanan antara lain:

- a. Bukti Fisik (*Tangibles*), yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Misalnya suasana gedung (penerangan, AC) baik.
- b. Keandalan (*reability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Misalnya menyediakan jasa pelayanan dengan baik.
- c. Daya Tanggap (*Responseveness*), yakni keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Misalnya kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat dan tanggap.
- d. Jaminan (*Assurance*), yakni mencakup kemampuan, kesopanan, dan sikap yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan. Misalnya kemampuan karyawan dalam memberikan setiap informasi kepada nasabah dengan baik.
- e. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan. Misalnya setiap karyawan memperhatikan kebutuhan nasabah dengan sungguh-sungguh.

Pada Variabel Kualitas Layanan, indikator yang digunakan oleh peneliti hanya mencakup bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan juga jaminan. Peneliti tidak menggunakan indikator empati. Hal ini dikarenakan peneliti menyesuaikan kondisi keadaan yang ada di lapangan, sehingga tidak menggunakan kelima indikator dan hanya menggunakan 4 (empat) indikator saja.

2.1.4 Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen atau nasabah terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Dengan terpenuhkannya kebutuhan dan keinginan para pelanggan, maka hal tersebut memberikan dampak yang

positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk tertentu konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk atau jasa tersebut secara terus-menerus.

Dengan menggunakan produk perusahaan tersebut secara terus menerus, maka produk dari perusahaan tersebut dapat laku di pasaran dan dapat bertahan di pasaran dengan jangka waktu yang panjang, sehingga perusahaan akan memperoleh laba yang maksimal dan perusahaan dapat tetap *survive* atau dapat bertahan dan dapat berkembang lebih besar. Kepuasan menurut Kotler (2007: 98) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Tjiptono (2012:349) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Apabila layanan yang ditawarkan sama dengan layanan yang diharapkan atau bahkan lebih tinggi, maka pelanggan akan merasa puas.

Pada penelitian ini, kepuasan nasabah perlu diperhatikan agar perbankan syariah dapat tetap eksisi dan dapat berkompetisi terus menerus dalam dunia perbankan yang tingkat persaingannya semakin tinggi. Menurut Tjiptono (2002: 101) atribut-atribut pemebentuk kepuasan terdiri atas sejumlah faktor yang diuraikan sebagai berikut:

a. Kesesuaian harapan

Merupakan gabungan dari kemampuan suatu produk atau jasa dan promosi yang diandalkan, sehingga suatu produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan apa yang dijanjikan produsen.

b. Kemudahan dalam memeproleh

Produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen tersedia di outlet-outlet dan toko yang dekat dengan pembeli potensial.

c. Kesiediaan untuk merekomendasi

Kesediaan konsumen atau nasabah untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis atau ditindak.

Menurut Irawan (2009:3) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Indikator pengukuran kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Perasaan puas
2. Selalu membeli atau menggunakan produk
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah menggunakan produk

2.1.5 Minat Menabung Ulang

Kotler (1999:222) Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan melayani kebutuhan konsumen sasaran. Bagi setiap perusahaan penting untuk mengetahui dan memahami perilaku konsumen agar mampu mengembangkan barang dan jasa yang dibutuhkan. Keputusan konsumen merupakan hal yang sangat berdampak bagi kemajuan dan pengembangan perusahaan itu sendiri.

Sofjan Assauri (2004:141) Keputusan pemakaian jasa atau lebih dikenal sebagai keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya..

Menurut Kotler (2002:251) proses keputusan pembelian melalui lima tahap yaitu:

- a. Pengenalan kebutuhan, yaitu proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah kebutuhan.
- b. Pencarian informasi, yaitu konsumen yang bergerak oleh stimuli akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi.
- c. Evaluasi alternatif, yaitu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam satu susunan pilihan.

- d. Keputusan pembelian, pada keputusan pembelian dipengaruhi oleh dua faktor yang pertama adalah sikap atau pendirian orang lain, dan yang kedua adalah faktor situasi yang tidak diantisipasi.
- e. Perilaku pasca pembelian, setelah membeli produk, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan maupun ketidakpuasan tertentu.

Anderson et al (1994) menyatakan bahwa apabila pelanggan puas terhadap produk atau layanan yang diberikan akan menimbulkan kesetiaan pelanggan, sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang (*repurchase*) dimasa yang akan datang, menurunkan elastisitas harga, menghambat pesaing menarik pelanggan karena pelanggan enggan berpindah (*switching*), menurunkan biaya dan transaksi berikutnya, menurunkan biaya penanganan ketidaksesuaian produk atau jasa, menurunkan biaya pencarian pelanggan baru karena pelanggan akan cenderung menginformasikan kepada calon pelanggan lainnya, karena perusahaan memiliki produk dan layanan yang memuaskan, sehingga reputasi perusahaan turut terangkat.

Kotler dan Philip (1999: 159) Minat beli ulang adalah minat yang timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan didalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat. Pelanggan yang berkomitmen memiliki ketrikatan emosonal terhadap merek atau perusahaan yang dituju. Pada umumnya pelanggan mengekspresikan komitmen mereka dengan kepercayaan dan kesukaan terhadap merek tersebut dan kepercayaan kepada perusahaannya. Konsumen yang berkomitmen tidak ingin mencari informasi tambahan saat membuat keputusan pembelian, selain itu mereka tidak mudah berpindah ke merek pesaing.

Menurut Ferdinand (2002: 25-26) minat beli ulang dapat diidentifikasi sebagai indikator-indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional: yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsinya.

2. Minat refrensial: yaitu kecenderunagn seseorang untuk merefrensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain dengan refrensi pengalaman konsumsinya.
3. Minat preferensial: yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi. Produk preferensial hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu pada produk preferensinya.
4. Minat eksploratif: minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang diinginkannya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diajukan sebagai acuan untuk menentukan beberapa hal, yaitu dijadikan dasar dan perbandingan yang berhubungan dengan teori sistematika penelitian yang dilakukan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurmaidah Ginting (2006) yang meneliti tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Putri Hijau Medan. Variabel bebas yang digunakan adalah Kualitas Pelayanan. Variabel terikat yang digunakan adalah Kepuasan Nasabah. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuzza Bayhaqi (2006) yang meneliti tentang Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Minat Membeli Ulang (Studi Kasus Pada Auto Bridal Semarang). Variabel bebas yang digunakan adalah kualitas layanan dan keunggulan produk. Variabel terikat yang digunakan adalah kepuasan pelanggan dan dampak pada minat membeli ulang. Penelitian ini menggunakan analisis Struktural Equation Modeling (SEM).

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan dan keunggulan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dedy Trisnadi dan Ngadino Surip (2013) yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB Niaga (Studi kasus Bank CIMB Niaga Tbk Bintaro). Variabel bebas yang digunakan adalah kualitas produk tabungan dan kualitas layanan. Variabel terikat yang digunakan adalah minat menabung kembali. Penelitian ini menggunakan analisis korelasi data primer dan regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki efek positif pada bunga tabungan. Faktor dominan yang mempengaruhi bunga simpanan pelanggan adalah kualitas produk.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hibba Al Kanzu dan Harry Soesanto (2016) yang meneliti tentang Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Religius Untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi Pada BNI Syariah Semarang). Variabel bebas yang digunakan adalah kualitas layanan dan nilai persepsi. Variabel terikat yang digunakan adalah minat menabung ulang dan variabel kepuasan beragama sebagai campur tangan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh yang signifikan dan positif yang dirasakan kualitas layanan ,dan perceived value terhadap kepuasan religius dalam meningkatkan minat menabung ulang.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wirdayani Wahab (2017) yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru. Variabel bebas yang digunakan adalah kualitas layanan. Variabel terikat yang digunakan adalah kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear

berganda. Hasil dari penelitian ini adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil
1	Nurmaidah Ginting (2006)	Kualitas Pelayanan (X1) Kepuasan Nasabah (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	Secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
2	Yuzza Bayhaqi (2006)	Kualitas Layanan (X1) Keunggulan Produk (X2) Kepuasan Pelanggan (Z) Minat Membeli Ulang (Y)	Analisis Struktural Equation Modeling (SEM)	kualitas layanan dan keunggulan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang.
3	Dedy Trisnadi dan Ngadino Surip (2013)	Kualitas Produk Tabungan (X1) Kualitas Layanan (X2) Minat Menabung Kembali Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	kualitas produk memiliki efek positif pada bunga tabungan. Faktor dominan yang mempengaruhi bunga simpanan pelanggan adalah kualitas produk.

Lanjutan Tabel 2

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode	Hasil
4	Hibba Al Kanzu dan Harry Soesanto (2016)	Kualitas Pelayanan (X1) Perceived (X2) Kepuasan Religius Untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Y)	Analisis Regresi Linear Berhganda	pengaruh yang signifikan dan positif yang dirasakan kualitas layanan dan perceived value terhadap kepuasan religius dalam meningkatkan minat menabung ulang.
5	Wirdayani Wahab (2017)	Kualitas Pelayanan (X1) Kepuasan Nasabah (Y)	Analisis Regresi Linear Beganda	adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan persepsi keterkaitan antara variabel yang diteliti, yaitu kualitas layanan (X_1) dan kepuasan nasabah (X_2) sebagai variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu minat menabung ulang (Y) pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember.

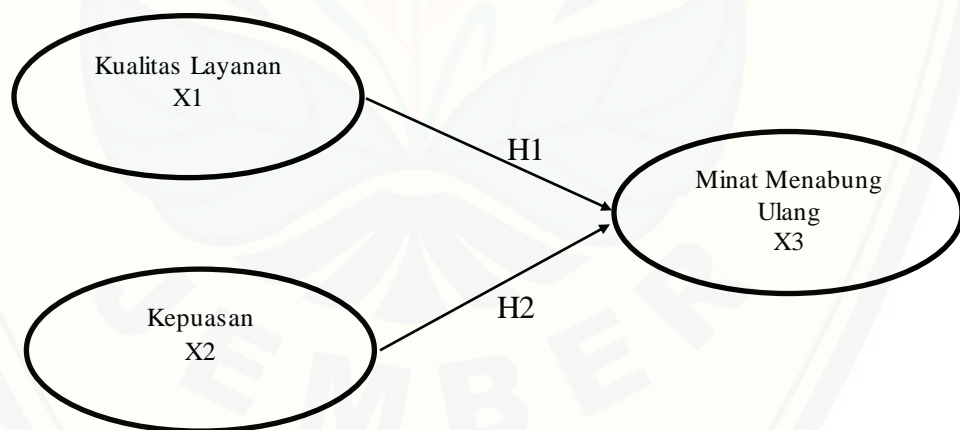
Kualitas layanan terhadap minat menabung ulang nasabah pada Bank Muamalat Syariah merupakan perwujudan dari pelayanan yang diberikan pihak perbankan kepada nasabah. Kualitas yang baik akan meningkatkan kredibilitas perbankan itu sendiri sehingga nasabah dapat dengan puas terlayani akan kebutuhannya dalam penggunaan jasa perbankan syariah itu sendiri. Ketika nasabah sudah merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan pihak perbankan, maka secara otomatis minat menabung ulang para nasabah tabungan mudharabah akan terus meningkat.

Kepuasan nasabah terhadap minat menabung ulang nasabah tabungan mudharabah pada Bank Muamalat Syariah adalah suatu bentuk rasa yang

dirasakan oleh setiap diri masing masing individu atau nasabah saat segala aspek yang diharapkan oleh nasabah dapat terpenuhi dengan baik. Ketika aspek harapan sesuai dengan kenyataan, nasabah akan secara otomatis merasa puas terhadap perusahaan. Dampak dari kepuasan seorang nasabah adalah ditunjukkan dengan suatu perilaku yang dilakukan secara kongkrit yaitu dalam bentuk minat menabung ulang yang dilakukan nasabah. Saat nasabah sudah merasa puas akan melakukan kegiatan menabung secara terus-menerus dan berkesinambungan, sehingga nasabah dapat menggunakan produk dalam jangka panjang.

Pada dasarnya kerangka konseptual digunakan untuk memunculkan asumsi-asumsi yang berentuk bagan alur pemikiran yang kemudian dapat dirumuskan kedalam hipotesis operasional atau hipotesis yang dapat diuji. Berikut kerangka konseptual penelitian ini:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Keterangan:

- : Garis Menunjukkan pengaruh variabel keputusan minat menabung ulang
- - - - -→ : Garis menunjukkan pengaruh indikator
- : Variabel laten

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan studi empiris yang dijabarkan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

2.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Ulang

Pengaruh kualitas layanan sangat berperan aktif terhadap keputusan minat menabung ulang seorang nasabah. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Hibba Al Kanzu dan Harry Soesanto (2016) membuktikan bahwa pengaruh yang signifikan dan positif yang dirasakan kualitas layanan dan perceived value terhadap kepuasan religius dalam meningkatkan minat menabung ulang.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung ulang nasabah tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember

2.4.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Menabung Ulang

Kepuasan setiap nasabah adalah suatu hal yang sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan, khususnya perusahaan jasa. Ini dikarenakan sifat jasa yang hanya bisa dirasakan. Jika nasabah sudah merasa puas terhadap pihak perbankan, maka nasabah akan melakukan harapan dari perusahaan yaitu dapat menabung atau menyimpan dananya pada perusahaan secara kontinyu dan berkelanjutan secara berulang. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Yuzza Bayhaqi (2006) membuktikan bahwa kualitas layanan dan keunggulan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung ulang nasabah tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Arikunto (2002:12) rancangan penelitian adalah suatu usulan untuk memecahkan masalah dan merupakan rencana kegiatan yang dibuat oleh eneliti untuk memecahkan masalah, sehingga diperoleh data yang valid sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada karakteristik dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai *explanatory research*, yaitu penelitian yang variabel melalui pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan. Penelitian ini menguji pengaruh dari kualitas layanan dan kepuasan nasabah perbankan syariah terhadap minat menabung ulang nasabah tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember.

3.2 Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan mudharabah dari PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember.

Sampel didefinisikan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh poulasi tersebut. Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu Purposive Sampling. Yaitu pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui. Kuesioner disebarkan di kantor PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Responden yang berdomisili di Jember.
2. Responden telah menggunakan jasa tabungan perbankan syariah mudharabah secara ulang atau lebih dari 1 kali.

3. Responden telah memiliki jumlah tabungan mudharabah diatas Rp. 3.000.000 rupiah.

Teknik pengumpulan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Ferdinand (2006:58), bahwa dalam menentukan jumlah sampel yang *representative* adalah bergantung pada jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Jumlah sampel minimum pada penelitian ini sebesar 108 yang diperoleh dari seluruh jumlah variabel indikator yang digunakan dikalikan dengan 9 (12 indikator x 9 = 108). (Ferdinand, 2006:191) program yang digunakan sebagai alat estimasi dalam pengukuran ini adalah SPSS dan syarat jumlah sampel adalah 100 hingga 200.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:8) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik atau data berupa angka, dengan tujuan untuk menguji hipotesis atau hubungan yang ada.

7.3.2 Sumber Data

Sumber data yang dilakukan pada penelitian ini bersumber dari:

- a. Data Primer

Berupa data yang diperoleh dari sumber data primer atau sumber pertama di lapangan, baik itu melalui wawancara atau kuesioner yang diberikan kepada nasabah tabungan mudharabah PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember yang telah memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Data yang diperlukan yaitu mengenai jawaban atas pertanyaan atau pernyataan yang diberikan mengenai kualitas layanan, kepuasan nasabah dan minat menabung ulang nasabah.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari literatur/ data yang didapatkan dari instansi yang terkait dengan penelitian ini yaitu PT.

Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember, yaitu data atau informasi yang berkaitan langsung dengan nasabah tabungan mudharabah PT.

Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember tersebut.

3.4 Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember untuk mengisi pertanyaan mengenai kualitas layanan, kepuasan nasabah dan minat menabung ulang yang dirasakan oleh setiap nasabah tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember.

2. Wawancara

Merupakan wawancara terstruktur berupa pertanyaan yang berhubungan dengan kualitas layanan, kepuasan nasabah, dan minat menabung ulang pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember pada nasabah tabungan mudharabah.

3. Observasi

Metode observasi digunakan untuk mengamati dan mencatat secara sistematis terhadap gejala dan fenomena yang mengenai kualitas layanan, kepuasan nasabah, dan minat menabung ulang nasabah tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember.

3.5 Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel bebas atau independent variable (X)

Terdapat dua variabel bebas pada penelitian ini yaitu kualitas layanan yang disebut sebagai variabel (X_1) dan kepuasan nasabah yang disebut (X_2).

2. Variabel terikat atau dependent variable (Y)

Variabel terikat pada penelitian ini yaitu minat menabung ulang yang disebut sebagai variabel (Y)

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional variabel merupakan definisi dari masing-masing variabel serta memaparkan apa saja yang menjadi indikator dari variabel-variabel tersebut. Berdasarkan pokok permasalahan yang ada, pokok variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah sikap yang ditunjukkan oleh pihak Bank Muamalat Syariah cabang Banyuwangi terhadap para nasabah. Berdasar landasan teori terdapat lima dimensi atau indikator yang dapat digunakan untuk evaluasi terhadap kualitas jasa pada penelitian Parasuraman tahun 1988 dalam Fandy Tjiptono (2011) mengemukakan dimensi utama jasa kualitas pelayanan antara lain:

- f. Bukti Fisik (*Tangibles*), segala hal yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Misalnya suasana gedung (penerangan, AC) di PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember baik.
- g. Keandalan (*reability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember dengan segera dan memuaskan. Misalnya menyediakan jasa pelayanan dengan baik.
- h. Daya Tnggap (*Responseveness*), yakni keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Misalnya kesediaan karyawan PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember dalam memberikan layanan yang cepat dan tanggap.

- i. Jaminan (*Assurance*), yakni mencakup kemampuan, kesopanan, dan sikap yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan. Misalnya kemampuan karyawan PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember dalam memberikan setiap informasi kepada nasabah dengan baik.

Pada Variabel Kualitas Layanan, indikator yang digunakan oleh peneliti hanya mencakup bukti fisik, kehandalan, daya tanggap dan juga jaminan. Peneliti tidak menggunakan indikator empati. Hal ini dikarenakan peneliti menyesuaikan kondisi keadaan yang ada di lapangan, sehingga tidak menggunakan kelima indikator dan hanya menggunakan 4 (empat) indikator saja.

2. Kepuasan Nasabah

Zeithaml dan Bitner (1996:123) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor manusia. Menurut Irawan (2009 : 3) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Indikator pengukuran kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- a. Perasaan puas
- b. Selalu membeli atau menggunakan produk
- c. Akan merekomendasikan kepada orang lain
- d. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

3. Minat Menabung Ulang

Kotler dan Philip (1999: 159) Minat beli ulang adalah minat yang timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan didalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat. Pelanggan yang berkomitmen memiliki ketrikatan emosonal terhadap merek atau perusahaan yang dituju. Pada umumnya pelanggan mengekspresikan komitmen mereka dengan kepercayaan dan kesukaan terhadap merek

tersebut dan kepercayaan kepada perusahaannya. Konsumen yang berkomitmen tidak ingin mencari informasi tambahan saat membuat keputusan pembelian, selain itu mereka tidak mudah berpindah ke merek pesaing.

Menurut Ferdinand (2002: 25-26) minat beli ulang dapat diidentifikasi sebagai indikator-indikator sebagai berikut:

5. Minat transaksional: yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsinya.
6. Minat refrensial: yaitu kecenderunagns eseorang untuk merefrensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain dengan refrensi pengalaman konsumsinya.
7. Minat prefernsial: yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki prefrensi utama pada produk yang telah dikonsumsinya. Produk preferensial hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu pada produk preferensinya.
8. Minat eksplortif: minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang dilangganinya.

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala *likert*. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator yang dapat diukur. Akhirnya sub indikator dapat dijadikan tolok ukur untuk membuat suatu pertanyaan yang dapat dijawab oleh responden. Skala pengukuran ini terdiri dari:

- a. Sangat Setuju (SS) memiliki bobot poin sebesar 5
- b. Setuju (S) memiliki bobot poin sebesar 4

- c. Cukup Setuju (CS) memiliki bobot poin sebesar 3
- d. Tidak Setuju (TS) memiliki bobot poin sebesar 2
- e. Sangat Tidak Setuju (ST) memiliki bobot poin sebesar 1.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2002:144) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Untuk mengukur validitas dalam suatu penelitian dapat menggunakan rumus korelasi Priyatno (2010:70) yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2) - (n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : Nilai validitas atau koefisien korelasi
- n : Jumlah koresponden untuk diuji
- x : Skor pertanyaan tertentu (variabel *independent*)
- y : Skor pertanyaan total (variabel *dependent*)

Dasar pengambilan keputusan, membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dianggap valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen dianggap tidak valid (drop), sehingga tidak dapat digunakan didalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2005:41) reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama dengan ketentuan nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 jika sebaliknya, maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dihitung dengan rumus *Cronbach Alpha* (Priyatno 2010:32) yaitu:

$$\alpha = \frac{r}{1 + (X - 1)r}$$

Dimana:

α : alpha (0,60)

X : jumlah independen variabel dalam persamaan

r : koefisien rata-rata korelasi antar variabel

suatu variabel dikatakan reliabel bila memberikan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,60 maka variabel tersebut tidak reliabel.

c. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2013:110) uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan. Uji normalitas yang dilakukan terhadap sampel dilakukan dengan menggunakan *kolmograv-smirnovtest* dengan menetapkan derajat keyakinan (α) sebesar 5%. Kriteria pengujian dengan melihat besaran *kolmograv-smirnovtest* sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.
2. Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal

3.8.2 Uji Asumsi Analisis Regresi Lienear Berganda

Analisis linear berganda merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Metode ini menghubungkan satu variabel dependen dengan banyak variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah minat menabung ulang. Sedangkan variabel bebasnya adalah kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Model hubungan minat menabung ulang dengan variabel- variabel bebasnya tersebut di susun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut :

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

Keterangan	:
Y	: Minat Menabung Ulang
a	: Konstanta
X ₁	: Kualitas Layanan
X ₂	: Kepuasan Nasabah
e	: Standard Error

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari pengujian ini adalah memberikan kepastian bahwa persamaan regresi hasilnya tidak biasa dan konsisten. Uji asumsi klasik antara lain:

1. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013: 91) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel-variabel bebas atau variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar variabel bebasnya sama dengan nol. Untuk mengukur ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factors* (VIP) dari masing-masing variabel.

1. Jika nilai VIF > 5,00 dan Tolerance < 0,05 maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF < 5,00 dan Tolerance > 0,05 maka tidak terjadi multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:105) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan yaitu :

- a. heteroskedastisitas terjadi jika ada pola tertentu seperti titik-titik (point) yang membentuk suatu pola tertentu (bergelombang, melebar, kemudian menyempit).
- b. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y.

3.8.4 Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikan pengaruh dari setiap variabel bebas (X) secara parsial atau individu terhadap variabel tidak bebas (Y) dengan level of *significance* yang digunakan dengan rumus berikut:

$$t = \frac{b}{sb}$$

Keterangan:

t : Hasil thitung

b : Koefisien regresi variabel bebas

sb : Kesalahan standard koefisien regresi yang dapat digunakan dengan formula.

Rumus Hipotesis:

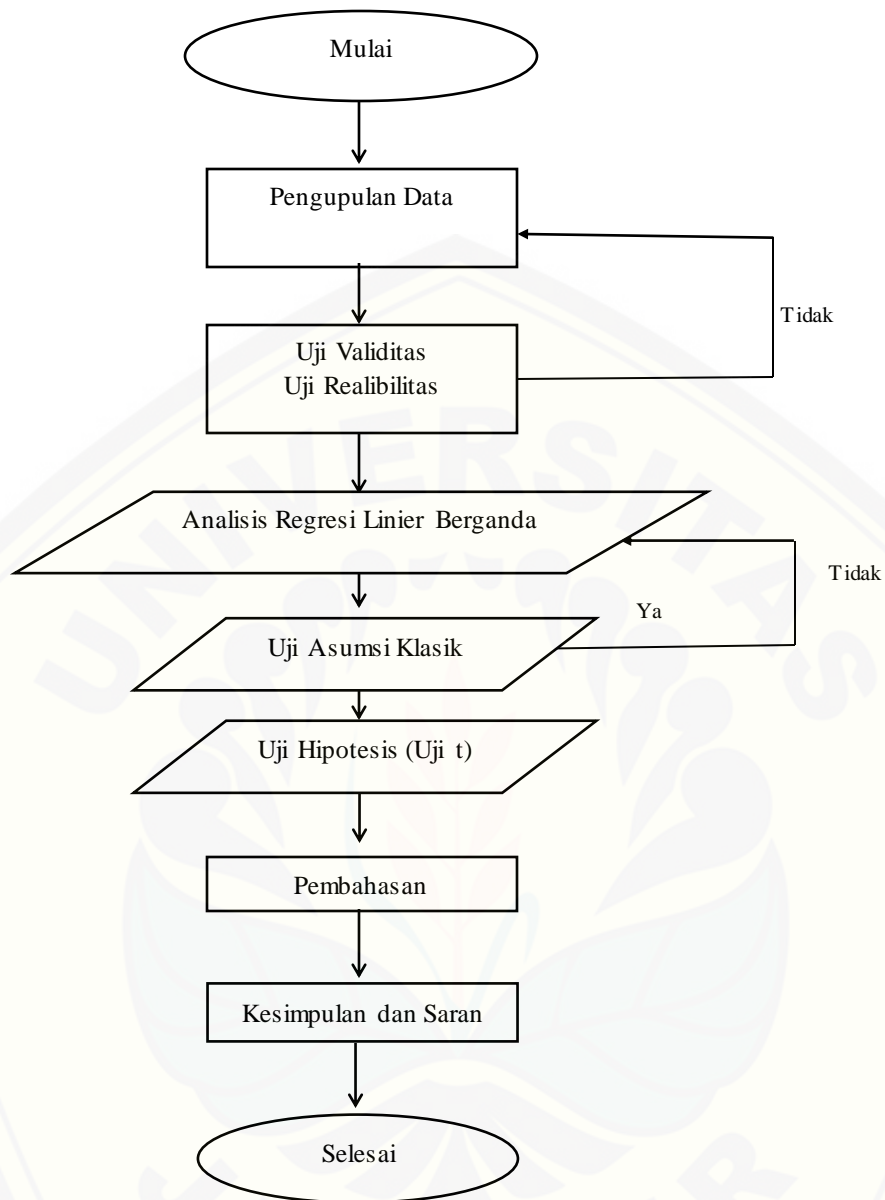
H_a : Variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat

H_0 : Variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

Sugiyono (2012:112) kriteria pengujian dengan tingkat signifikan $(\alpha) = 0,05$ ditentukan sebagai berikut:

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sehingga variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, sehingga variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

3.9 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan:

1. Mulai, tahap awal sebagai persiapan sebelum melakukan penelitian.

2. Pengumpulan data : yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara total sampel yang ada atau mendapatkan data primer.
3. Uji Instrumen terdiri dari:
 - a. Uji validitas untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu instrumen untuk digunakan.
 - b. Uji realibilitas untuk mengetahui konsisten dan stabilitas nilai dan hasil skala pengukuran tertentu.

Tidak, artinya jika data yang terkumpul tidan tidk valid dan tidak reliabel, maka kembali lagi pada proses pengumpulan data.

Ya, artinya jika data yang terkumpul valid dan reliabel maka lanjut pada pengujian selanjutnya.
4. Dilakukan uji normalitas data untuk mengetahui kenormalan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Selanjutnya analisis regresi linear berganda yaitu untuk mengetahui variabel bebas (independen variabel) terhadap variabel terikat atau (dependen variabel).
5. Uji asumsi klasik, melakukan pengujian data yang telah dianalisis melakukan pendugaan parameter sesuai dengan model yang dikembangkan, yaitu mencari ada atau tidaknya masalah dalam suatu model. Karena analisis regresi linear berganda dan uji asumsi klasik merupakan satu kesatuan.
6. Uji hipotesis (uji t) adalah untuk menguji signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
7. Pembahasan, menginterpretasikan hasil penelitian yang telah diuji.
8. Kesimpulan, menarik kesimpulan dan memberikan saran terhadap penelitian yang telah dilakukan.
9. Selesai, menunjukkan berakhirnya penelitian.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

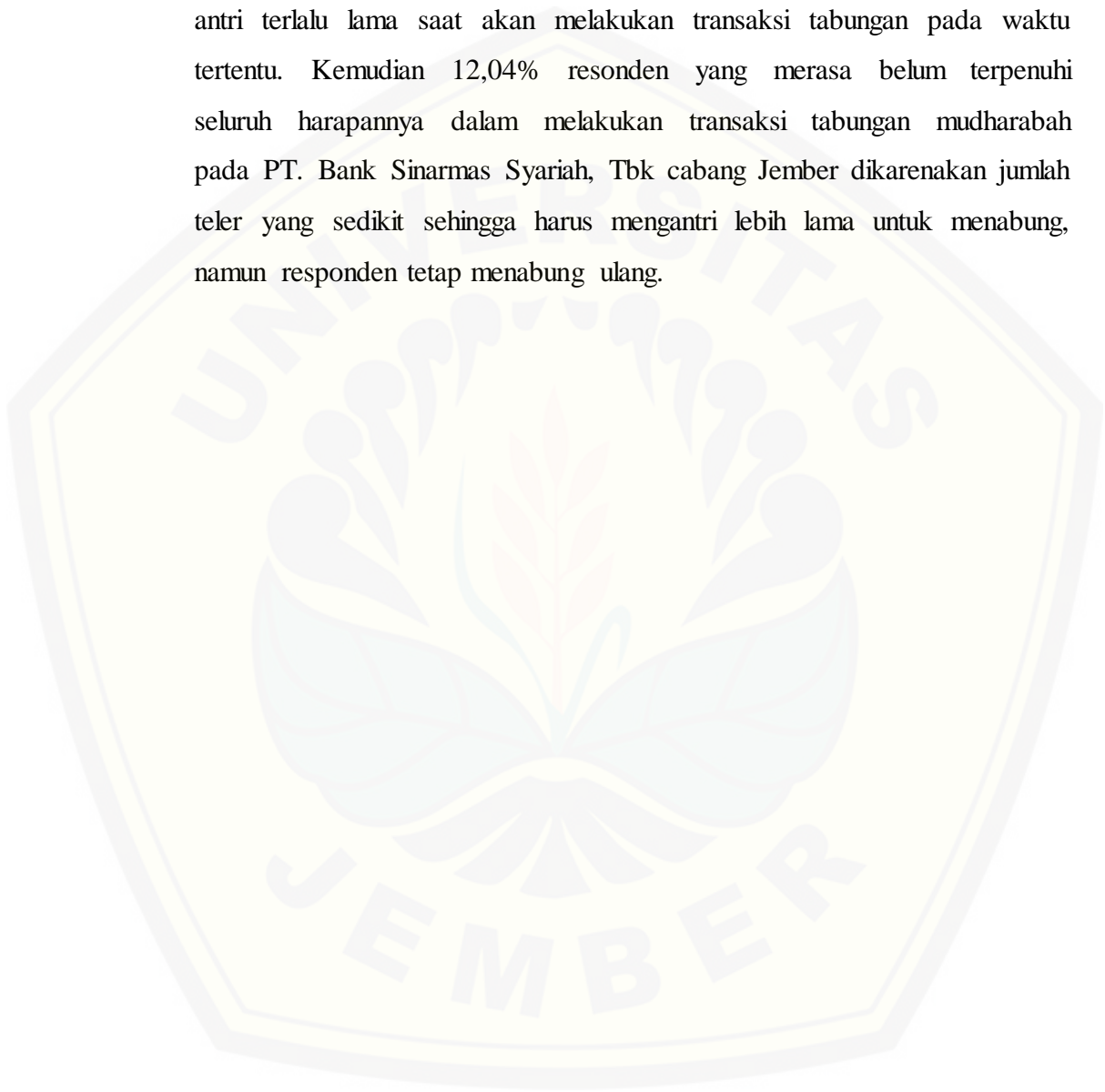
Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah peneliti jelaskan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian regresi linier berganda atas pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung ulang menunjukkan hubungan yang signifikan. Ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang baik akan meningkatkan minat menabung ulang.
2. Hasil pengujian regresi linier berganda atas pengaruh kepuasan nasabah terhadap minat menabung ulang menunjukkan hubungan yang signifikan. Ini membuktikan bahwa kepuasan nasabah yang baik akan meningkatkan minat menabung ulang.
3. Dalam fenomena penurunan jumlah tabungan yang terjadi pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk Cabang Jember selama kurun waktu 5 tahun bukan dikarenakan kualitas layanan dan kepuasan nasabah yang buruk. Tetapi sebagian nasabah memindahkan tabungan rutin bulannya untuk digunakan dalam produk tabungan haji yang dimiliki PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk Cabang Jember.

5.2 Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya kuesioner yang disebar menggunakan teknologi melalui kuesioner *link.bit.ly* agar lebih efisien waktu.
2. Untuk variabel kualitas layanan PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember sebaiknya karyawan lebih mengetahui dan menguasai setiap informasi yang dimiliki PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember agar setiap nasabah dapat menerima setiap informasi dan pelayanan dengan baik sehingga semua nasabah dapat merasa puas dan mengerti dari informasi Bank Sinarmas Syariah yang disampaikan oleh karyawan kepada nasabah.

3. Untuk variabel kepuasan nasabah, sebaiknya PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember menambah jumlah karyawan khususnya pada bagian teller. Teller yang ada pada kantor cabang Bank Sinarmas Syariah kurang memadai, sehingga perlu adanya penambahan teller agar nasabah tidak antri terlalu lama saat akan melakukan transaksi tabungan pada waktu tertentu. Kemudian 12,04% responden yang merasa belum terpenuhi seluruh harapannya dalam melakukan transaksi tabungan mudharabah pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember dikarenakan jumlah teller yang sedikit sehingga harus mengantri lebih lama untuk menabung, namun responden tetap menabung ulang.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S.2002.*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ascarya. 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Ed. 1, Cet. 1, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Crow, A and Crow,L. 1998. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Bina Ilmu.
- Elias G, Kazarian. 1993. *Handbook of Islamic Banking*. Boulder: West view Press.
- Ferdinand. A. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Ferdinand. A. 2006. *Structural Equation Modeling Evolusi dan Pergeseran Pemasaran*. Edisi Pertama. Malang: Insan Global.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta. Bayu media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____.2013.*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Fandi, Irawan. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Karim, Adiwarman A. 2004. *Akad dan Produk Perbankan Syariah*, Jakarta: PT. Radja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PrenhallinHo.
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Lamb, Charles W., Hair., Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Moenir A.S. 2005. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- _____. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Priyatno, D. 2010. *Paham Analisis Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom.
- Sjahdeini, Sutan Remu. 2014. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Anderson, E.W; Fornell, C and Lehmann, D.R, 1994, "Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden," *Journal of Marketing*, Vol.58, p.53-66.

NurmaidahGinting. 2006. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Putri Hijau Medan*. Jurnal Pemasaran.

Yuzza Bayhaqi.2006.*Kualitas Layanandan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Minat Membeli Ulang (Studi Kasus Pada Auto BridalSemarang)*. Jurnal Pemasaran.

Dedy Trisnadi dan Ngadino Surip. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali diCIMB Niaga (Studikases Bank CIMB Niaga Tbk Bintaro)*. Jurnal Pemasaran.

Hibba Al Kanzudan Harry Soesanto. 2016. *AnalisisPengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Religius Untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (StudiPada BNI Syariah Semarang)*. Jurnal Pemasaran.

Wirdayani Wahab. 2017. *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru*. Jurnal Pemasaran.

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**KUESIONER PENELITIAN**

Yth. Bapak/Ibu/Sdr

Nasabah PT. Bank Sinarmas

Syariah, Tbk cabang Jember

Di tempat

Dengan hormat,

Yang bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Devi lavitasari

NIM : 140810201190

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Sehubungan dengan penyusunan tugas akhir (skripsia) yang merupakan syarat guna memperoleh gelar sarjan S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universita Jemeber, saya memohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu?Sdr untuk kesediannya memberikan informnasi dan menjawab pernyataan dalam menjawab kuesioner yang berkaitan dengan penelitian yang saya buat **Adalah “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Minat Menbung Ulang Nasabah Tabungan Mudharabah Pada PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk Cabang Jember”** sesuai dengan etika penelitian, identitas Bapak/Ibu/Sdr akan dijamin kerahasiaannya. Informasi yang Bapak/Ibu/Sdr berikan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini saja. Atas Waktu dan ketersediaannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Devi Lavitasari

140810201190

KUESIONER PENELITIAN**1. Data Responden**

- Nomor : (diisi oleh peneliti)
- Umur :
- Jenis Kelamin : Perempuan/ Laki-laki (coret yang tidak perlu)
- Pekerjaan : PNS/ Wiraswasta/ Pegawai / Pelajar (coret yang tidak perlu)
- Penghasilan :
- 1-2 Juta
 - 2,1-3 Juta
 - Diatas 3 Juta

2. Petunjuk Pengisian

Pernyataan-pernyataan berikut mohon diisi dengan jujur dan sesuai dengan keadaan yang ada.

Berikan tanda centang (✓) pada salah satu jawaban disetiap pertanyaan.

Ada 5 pilihan jawaban yaitu

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Daftar Pertanyaan

1. Variabel Kualitas Layanan

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Tangible						
1	Suasana gedung (penerangan, AC) di PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember baik					
Realibility						
2	PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember Menyediakan jasa pelayanan dengan baik					
Responsiveness						
3	Kesediaan karyawan PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember dalam memberikan layanan yang cepat dan tanggap					
Assurance						
4	Kemampuan karyawan PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember dalam memberikan setiap informasi kepada nasabah dengan baik					

2. Variabel Kepuasan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya puas dengan layanan yang diberikan PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember					
2	Saya selalu menggunakan produk tabungan PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember					
3	Saya merekomendasikan produk tabungan PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember kepada orang lain					
4	Harapan saya terhadap PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember dapat dipenuhi dengan baik					

3. Variabel Minat Menabung Ulang

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya menabung di PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember secara berulang terus-menerus					
2	Saya selalu merekomendasikan produk tabungan PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember kepada teman dan kerabat					
3	Saya selalu mengutamakan produk dari PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember khususnya produk tabungan					
4	Saya selalu mencari tau produk yang dimiliki PT. Bank Sinarmas Syariah, Tbk cabang Jember dan saya selalu menyukai produk yang dimiliki bank tersebut					

Lampiran 2 (Rekapitulasi Penelitian)

RES	Kualitas Layanan						Kepuasan Nasabah						Minat Menabung Ulang					
	Q1	Q2	Q3	Q4	X1	Zscore X1	Q1	Q2	Q3	Q4	X2	Zscore X2	Q1	Q2	Q3	Q4	Y	Zscore X3
1	4	4	4	4	16	0,20216	5	3	4	4	16	0,17147	4	2	2	4	12	-1,86158
2	5	5	4	4	18	0,99611	3	4	3	5	15	-0,29151	5	5	5	5	20	1,73664
3	2	2	4	2	10	-2,17967	2	4	5	4	15	-0,29151	4	2	5	2	13	-1,4118
4	1	2	3	3	9	-2,57664	4	2	4	5	15	-0,29151	5	5	5	3	18	0,83709
5	3	4	5	2	14	-0,59178	3	4	5	2	14	-0,75448	4	4	2	4	14	-0,96203
6	5	4	4	2	15	-0,19481	4	2	4	3	13	-1,21746	4	3	4	5	16	-0,06247
7	1	2	2	2	7	-3,37059	1	2	2	2	7	-3,99534	2	3	1	1	7	-4,11047
8	4	2	2	4	12	-1,38573	3	4	4	2	13	-1,21746	4	4	2	4	14	-0,96203
9	4	4	4	4	16	0,20216	4	5	2	4	15	-0,29151	5	5	5	4	19	1,28686
10	5	4	4	4	17	0,59913	4	4	5	4	17	0,63445	5	4	4	3	16	-0,06247
11	2	2	4	4	12	-1,38573	3	3	4	4	14	-0,75448	4	4	4	2	14	-0,96203
12	4	4	4	5	17	0,59913	4	5	2	3	14	-0,75448	5	4	2	4	15	-0,51225
13	4	4	4	5	17	0,59913	3	4	5	4	16	0,17147	5	4	4	4	17	0,38731
14	5	4	4	5	18	0,99611	4	5	3	2	14	-0,75448	5	4	2	4	15	-0,51225
15	5	4	4	5	18	0,99611	4	3	4	3	14	-0,75448	5	4	2	4	15	-0,51225
16	4	4	4	2	14	-0,59178	3	5	4	4	16	0,17147	4	4	4	4	16	-0,06247
17	4	4	4	2	14	-0,59178	4	4	3	3	14	-0,75448	4	4	4	4	16	-0,06247
18	4	4	4	2	14	-0,59178	5	4	4	4	17	0,63445	4	4	4	4	16	-0,06247

19	5	4	4	2	15	-0,19481	5	3	4	4	16	0,17147	5	5	5	3	18	0,83709
20	5	4	4	4	17	0,59913	4	5	2	2	13	-1,21746	4	5	5	5	19	1,28686
21	4	4	4	4	16	0,20216	5	4	4	4	17	0,63445	5	5	4	4	18	0,83709
22	4	4	4	4	16	0,20216	4	5	5	5	19	1,56041	4	5	4	2	15	-0,51225
23	5	5	5	5	20	1,79005	5	4	4	4	17	0,63445	4	5	4	4	17	0,38731
24	5	5	5	5	20	1,79005	4	4	3	4	15	-0,29151	4	5	4	3	16	-0,06247
25	4	4	4	4	16	0,20216	5	5	3	3	16	0,17147	5	5	4	2	16	-0,06247
26	4	4	4	4	16	0,20216	5	5	4	4	18	1,09743	5	5	4	4	18	0,83709
27	5	4	4	2	15	-0,19481	4	4	3	3	14	-0,75448	5	5	4	2	16	-0,06247
28	3	4	4	3	14	-0,59178	4	4	4	4	16	0,17147	5	5	4	4	18	0,83709
29	4	4	4	4	16	0,20216	4	4	3	2	13	-1,21746	5	5	4	3	17	0,38731
30	2	4	4	2	12	-1,38573	3	3	4	3	13	-1,21746	4	5	4	4	17	0,38731
31	4	4	3	3	14	-0,59178	4	4	5	5	18	1,09743	3	5	4	5	17	0,38731
32	3	4	4	5	16	0,20216	5	3	4	4	16	0,17147	4	4	4	4	16	-0,06247
33	5	4	5	5	19	1,39308	4	5	4	5	18	1,09743	5	5	5	5	20	1,73664
34	3	4	4	4	15	-0,19481	5	4	3	5	17	0,63445	4	4	4	4	16	-0,06247
35	4	5	5	3	17	0,59913	4	4	3	4	15	-0,29151	4	5	4	4	17	0,38731
36	4	4	4	3	15	-0,19481	3	5	5	2	15	-0,29151	5	4	4	4	17	0,38731
37	4	4	4	4	16	0,20216	4	4	5	2	15	-0,29151	4	5	4	2	15	-0,51225
38	3	3	3	3	12	-1,38573	4	3	3	3	13	-1,21746	5	3	3	4	15	-0,51225
39	3	4	4	4	15	-0,19481	3	4	4	4	15	-0,29151	5	3	4	4	16	-0,06247
40	3	4	4	4	15	-0,19481	4	4	3	4	15	-0,29151	4	4	3	4	15	-0,51225
41	3	3	3	3	12	-1,38573	5	3	2	2	12	-1,68044	4	3	3	3	13	-1,4118

42	4	5	4	5	18	0,99611	4	4	3	4	15	-0,29151	5	5	5	4	19	1,28686
43	4	4	3	4	15	-0,19481	2	5	5	3	15	-0,29151	4	4	2	4	14	-0,96203
44	4	4	4	4	16	0,20216	4	3	4	4	15	-0,29151	3	4	4	4	15	-0,51225
45	4	5	4	5	18	0,99611	4	4	4	5	17	0,63445	3	5	5	5	18	0,83709
46	4	5	4	4	17	0,59913	5	5	3	4	17	0,63445	5	5	4	4	18	0,83709
47	4	4	4	4	16	0,20216	4	4	5	5	18	1,09743	4	4	4	4	16	-0,06247
48	3	4	4	5	16	0,20216	5	5	4	4	18	1,09743	4	4	4	4	16	-0,06247
49	3	4	4	5	16	0,20216	4	4	3	4	15	-0,29151	5	4	4	4	17	0,38731
50	5	4	5	5	19	1,39308	4	3	4	5	16	0,17147	4	5	5	5	19	1,28686
51	3	4	4	4	15	-0,19481	5	5	5	5	20	2,02339	5	4	4	4	17	0,38731
52	4	5	5	3	17	0,59913	4	4	4	4	16	0,17147	5	5	4	4	18	0,83709
53	4	4	4	3	15	-0,19481	5	3	5	5	18	1,09743	4	4	4	4	16	-0,06247
54	4	4	4	4	16	0,20216	4	4	3	5	16	0,17147	4	5	4	2	15	-0,51225
55	3	3	3	3	12	-1,38573	4	3	4	3	14	-0,75448	4	3	3	4	14	-0,96203
56	4	4	4	5	17	0,59913	4	5	5	4	18	1,09743	5	4	4	4	17	0,38731
57	4	4	4	2	14	-0,59178	4	4	4	3	15	-0,29151	5	4	4	4	17	0,38731
58	4	4	4	2	14	-0,59178	5	4	3	4	16	0,17147	5	4	4	4	17	0,38731
59	5	4	4	2	15	-0,19481	5	5	4	4	18	1,09743	5	5	5	5	20	1,73664
60	5	4	4	4	17	0,59913	4	5	5	2	16	0,17147	5	5	5	5	20	1,73664
61	4	4	4	4	16	0,20216	5	4	4	4	17	0,63445	4	5	4	4	17	0,38731
62	4	4	4	4	16	0,20216	4	5	5	5	19	1,56041	5	5	4	2	16	-0,06247
63	5	5	5	5	20	1,79005	5	5	4	4	18	1,09743	4	5	4	4	17	0,38731
64	5	5	5	5	20	1,79005	3	4	3	4	14	-0,75448	5	5	4	3	17	0,38731

65	4	4	4	4	16	0,20216	5	4	4	5	18	1,09743	4	5	4	2	15	-0,51225
66	4	4	4	4	16	0,20216	5	3	4	4	16	0,17147	5	5	4	4	18	0,83709
67	5	4	4	2	15	-0,19481	4	4	5	4	17	0,63445	4	5	4	2	15	-0,51225
68	3	4	4	3	14	-0,59178	5	3	4	5	17	0,63445	5	5	4	4	18	0,83709
69	4	4	4	4	16	0,20216	4	4	5	4	17	0,63445	5	5	4	3	17	0,38731
70	2	4	4	5	15	-0,19481	3	5	4	4	16	0,17147	4	5	4	4	17	0,38731
71	4	4	3	3	14	-0,59178	4	4	5	5	18	1,09743	4	5	4	5	18	0,83709
72	5	4	4	2	15	-0,19481	5	5	3	4	17	0,63445	4	5	5	5	19	1,28686
73	5	4	4	4	17	0,59913	5	5	3	2	15	-0,29151	4	5	5	5	19	1,28686
74	4	4	4	4	16	0,20216	5	4	4	4	17	0,63445	5	5	4	4	18	0,83709
75	4	4	4	4	16	0,20216	4	5	3	2	14	-0,75448	5	5	4	2	16	-0,06247
76	5	5	5	5	20	1,79005	5	4	4	4	17	0,63445	5	5	4	4	18	0,83709
77	5	5	5	5	20	1,79005	4	5	4	4	17	0,63445	4	5	4	3	16	-0,06247
78	4	4	4	4	16	0,20216	5	5	3	3	16	0,17147	3	5	4	2	14	-0,96203
79	4	4	4	4	16	0,20216	3	4	4	4	15	-0,29151	3	5	4	4	16	-0,06247
80	5	4	4	2	15	-0,19481	4	3	4	2	13	-1,21746	4	5	4	2	15	-0,51225
81	4	4	3	3	14	-0,59178	5	4	4	5	18	1,09743	4	5	4	5	18	0,83709
82	3	4	4	5	16	0,20216	4	3	3	4	14	-0,75448	4	4	4	4	16	-0,06247
83	5	4	5	5	19	1,39308	4	4	4	5	17	0,63445	5	5	5	5	20	1,73664
84	3	4	4	4	15	-0,19481	4	3	5	5	17	0,63445	4	4	4	4	16	-0,06247
85	4	5	5	3	17	0,59913	4	4	3	4	15	-0,29151	4	5	4	4	17	0,38731
86	4	4	4	3	15	-0,19481	3	3	4	3	13	-1,21746	3	4	4	4	15	-0,51225
87	4	4	4	4	16	0,20216	4	4	4	4	16	0,17147	4	5	4	2	15	-0,51225

88	3	3	3	3	12	-1,38573	4	5	3	3	15	-0,29151	5	3	3	4	15	-0,51225
89	3	4	4	4	15	-0,19481	5	4	4	4	17	0,63445	4	3	4	4	15	-0,51225
90	3	4	4	4	15	-0,19481	5	4	5	5	19	1,56041	4	4	3	4	15	-0,51225
91	3	3	3	3	12	-1,38573	4	3	5	3	15	-0,29151	5	3	3	3	14	-0,96203
92	4	5	4	2	15	-0,19481	4	4	3	4	15	-0,29151	5	5	5	4	19	1,28686
93	4	4	3	4	15	-0,19481	2	4	3	4	13	-1,21746	4	4	2	4	14	-0,96203
94	4	4	4	4	16	0,20216	5	4	4	5	18	1,09743	3	5	4	4	16	-0,06247
95	4	4	4	4	16	0,20216	4	3	3	5	15	-0,29151	3	5	4	2	14	-0,96203
96	5	5	5	5	20	1,79005	5	5	4	4	18	1,09743	3	5	4	4	16	-0,06247
97	5	5	5	5	20	1,79005	4	3	4	4	15	-0,29151	4	5	4	3	16	-0,06247
98	4	4	4	4	16	0,20216	5	4	5	3	17	0,63445	4	5	4	2	15	-0,51225
99	4	4	4	4	16	0,20216	5	5	4	4	18	1,09743	4	5	4	4	17	0,38731
100	5	4	4	5	18	0,99611	4	5	5	4	18	1,09743	2	5	4	2	13	-1,4118
101	4	4	3	3	14	-0,59178	4	4	4	5	17	0,63445	4	5	4	5	18	0,83709
102	3	4	4	5	16	0,20216	5	4	4	3	16	0,17147	5	4	4	4	17	0,38731
103	4	5	4	5	18	0,99611	4	4	5	3	16	0,17147	4	5	5	4	18	0,83709
104	4	4	3	4	15	-0,19481	3	4	4	4	15	-0,29151	2	4	2	4	12	-1,86158
105	3	3	2	2	10	-2,17967	4	3	2	1	10	-2,6064	3	2	3	3	11	-2,31136
106	4	3	3	3	13	-0,98875	4	3	3	4	14	-0,75448	4	4	3	3	14	-0,96203
107	3	3	4	4	14	-0,59178	4	3	5	3	15	-0,29151	5	4	4	3	16	-0,06247
108	1	2	2	1	6	-3,76756	2	2	1	1	6	-4,45831	3	2	1	1	7	-4,11047

Lampiran 3 (Jawaban Responden)

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2,8	2,8	2,8
	2	4	3,7	3,7	6,5
	3	22	20,4	20,4	26,9
	4	53	49	49	75,9
	5	26	24,1	24,1	100
Total		108	100	100	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	5,6	5,6	5,6
	3	8	7,4	7,4	13
	4	77	71,3	71,3	84,3
	5	17	15,7	15,7	100
Total		108	100	100	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	3,7	3,7	3,7
	3	14	13	13	16,7
	4	75	69,4	69,4	86,1
	5	15	13,9	13,9	100
Total		108	100	100	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	0,9	2,8	2,8
	2	18	16,7	3,7	6,5
	3	19	17,6	20,4	26,9
	4	44	40,7	49	75,9
	5	26	24,1	24,1	100
Total		108	100	100	

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	0,9	0,9	2,8
	2	4	3,7	3,7	4,6
	3	13	12	12	16,6
	4	55	51	51	67,6
	5	35	32,4	32,4	100
Total		108	100	100	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	3,7	3,7	3,7
	3	24	22,2	22,2	25,9
	4	51	47,2	47,2	73,1
	5	29	26,9	26,9	100
Total		108	100	100	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	0,9	0,9	2,8
	2	6	5,6	5,6	6,5
	3	28	25,9	26	32,5
	4	47	43,5	43,5	76
	5	26	24	24	100
Total		108	100	100	

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,9	1,9	1,9
	2	13	12	12	13,9
	3	19	17,6	17,6	31,5
	4	51	47,2	47,2	78,7
	5	23	21,3	21,3	100
Total		108	100	100	

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1,9	1,9	1,9
	3	11	10,2	10,2	12,1
	4	52	48,1	48,1	60,2
	5	43	39,8	39,8	100
Total		108	100	100	

Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	3,7	3,7	3,7
	3	9	8,3	8,3	12
	4	34	31,5	31,5	43,5
	5	61	56,5	56,5	100
Total		108	100	100	

Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	0,9	0,9	2,8
	2	9	8,3	8,3	9,2
	3	9	8,3	8,3	17,5
	4	72	66,7	66,7	84,2
	5	17	15,8	15,8	100
Total		108	100	100	

Y.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	0,9	0,9	2,8
	2	17	15,7	15,7	16,6
	3	14	13	13	29,6
	4	61	56,5	56,5	86,1
	5	15	13,9	13,9	100
Total		108	100	100	

Lampiran 4 (r Tabel)

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	10.000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886

Lampiran 5 (Uji Instrumen)

a. UJI VALIDITAS

Kualitas Layanan (X_1)

Correlations

		Zscore: Bukti_Fisik	Zscore: Kehandala n	Zscore: Daya_Tangga p	Zscore: Jaminan	Zscore(Total)
Zscore: Bukti_Fisik	Pearson Correlation	1	,630**	,494**	,256**	,764**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,007	0,000
	N	108	108	108	108	108
Zscore: Kehandalan	Pearson Correlation	,630**	1	,703**	,386**	,837**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	108	108	108	108	108
Zscore: DayaTanggap	Pearson Correlation	,494**	,703**	1	,401**	,790**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	108	108	108	108	108
Zscore: Jaminan	Pearson Correlation	,256**	,386**	,401**	1	,714**
	Sig. (2-tailed)	0,007	0,000	0,000		0,000
	N	108	108	108	108	108
Zscore(Total)	Pearson Correlation	,764**	,837**	,790**	,714**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	108	108	108	108	108

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

Kepuasan Nasabah (X_2)**Correlations**

		Zscore: Perasaan _Puas	Zscore: Selau_Meng gunakan_Pro duk	Zscore: Rekomend asi	Zscore: Terpenuhi _Harapan	Zscore: Total
Zscore: Perasaan_Puas	Pearson Correlation	1	0,189	0,086	,275**	,608**
	Sig. (2-tailed)		0,050	0,374	0,004	0,000
	N	108	108	108	108	108
Zscore: Selau_Menggunakan_ Produk	Pearson Correlation	0,189	1	0,099	0,061	,509**
	Sig. (2-tailed)	0,050		0,309	0,527	0,000
	N	108	108	108	108	108
Zscore: Rekomendasi	Pearson Correlation	0,086	0,099	1	,326**	,626**
	Sig. (2-tailed)	0,374	0,309		0,001	0,000
	N	108	108	108	108	108
Zscore: Terpenuhi_Harapan	Pearson Correlation	,275**	0,061	,326**	1	,715**
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,527	0,001		0,000
	N	108	108	108	108	108
Zscore: Total	Pearson Correlation	,608**	,509**	,626**	,715**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	108	108	108	108	108

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

Minat Menabung Ulang (Y)

		Correlations				
		Zscore: MInat_ Transak sional	Zscore: Minat_Re frensial	Zscore: Minat_Prefe rensial	Zscore: Minat_Ekspl oratif	Zscore: Total
Zscore: MInat_Transaksional	Pearson Correlation	1	0,092	0,184	0,116	,512**
	Sig. (2-tailed)		0,346	0,056	0,231	0,000
	N	108	108	108	108	108
Zscore: Minat_Refrensial	Pearson Correlation	0,092	1	,528**	0,046	,652**
	Sig. (2-tailed)	0,346		0,000	0,638	0,000
	N	108	108	108	108	108
Zscore: Minat_Preferensial	Pearson Correlation	0,184	,528**	1	0,182	,749**
	Sig. (2-tailed)	0,056	0,000		0,060	0,000
	N	108	108	108	108	108
Zscore: Minat_Eksploratif	Pearson Correlation	0,116	0,046	0,182	1	,589**
	Sig. (2-tailed)	0,231	0,638	0,060		0,000
	N	108	108	108	108	108
Zscore: Total	Pearson Correlation	,512**	,652**	,749**	,589**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	108	108	108	108	108

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

b. UJI RELIABILITAS**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	108	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	108	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,787	12

Kualitas Layanan**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	108	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	108	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,786	4

Kepuasan Nasabah**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	108	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	108	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,455	4

Minat Menabung Ulang**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	108	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	108	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,486	4

c. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,85535274
Most Extreme Differences	Absolute	0,059
	Positive	0,059
	Negative	-0,057
Test Statistic		0,059
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 6 (Analisis Regresi Linier Berganda)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,518 ^a	0,268	0,254	0,86346053

a. Predictors: (Constant), Zscore: Kepuasan_Nasabah, Zscore: Kualitas_Layanan

b. Dependent Variable: Zscore: Minat_Menabung_Ulang

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28,716	2	14,358	19,258	,000 ^b
	Residual	78,284	105	0,746		
	Total	107,000	107			

a. Dependent Variable: Zscore: Minat_Menabung_Ulang

b. Predictors: (Constant), Zscore: Kepuasan_Nasabah, Zscore: Kualitas_Layanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,031E-15	0,083		0,000	1,000
	Zscore: Kualitas_Layanan	0,336	0,097	0,336	3,464	0,001
	Zscore: Kepuasan_Nasabah	0,258	0,097	0,258	2,655	0,009

a. Dependent Variable: Zscore: Minat_Menabung_Ulang

Lampiran 7 (Uji Asumsi Klasik)

a. MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,031E-15	0,083		0,000	1,000		
Zscore: Kualitas_Layanan	0,336	0,097	0,336	3,464	0,001	0,739	1,354
Zscore: Kepuasan_Nasabah	0,258	0,097	0,258	2,655	0,009	0,739	1,354

a. Dependent Variable: Zscore: Minat_Menabung_Ulang

b. HETEROKADSTISITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	0,679	0,049		13,723	0,000
Zscore: Kualitas_Layanan	-0,056	0,058	-0,109	-0,971	0,334
Zscore: Kepuasan_Nasabah	-0,035	0,058	-0,067	-0,601	0,549

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 8 (Uji Hipotesis /Uji T)

a. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Ulang

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,120E-15	0,085		0,000	1,000
Zscore: Kualitas_Layanan	0,468	0,086	0,468	5,456	0,000

a. Dependent Variable: Zscore: Minat_Menabung_Ulang

b. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Minat Menabung Ulang

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,306E-15	0,087		0,000	1,000
1 Zscore: Kepuasan_Nasabah	0,430	0,088	0,430	4,901	0,000

a. Dependent Variable: Zscore: Minat_Menabung_Ulang